

行业格局重塑 互联网巨头加速入场

造车新势力混战2023

文/夏治斌 石英婧

“几家欢喜几家愁”或是当下造车新势力行业的真实写照。经过多轮淘汰赛,有些新造车企业仍活跃在舞台上,有些新造车企业则黯然离场。

《中国经营报》记者注意到,作为近几年最为火热的赛道之一,新能源汽车行业上演着魔幻与现实。尤其在2023年,造车新势力行业整体的竞争格局更是发生巨变。

回望2023年,“蔚小理”(蔚来、小鹏、理想)作为昔日造车新势力三大头部玩家,面临行业巨变,“三足鼎立”格局重塑。拜腾、天际、奇点等造车新势力则淡出舞台。

即便行业竞争日趋白热化,“华小魅”(华为、小米、魅族)等企业仍在加速竞速智能电动汽车赛道,但如何在劲敌环伺下“走出来”并“走出去”,成为各家企业的新课题。

汽车行业分析师任万付告诉记者,从2023年的情况来看,造车新势力的发展呈两极分化趋势,2024年这个趋势将会更明显,个别车企面临被淘汰的危机。“华为、小米、魅族等手机厂商的加入,会使得汽车行业‘卷’得更厉害。与‘蔚小理’等不同的是,手机厂商自带流量,在软件层面更具优势,但不能将优势转化为胜势,还需要时间来验证。”

“蔚小理”格局生变

2020年6月6日,小鹏汽车董事长何小鹏在个人微博上晒出与蔚来董事长兼CEO李斌、理想汽车董事长兼CEO李想的合照。何小鹏还在上述微博中自嘲,称三人在忆苦思变。

彼时的“蔚小理”仍保持着齐头并进的节奏,蔚来仍是三家中的“带头大哥”。3年多之后,理想汽车因押对增程式汽车迅速崛起,在销量上更是与蔚来和小鹏拉开了巨大的差距。



2023年,造车新势力迎来洗牌,代表企业积极谋变。在2023年 NIO Day 上,蔚来发布了第四代换电站。

本报资料室/图

数据显示,2023年1-11月,蔚来交付新车142026辆。截至2023年11月末,小鹏汽车2023年的累计交付量为121486辆。而理想汽车则在2023年前11个月交付325677辆。

2023年第三季度财报显示,理想汽车营收346.8亿元,净利润为28.1亿元;蔚来汽车营收190.7亿元,小鹏汽车营收85.3亿元,且蔚来汽车和小鹏汽车净利润尚未摆脱亏损。

在NIO Day 2023的媒体采访中,李斌也坦言,蔚来今年的发展没有实现公司既定的目标,与外界的期许存在一定差距。“这里面既有外部大环境的原因,也有公司自身的原因。”

“我们不能自欺欺人,要面对现实。但也不要妄自菲薄,要客观地认识自己的优缺点,要知道我们需要改进的地方,以及我们的优势在哪里,不能被别人带歪了节奏。”李斌表示,“我们要坚持自己的初心,想清楚的地方就要坚决地去做,有问题的地方就要坚决地改进。”

除了“蔚小理”三足鼎立的格局被重塑外,整个行业也发生着巨变,威马、爱驰、拜腾等多家企业难以从经营泥沼中抽身出来。以威马为例,2023年9月8日,APOLLO出行发布公告称,相关

各方已同意终止收购威马协议,因此收购事项及配售事项将不会进行。公告提及终止收购的原因包括金融市场环境持续不确定以及疫情后短期经济复苏缓慢等商业因素。

2023年10月10日,威马发布《告知函》,“近年来,因受疫情影响,资本市场不景气、原材料价格大幅波动及获取经营发展资金受挫等客观原因影响,威马陷入了经营困境。”因此,威马申请预重整并获得上海市第三中级人民法院的受理。

行业淘汰赛加剧的同时,位居第二梯队的造车新势力和国内车企巨头孵化的“创二代”也趁势追击,譬如零跑、哪吒、岚图、智己、阿维塔、极氪等车企之间的竞争也日趋白热化。

沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔告诉记者,中国的汽车产业处于转型升级的重要阶段,取得了很多举世瞩目的成绩。“但在亮眼的成绩背后,我们汽车行业的集中度还不高。造车新势力行业正在洗牌,优胜劣汰,这也是产业进化的一个过程。”

“华小魅”流量担当

“我们深知汽车工业之复杂,我们深知开拓之不易,向中国新能

源汽车先行者致敬。”2023年12月27日,小米创办人、董事长兼CEO雷军通过个人微博如是发文道:“诚挚向比亚迪、蔚来、小鹏、理想、华为和宁德时代等公司致敬。”

雷军还发布多条微博,艾特上述公司的官微。小米汽车还在北京、上海、深圳等地的地标建筑上,通过灯光秀向上述车企打出致敬的口号。李斌、何小鹏也纷纷在微博上予以回应。

李斌称:“想起2013年1月的一个深夜,第一次跟雷总谈到造车,今天雷总自己亲自下场造的车要跟大家见面了,热烈祝贺!一起加电,为用户带来更好的智能电动汽车产品!”

在宣布造车1000天后,雷军官宣2023年12月28日举办小米汽车技术发布会。雷军表示:“造车,百年赛道无捷径。坚持正向开发,从底层核心技术开始,十倍投入,造一辆好车。”

雷军还表示:“智能电动汽车的发展趋势,就是汽车工业与消费电子工业、智能生态的融合,而小米汽车将全面重新定义汽车工业的技术栈,这将是汽车工业技术范畴的一次重大跨越。这次技术发布会将是小米创办13年,技术积累的集大成展示。”

雷军和小米汽车的上述操作

在汽车圈引起广泛的关注,使得外界对小米造车有了更高的期待值。实际上,除了小米直接下场造车外,华为和魅族也通过各种方式深度布局汽车行业。

就在小米技术发布会举办的前两天,“鸿蒙智行”首款豪华旗舰SUV问界M9上市,同样吸引了外界的广泛关注。华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案BU董事长余承东在发布会上表示,问界M9的预订已经达到5.4万辆,将于2024年2月26日批量交付。

回顾2023年,华为在汽车行业进行了多维度的布局。比如华为智能汽车业务开放股权合作,并向多家车企发出合作邀请。除了华为、小米外,星纪魅族集团也在2023年宣布,将在2024年一季度启动DreamCar共创计划,为魅族们打造一个专属的MEIZU DreamCar MX。

在张翔看来,“华小魅”通过各种方式入局造车行业,会给行业注入新鲜的血液。“汽车行业本就十分‘内卷’,这三家都有着各自的生态系统,把这个系统优势嫁接到汽车上,将会是它们非常大的机会点。此外,它们的手机业务的群体规模都不小,它们线下有很多手机的销售中心,有很大的流量优势,也可以转移到汽车营销上,将用户体验做到极致。”

行业洗牌或加剧

回望2023年的车市,“内卷”可谓当代之无愧的高频词。2023年,为了提振自家的销量,各家车企纷纷开启“内卷”模式,价格“内卷”、技术“内卷”都很常见。

湘财证券研报指出,2023年前十大车企市场份额明显提升,市场趋于集中,激烈竞争中车企大洗牌在所难免。“部分传统车企在电动化转型道路上展现出坚定决心,传统车企实力雄厚,具有精打细算的成本管控能力,产品实用质优价廉

适应大众市场,更有可能在激烈竞争中生存。造车新势力车型定位偏向个性化,有其特定客群,但是造车新势力不具有自我造血能力,依赖外部融资、烧钱拼市场难以继,经受不住风浪,如今面临巨大挑战。”

如何在竞争对手林立的市場背景下,始终能够占得一席之地,成为造车新势力们共同面对的难题。任万付表示:“2024年造车新势力也将‘卷’得更厉害,同时两极分化更严重。”

岚图汽车CEO卢放也表示,2024年还会“卷”倒一批企业。在卢放看来,这种“卷”是市场上优胜劣汰的必然,2024年会更加残酷,所有的新能源汽车车企都要严阵以待。

张翔告诉记者,车企只有抢占技术制高点,其产品才能具备在市场上热销的基础。“比如自动驾驶技术,若是哪家能够率先攻克,那么它家的产品肯定在市场上供不应求。”

记者注意到,面向行业长期存在的竞争,造车新势力也在多维度拓宽“护城河”,夯实自身优势。以蔚来为例,在NIO Day 2023上,蔚来发布四项核心技术,分别是自研智能驾驶芯片、自研全域900V高压架构、天行智能底盘系统、旗舰级安全标准。

以天行智能底盘系统为例,基于高性能、高安全、高智能三大基因,并为智能驾驶提前布局,蔚来首次将线控转向、后轮转向和全主动悬架三大核心硬件系统集成在一起,打造“SkyRide天行智能底盘系统”,这是目前全球唯一全主动智能底盘系统。

“铁打的营盘,流水的兵”。火热的新能源汽车赛道从不缺乏入局者,任万付告诉记者:“对于造车新势力来说,需要不断创新,引领行业发展方向,才能在未来的竞争中站稳脚跟。”

掘金细分市场蓝海 车企竞速小众赛道

文/方超 石英婧

2023年,“价格战”贯穿全年,车市竞争愈发激烈,寻求突围的车企正涌入MPV等传统小众赛道。

“我们正在规划MPV项目,”蔚来创始人、董事长、CEO李斌近日表示,“MPV是一个正在增长的市场,我们认为有很大的用户需求。”其同时透露:“在这个阶段,我们正在征求建议,以确保项目的成功。”

《中国经营报》记者注意到,在热度持续攀升的MPV赛道,蔚来仅是最新入局者之一,2022年特别是2023年下半年以来,沃尔沃EM90、理想MEGA、小鹏X9、上汽大通MAXUS大家7等密集亮相或上市。

而在MPV之外,车企也在竞相加码越野赛道,2023年下半年以来,东风猛士917、捷途旅行者、方程豹豹5等越野车型先后上市,在汽车行业掀起一阵越野潮流。

“车企拓展MPV、越野车等细分领域,是谋求在稳住原有目标客户的基础上,开拓新客户发掘新市场”,中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉在接受记者采访时强调,目前车企最需要关注的地方,仍是提升产品竞争力。

新产品密集亮相

短短一年时间,多款产品密集亮相或正式上市,让MPV这个曾被不少车企“忽视”的小众车型,收获外界极大关注。

将时间拉回2023年11月17日,彼时,2023广州车展正式拉开帷幕。作为2023年国内最后一场A级车展,2023广州车展展车总数

为1132辆,包括全球首发车59辆、概念车20辆、新能源汽车469辆,而在诸多重磅新车中,MPV这一小众车型却成为外界关注焦点。

记者曾在2023广州车展现场注意到,不少车企携旗下MPV产品亮相展台,沃尔沃EM90、理想MEGA、小鹏X9等皆是各自车企旗下首款高端纯电MPV。而在2023广州车展中,江淮瑞风RF8开启预售,上汽大通MAXUS大家7也迎来正式上市。

如将时间线进一步拉长,2022年8月,腾势D9上市,几个月后的11月1日,极氪首款纯电MPV 009正式上市,而2023年10月,魏牌MPV品类首款产品魏牌高山上市。

在传统车企与新势力竞相入局的背后,MPV这一市场为何热度居高不下?

记者梳理相关资料发现,相比轿车、SUV等热门产品,MPV市场规模一直较小,其在中国市场的最高销量年份为2016年,达到236.05万辆,此后销量不断下滑,直至近年才有好转,2022年销量94.23万辆,而在2023年1-11月,MPV销量为99.3万辆。

国泰君安研报认为:“国内MPV市场经历调整期之后,总量逐步趋于稳定,未来伴随经济回暖,同时消费者需求越来越多元化,市场总量有望迎来稳定增长时期。”

记者注意到,除了热度不减的

MPV外,自2023年以来,越野车赛道也涌入诸多车企,除了长城坦克系列、北汽BJ系列外,捷途旅行者、方程豹豹5、全新一代福特游骑侠Ranger也在2023年下半年迎来上市。

智研咨询数据显示,2022年中国硬派越野产量为23.17万辆,同比增长17%,需求量为21.02万辆,同比增长25.8%。智研咨询认为,我国居民收入水平的提升及城市越野爱好者群体的发展,成为推动硬派越野市场增长的新因素。

记者不完全统计,仅2023年,在MPV、越野车这两个细分领域中,就有二十多款新车亮相或正式上市,既包括传统车企推出的换代产品,也不乏新势力推出的新车型。

借道新能源发力蓝海市场

争相入局MPV、越野车等细分领域的背后,车企正借道新能源、加速掘金新蓝海市场。

“在过去以商用需求为主导的MPV市场中,新能源渗透率较低,主要在于早期新能源MPV使用场景受限、缺少优质供给,叠加里程焦虑和续航焦虑明显,市场需求空间有限。”国泰君安研报认为。

记者注意到,在2023年11月的MPV车型销量排行榜中,腾势D9排名第一,销量为10446辆,而别克GL8、传祺M8、赛那、传祺M6、岚图梦想家等紧随其后。其中,腾势D9、岚图梦想家皆为新能源MPV产品。

瞄准新能源MPV市场机遇的不仅仅有新势力,别克等传统MPV市场领头羊,当下也在加速新能源转型步伐。

“尽管竞品很多,但是整个GL8,特别是在2023年的MPV细分市场里,一直是TOP 1。别克世纪,从2022年12月开始交车,到目前差不多一年时间,一直占据在50万以上国内高端MPV的榜首。”上汽通用汽车别克市场营销部部长姚蒂在2023广州车展期间曾如此表示。

纯电MPV产品层出不穷,MPV市场新能源渗透率提升,在此情形下,别克显然不愿“落后”于市场。

姚蒂此前直言:“面对整个市场的变化,其实我们也非常重视别克GL8产品的电动化升级。所以我们在进一步规划,以丰富和提升整个别克MPV产品的型谱布局,并加快这些产品的上市速度。”

不仅仅是加速新能源转型步伐,在进入MPV、越野车赛道之时,全力冲击高端市场,也成为不少车企的目标。

如2023年10月12日,2024款新岚图梦想家正式上市,官方售价区间为33.99万元-46.99万元,而理想汽车首款纯电MPV MEGA在2023广州车展开启预订,售价60万元以内,小鹏X9在预售阶段的价格为38.8万元。

而在业内人士看来,与自主车企此前集中在中低端MPV市场不同,目前新势力推出的MPV产品,定位于高端市场,且销量表现较好,以起售价达33.99万元的岚图梦想家为例,其在2023年11月的销量为3918辆,位居行业第6。

德邦证券研报认为,2022年下半年以来,众多造车新势力推出高端新能源MPV计划,自主品牌推出的高端新能源MPV旗舰车型价

格区间集中在30万元-60万元,车内空间表现与舒适性普遍较好,智能化配置丰富,功能多样化,能够精准满足MPV市场家用需求。

“更多MPV新产品的上市将进一步扩张这个市场。相较轿车、SUV市场,高端MPV竞争更小,市场格局尚未完全稳定,存在差异化定位与定价的可能性,新的蓝海正在迅速形成。”申港证券研报认为。

“我们选择在中国市场首发上市沃尔沃EM90,首先是因为中国市场是一个非常庞大,也是非常好的市场,特别是高端MPV这个细分领域。”2023年11月,沃尔沃汽车首款纯电豪华MPV EM90全球首秀之时,沃尔沃汽车总裁兼首席执行官路文襟(Jim Rowan)亦如此表示。

海外市场或成突破口

除了瞄准国内市场出现的新机遇外,不少车企还在谋求进一步开拓海外市场。

公开信息显示,2023年8月,岚图梦想家获得欧盟整车型式认证(EWVTA);10月26日,岚图品牌在丹麦发布,位于哥本哈根的岚图展厅正式开业,岚图梦想家首度登陆欧洲并开启销售。

“特别是欧洲市场,之前已经提到岚图在挪威、丹麦、荷兰、芬兰等国家的布局。接下来,岚图将迅速拓展到其他欧洲传统汽车强国的市场。这些国家已经派出了团队前往中国,寻找新能源汽车和合作伙伴,显示出了他们对于帮助岚图开拓欧洲市场的强烈意愿。”岚图汽车CEO卢放近日如此表示。

不仅仅是岚图汽车,海外销量

累计突破30万辆的上汽大通,其旗下的多款MPV产品,在海外市场关注度也颇高。

来自上汽大通方面的信息显示,2023年1-10月,其在东盟地区累计批销量创新高,成交逾2300辆,仅在泰国,大家9上市首年已突破1500辆大关,同时进入新加坡、马来西亚等市场,成为首款投放当地市场的专用电动豪华MPV。

不仅如此,上汽大通相关负责人在2023广州车展期间还透露,“在中国香港,大家9是当地第一款电动七座MPV,在进入香港市场不到三个月的时间,销量便突破500辆,在当地新车注册排行榜上排名首位。”

而在越野车领域,以皮卡为例,上汽大通方面表示,2022年其皮卡出口量占整体中国皮卡出口量的28.4%,位居市场第一,成为中国皮卡出海的头部品牌。据了解,目前,上汽大通皮卡产品已畅销全球六大洲,海外累计销量突破13万辆。

在业内看来,2023年1-11月份,中国汽车出口量达到了441.2万辆,同比增长58.4%,2023年将超越日本成为全球第一大汽车出口国。在这其中,MPV、越野车等细分领域产品亦占据一定比例。而在全球新能源渗透率持续提升背景下,具备智能化等优势的中国车企MPV等产品出口量,或将迎来新增长。

“汽车出口持续景气,助力硬派越野市场销量增长,”太平洋证券研报此前就认为,“伴随国外越野及露营文化兴起,叠加国内企业性价比优势,硬派越野出口有望持续增长。”