

# 净亏损超百亿 小鹏汽车如何破局？

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日,小鹏汽车发布了2023年第四季度及全年财报,显示公司在第四季度营收达到130.5亿元,同比大幅增长154%,净亏损为13.48亿元,同比收窄42.9%,毛利率提升至4.1%。

然而,全年来看,小鹏汽车营收虽然增长14.2%至306.8亿元,净亏损却扩大至103.8亿元,较

## 净亏损扩大至103.8亿元

在销量方面,小鹏汽车未能实现既定目标。2023年,公司原计划交付20万辆汽车,但实际只完成了70%。

在2023年,小鹏汽车的财务状况经历了起伏,尤其是在第四季度出现了一定的好转迹象,但整体上仍然面临压力。

这一年,小鹏汽车的汽车毛利率经历了从负转正的过程,第四季度达到了4.1%,相较于第三季度的-6.1%有了显著提升。然而,全年来看,小鹏汽车的汽车毛利率为-1.6%,与2022年的9.4%相比,呈现出明显的下降趋势。

小鹏汽车也在这一年果断“变革”,以提升销售和改善财务状况。

为了冲击年底销量,小鹏汽车对旗下车型实施了折扣和优惠政策。这些措施,加上销售结构的调整,如单价较高的小鹏G9销量占比的提升,以及单车成本的降低,共同促进了毛利率的改善。特别是小鹏G9,其在第四季度的销量占比从第三季度的7%上升到了26%,这一变化对整体销售结构产生了积极影响。

在成本控制方面,小鹏汽车也取得了一定的成效。2023年第四季度,单车成本环比减少了1.1万元,达到了19.1万元。这一降低得益于技术降本的实施,以及碳酸锂价格的持续下行,使得车辆的自然成本得到了有效控制。

小鹏汽车的组织架构调整和经营策略优化也是其财务状况改善的重要因素。自2022年10月以

2022年增加了13.6%,全年毛利率为-1.6%。

《中国经营报》记者从小鹏汽车方面了解到,小鹏汽车通过平台化研发和技术降本,第四季度毛利改善至6.2%,净亏损环比同比均有所收窄。公司计划未来通过规模效应和供应链优化进一步提升毛利率。

小鹏汽车董事及首席执行官何小鹏表示,小鹏汽车2023年交付量逐季增长,第四季度突破6万辆,并

来,小鹏汽车进行了一系列的调整,包括精简SKU、优化销售战区、合并低效门店和采购策略等。特别是王凤英加入公司担任总裁后,这些措施得到了进一步加强。

在人力资源方面,小鹏汽车也进行了优化。2023年,员工总数从15829人减少到了13550人,研发人员也从6313人减少到了5401人。同时,研发开支的增长也得到了控制,仅增加了1.2%。

尽管小鹏汽车采取了多项措施来改善财务状况,但仍然面临一定的挑战。

2023年第四季度,公司的净亏损为13.5亿元,与上年同期的23.6亿元和上一季度的38.9亿元相比有所减少,但整体上仍然呈现亏损状态。全年净亏损为103.8亿元,较2022年的91.4亿元有所扩大。

在销量方面,小鹏汽车也未能实现既定目标。2023年,公司原计划交付20万辆汽车,但实际只完成了70%。具体到车型,小鹏P7和G6的销量在2024年年初出现了显著下滑,而新车型小鹏X9的销量相对较好,但总体来看,小鹏汽车在市场上的表现仍需进一步提升。

此外,今年1月初,曾经的销量担当小鹏P7在2月份里的零售销量仅为836辆,并且1月份已经出现腰斩级别的环比下跌;

计划在未来三年推出超过10款新车型,致力于高阶自动驾驶技术的普及,并拓展全球市场。

尽管如此,小鹏汽车2023年销量未能达到20万辆的目标,仅完成70%。此外,主力车型小鹏P7销量在2024年1月和2月出现显著下滑,新车型小鹏G6同样销量下降。销量最高的小鹏X9同期销量为1448辆,而P5、G3、G9的销量也不理想。

小鹏G6也是从首月出现幅度相当的环比下跌,2月份的销量仅为1161辆。销量最高的是新车型小鹏X9,同期销量为1448辆,剩下的小鹏P5为213辆、G3低至26辆,G9销量尚可,却也只是861辆。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受记者采访时分析了小鹏汽车销量未达预期的多重原因。他指出,除了华为问界、比亚迪、特斯拉等竞争对手的市场表现给小鹏汽车带来的压力外,小鹏汽车在产品定位、市场营销、成本控制和供应链管理等方面也存在一定问题。

詹军豪提到,小鹏汽车在产品定位上可能未能准确把握消费者需求,市场营销的力度和效果不足,导致品牌影响力有限。同时,高企的研发和生产成本影响了产品价格的竞争力。供应链管理上的问题,如原材料供应不稳定和生产效率不高,也对销量产生了负面影响。

对于小鹏汽车2023年净亏损扩大的情况,詹军豪则认为这将对公司发展产生负面影响。资金压力的增大可能影响研发、市场推广和产能扩张,投资者信心的下降可能影响股价和融资能力,而持续亏损可能导致市场竞争力下降,难以与竞争对手竞争。

## 业绩销量双重承压下如何破局？

小鹏汽车方面明确表示,在中国汽车行业竞争日益激烈的背景下,通过智驾技术规模化和降低运营成本是实现盈利和可持续发展的关键。

面对2023年业绩与销量的双重压力,小鹏汽车显然已经认识到了问题的严重性,并开始采取一系列措施以应对挑战。

小鹏汽车方面明确表示,在中国汽车行业竞争日益激烈的背景下,通过智驾技术规模化和降低运营成本是实现盈利和可持续发展的关键。

小鹏汽车名誉副董事长及联席总裁顾宏地向记者透露,公司的技术降本和经营改善计划已经取得了初步成效,第四季度汽车毛利率环比提高了约10个百分点。此外,小鹏汽车在2023年年底的在手现金超过450亿元,这为公司在激烈的市场竞争中实现高质量和高速度的增长提供了坚实的资金保障。

为了进一步降低成本并提高效率,小鹏汽车在2023年推出了SEPA 2.0扶摇架构。这一新架构通过整合智能系统、动力总成和

整车平台到一个统一的智能平台上,实现了车型之间的最大化共通共用。这一平台化研发战略不仅有助于降低供应链和制造成本,还加快了公司实现2024年年底BOM降本25%的目标,同时显著提升了研发迭代的效率。

在销售网络方面,小鹏汽车通过“木星计划”进行了新一轮的渠道升级。2023年,公司引进了160多家优秀的经销商伙伴,新增覆盖了40个低线城市。这些调整不仅改善了销售渠道的能力,而且预计将从2024年第二季度开始为销量带来显著的贡献。

何小鹏在业绩发布会上表示,小鹏汽车将从2024年第二季度开始启动创新的经销商合作模式。这一模式将通过建立半个月左右的渠道库存,加快终端交付速度,并充分激活经销商的积极性,从而有力提升销量。同时,公司将通过系统和监察机制严格管

控库存水平,并执行全国统一的价格策略,以避免传统经销商销售模式的弊端。

此外,小鹏汽车还计划加速渠道下沉,预计在2024年第三季度将销售门店总量增加到600家。这一扩张和变革将是小鹏汽车销量增长战略的关键一环。

在产品迭代方面,小鹏汽车的新产品也展现出了强劲的市场竞争力。以小鹏X9为例,这款新上市的纯电MPV车型在短短两个月内交付了近四万辆,持续领跑纯电MPV和纯电三排座车型市场。公司预计,X9在3月和4月的销量将实现环比大幅提升。

尽管如此,面对汽车市场竞争加剧,小鹏汽车仍压力不小。何小鹏能否挽回局面,交给资本市场一个满意的答卷?作为最早一批造车“幸存者”,小鹏汽车的生存发展具有典型意义。



小鹏汽车计划加速渠道下沉,预计在2024年第三季度将销售门店总量增加到600家。

陈靖斌/摄影

# 日产汽车发布“The Arc 日产电弧计划” 2030财年实现油电车型“成本平价”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“通过‘家族化’模式开发纯电动车型,整合动力系统,利用下一代的模块化制造、集团采购和电池技术的创新,日产汽车旨在将下一代纯电动车型的成本降低30%(与当前的日产ARIYA艾睿雅车型相比),并在2030财年实现纯电动车型与燃油车型的成本平价。”

3月26日,日产汽车方面向《中国经营报》记者透露了上述信息。可以看到,在电动车份额持续扩张、燃油车市场被挤压的背景下,日产汽车正在试图降低旗下纯电动车型的制造成本。

上述举措是日产汽车“The Arc 日产电弧计划”的一部分,该计划在3月26日发布。记者了解到,这项为期四年的全新战略规划,聚焦于全方位的新产品规划、推进电驱化、应用数字化新技术以及深化战略合作伙伴关系,以提升日产汽车全球销量并提高盈利能力。

## 到2026财年将全球电驱化车型占比提升至40%

近年来,在电动化转型的大背景下,日系车的一举一动颇受关注。

随着电动汽车行业竞争加剧,为适应市场变化,强化核心竞争力,日产汽车方面认为需要重新审视和调整自身战略。

“‘The Arc 日产电弧计划’描绘了日产汽车迈向未来的新蓝图,体现了我们持续进步和适应市场变化的能力。该计划将赋能我们在提升企业价值和竞争力方面走得更远、更快。面对激烈的市场变化,日产汽车正以‘The Arc 日产电弧计划’为指导采取果敢的行动,确保公司的可持续增长和盈利能力。”日产汽车公司总裁兼首席执行官内田诚(Makoto Uchida)表示。

“The Arc 日产电弧计划”被定位为连接日产汽车“Nissan

## 从开发成本、开发周期等多维度发力

在电动化转型的浪潮下,汽车行业市场竞争残酷,转型既是一场比拼实力与耐力的长跑,也是一场拼开局、拼冲刺的竞速赛。

“通过采用‘家族化’的开发模式,在家族主要车型的开发后,后续车型的开发成本可降低50%,内外饰部件变化可减少70%,开发周期可缩短4个月。通过采用模块化制造,将缩短生产线,单车生产时间减少20%。”日产汽车方面表示。

在推动电动化转型上,在2028财年,日产汽车将发布增强型NCM锂离子电池、LFP电池和全固态电池(ASSB)新电动车型,以多元化的纯电动汽车解决方案满足不同消费者的需求。

据悉,日产汽车NCM锂离子

NEXT企业转型计划”(2020财年至2023财年实施)和“Nissan Ambition 2030 日产2030愿景”(公司长期愿景)之间的桥梁。新计划被分为2024财年到2026财年的中期任务和至2030年的中长期任务两个部分。

“The Arc 日产电弧计划”的第一部分为,日产汽车将通过平衡电驱化与内燃机产品的组合、主要市场的销量增长,及强化财务纪律的行动,实现量身定制的区域战略和加速电驱化转型。通过这些举措,日产汽车计划到2026财年末,将年销量提升100万辆,并将经营利润率提高到6%以上。这将为第二部分计划铺平道路。

该计划的第二部分,旨在通过构建智能合作伙伴关系、增强电驱化车型竞争力、差异化创新和拓展新的收入增长点,实现电驱化转型

电池性能将实现大幅提升,以日产ARIYA艾睿雅车型为例,快充时间将缩短50%,电池能量密度提升50%。值得关注的是,日产汽车在日本国内研发并制造的LFP电池即将面世。以日产Sakura EV车型为例,搭载LFP电池后,其成本将降低30%。

除了降低开发成本以及缩短开发周期外,日产汽车还将从强化智能化以及产业生态建设等维度发起冲击。

根据“The Arc 日产电弧计划”,日本和海外的更多工厂将采用日产智能工厂概念,日本滨滨工厂和九州工厂、英国桑德兰工厂以及美国坎顿和斯米尔纳工厂将从2026财年到2030财年开始导入日

并确保长期的盈利增长。到2030财年,日产汽车预计将从新业务中获得2.5万亿日元(折合人民币1190.7亿元)的潜在收入。

在“The Arc 日产电弧计划”的指引下,日产汽车计划在未来三年陆续推出30款新车型,其中包括16款电驱化车型和14款燃油车型,以满足电驱化发展进度不同的市场中多样化用户需求。2024财年至2030财年期间,日产汽车计划推出34款电驱化车型,覆盖所有细分市场。到2026财年,日产汽车计划将全球电驱化车型占比提升至40%,并到2030财年提升至60%。

具体而言,按照日产汽车方面的规划,到2026财年,北美市场销量相较2023财年增加33万辆,将投资2亿美元(折合人民币14.4亿元)用于整合美国市场消费者体验。日产汽车将在美国和加拿大

产智能工厂理念。同时,从2025财年到2028财年,EV36Zero“日产电驱生态圈”生产方式将从英国桑德兰工厂扩展至美国坎顿、德切德和斯米尔纳工厂,以及日本栃木工厂和九州工厂。

与此同时,“The Arc 日产电弧计划”将进一步推进日产汽车智能化技术的发展,如下一代ProPILOT超智驾技术。该技术可在高速公路、一般公路、私人住宅以及停车场等场景中,实现门到门(Door-to-Door)的自动驾驶技术。

在电动化、智能化转型的时间节点,面对诸多不确定因素,为了节约成本以及降低风险,车企以抱团的模式造车并不鲜见。

市场推出7款全新车型。其中,在美国市场,78%的日产品牌乘用车产品阵容将迎来焕新,并将推出搭载e-POWER技术和插电混动技术的车型。

中国是日产汽车最重要的市场之一。至2026财年,在中国市场,将有73%的日产品牌产品阵容焕新,并推出8款新能源汽车(NEV)车型,其中包括4款日产品牌车型。同时,日产汽车计划至2026财年使其年销量增加20万辆达到100万辆。

记者了解到,从2025年开始,日产汽车将依托中国首次启动整车出口,第一阶段实现出口10万辆的目标。与此同时,日产汽车将与当地合作伙伴协作持续优化产能。

而在日本市场,到2026财年,80%的乘用车产品阵容将迎来焕新,日产汽车亦将推出5款全新新

型,并使电驱化车型占比达到70%(乘用车)。日产汽车计划到2026财年销量达到60万辆,这意味着将在2023财年的基础上增加9万辆销量。

此外,在非洲、中东、印度、欧洲和大洋洲市场,至2026财年,日产汽车计划在该区域市场销量实现相较2023财年增加30万辆的目标。

其中,在欧洲市场,至2026财年,日产汽车将推出6款全新车型,纯电动销售占比达到40%(乘用车);在中东市场,推出5款全新SUV车型;在印度市场推出3款全新车型,并将作为出口枢纽,实现出口10万辆的目标;在大洋洲市场,推出1款1吨级皮卡车型及1款C级跨界纯电动车型;在非洲市场,推出2款全新SUV车型,并拓展A级燃油车型。

在7%至8%之间(不包括电池产能投资)。此外,日产汽车还计划对电池产能领域投资4000亿日元(折合人民币190.4亿元)以上。同时,将稳步增加电驱化产品的相关投资,到2026财年占比超过70%。日产汽车计划在“The Arc 日产电弧计划”实施期间保持1万亿日元(折合人民币476亿元)健康的净现金水平。

“在这一综合全面的计划之下,我们将提升日产汽车的竞争力和盈利能力并实现可持续发展。我们坚信日产汽车具备落实执行这一计划的所有条件,这将为实现‘日产汽车2030愿景’(Nissan Ambition 2030)提供坚实的基础。”内田诚说道。