

挑战 Model Y 蔚来的品牌下沉“阳谋”

本报记者 郭阳琛 石英婧
合肥 上海报道

“总之一句话爆单了。我特别叮嘱服务器要扩容5倍，但还是有一点儿卡。”9月20日，在乐道L60上市发布媒体沟通会上，蔚来创始人、董事长、CEO李斌忍不住嘴角上扬。

《中国经营报》记者了解到，作为蔚来全新品牌乐道的首秀，乐道L60起售价20.69万元。若采用BaaS电池租用服务，乐道L60价格低至14.99万元，叠加创始版权益每月租电费用只需480元。

对于乐道L60的市场竞争力，李斌充满期待。他表示，作为一辆20多万元的纯电SUV，希望乐道L60能够与Model Y进行比较。而

乐道首秀“爆单”

9月19日，蔚来全新品牌乐道的首款车型——乐道L60正式上市。

9月19日，蔚来全新品牌乐道的首款车型——乐道L60正式上市，售价20.69万元起，比21.99万元的预售价低了1.3万元。相比特斯拉Model Y后轮驱动版，更是足足便宜了4.3万元。

值得一提的是，采用BaaS电池租用服务，乐道L60价格低至14.99万元，电池租用月费最低只需599元。若加上创始版权益，每月租电费用只需480元。而根据蔚来的经验，选择BaaS模式的购车车主占比超过80%。

李斌直言，油车和电车一直很难做价格定位，过去电车相当于把好多年省的油钱先提前付了买电池。“我们采用BaaS模式的价格，方便油车用户定位（比价），这就是把车和电池分离以后的好处。”

“平均一名油车用户，一个月需要一箱半到两箱油。而乐道L60每月的电池租用费，相当于92号汽油加满一个60升油箱的价格。再加上每个月一两百元的充电费，实际上乐道的电池使用成本相比油车日常加油成本更低。”艾铁成具体阐释道。

李斌进一步表示，在15万~20万元的市场，每月油车销量有十几万辆。即使不考虑购置税优惠，希望乐道L60也要比传统合资品牌更

在采用BaaS模式后，乐道L60下沉至15万~20万元的市场，希望能成为传统合资品牌油车的挑战者。

与李斌的思路相似，9月以来诸多车企纷纷拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y，9月10日开启预售的智界R7，9月20日上市的极氪7X和smart精灵#5，9月26日上市的新款智己LS6和阿维塔07等。上述车型均为纯电中型SUV，售价在20万~30万元。

除了换电和BaaS模式，网感是乐道的另一大优势。早在乐道L60上市前，便进行了为期36天2万公里、途经73个城市的直播实测；上市发布会后第2天，李斌又和蔚来高级副总裁、乐道汽车总裁艾铁成进行了一场两小时的直播，直面用户的“灵魂提问”。

有竞争力，成为本田CR-V、丰田RAV4、大众途观这些热门中型SUV油车的挑战者，这是乐道L60承担的使命。

尽管定价十分具有竞争力，但仍确保乐道有一定的利润空间。按照李斌此前的说法，一旦产能达到期待量之后，乐道品牌有机会做到15%左右的毛利率。

李斌透露，乐道在全力以赴增产。按照计划，今年10月乐道L60产能将达到5000辆，12月达到1万辆；而明年1月产能至少为1.6万辆，3月则提升至2万辆。

在扩大产能的同时，乐道也在进一步布局补能体系和渠道终端。按照计划，至2024年年底，乐道可用换电站将超过1000座，加电体系已接入超过2.3万根自建超充桩，100多万根第三方充电桩，实现换电、充电县县通。渠道方面，乐道计划建设200多家门店，接入350家服务中心。

作为首个推出第二品牌的造车新势力，蔚来与乐道之间会相互竞争吗？李斌认为，两者品牌定位不同。乐道专为家庭打造，而蔚来偏向高端商务个性市场。“从行业经验来看，双方会相辅相成，不会互相抢份额。比如丰田和雷克萨斯、大众和奥迪，互相之间的客群是分开的。”

“各大门派”围攻 Model Y

除了乐道L60，诸多车企也拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y。

“今年新车销量中，30万元以上的高端市场占比下降了一些，宝马、奥迪等高端品牌迫于市场压力将价格降至30万元以下。同时，在20多万元区间有非常多不错的电动车，包括特斯拉Model Y，还有理想、极氪的一些车型，在25万元左右的价格段形成新的引力中心。”谈及今年的车市，李斌感慨万千。

除了乐道L60，诸多车企也拿出冲量车型围攻特斯拉Model Y，在2024年成都国际车展“出圈”的极氪7X便是最为典型的例子。记者注意到，从8月31日开启预售到9月20日正式上市，极氪7X在这20天内的订单已经突破5.8万单。尽管如此，极氪依然将新车售价下调1万元至22.99万元起售。

“从事汽车快30年，经历过的产品定价也有上百次，这次的定价的确是最难的。”对于此次调价，吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧表示，考虑到用户的期待和市场的竞争环境，最终集体决策确定下调价格，“我们认为是非常合理、有竞争力的”。

安聪慧进一步表示，在纯电

“人气主播”李斌

在上述激战中，李斌和乐道的一大优势便是善于利用互联网接近用户。

在乐道L60上市前，新车1号车主、乐道汽车用户与服务运营负责人夏庆华开着乐道L60首台量产车，开启了为期36天2万公里、途经73个城市的直播实测。9月19日下午，夏庆华即将收官回到合肥，李斌特意出城60公里远迎并参与直播。

而在此两天前，9月15日—17日，李斌还远在新疆。推进充电桩县县通和换电县县通计划的落地，李斌开着ES8前往新疆喀什周边县区并进行直播。在此期间，李斌还与老朋友新东方创始人俞敏洪在雪山下进行了一场“围炉夜话”，直播畅谈成长经历、



近日，蔚来子品牌乐道首款新车乐道L60正式上市，以较高性价比吸引大量消费者。

本报资料室/图

SUV时代，简单跟谁造一台比Model Y更Model Y的车并不费力，中国车企有这个工程能力和成本优势，但这不是极氪的选择。极氪7X的目标是成为纯电SUV细分市场的标杆，不论是技术、安全、销量还是财务表现，都要成为标杆。

与此同时，9月20日，号称smart品牌“史上最大”车型的精灵#5正式开启预售，预售价格为24.5万元起。

创业感悟乃至人生规划。

李斌表示，蔚来这几年一直都在风口浪尖上，很多人也会消费自己，所以开玩笑说CEO现在也叫“首席娱乐官”。“但我今年也发生了一些变化，我原来是不会做社交媒体的，朋友圈、微博都是广告。从今年3月份，我也开始做直播。”

“我想明白了，虽然世界不欠我们一个理解，但不管是企业还是我们做的事情，也是需要跟大家交流的，让大家了解一个真实的蔚来，了解一个真实的李斌，也是我的一个责任。”李斌感慨万千。

记者注意到，如今，夏庆华还

一直以小而精的特质示人的smart品牌，之所以选择造“大车”也考虑到市场因素。smart品牌全球CMO张明霞向记者表示，中型SUV是更主流的车型，smart品牌需要有更大的市场，让品牌在市场上保持声量。smart精灵#5会对整个销售带来非常重要的拉动作用。

可以预见，20万~30万元的乘用车市场将迎来一场大混战。天风证券研报分析称，这一

价格段的新能源车越来越多，一方面，部分原30万~40万元价格带车型降价至30万元以下；另一方面，国产新能源车在技术和消费者心智等方面逐步有赶超国外某车企趋势。

“20万~30万元价格带业务规模前五名公司所占市场份额集中度由2023年76%下降至2024年5月的69%，新能源车厂在定价压力下促使这一价格带竞争明显加剧。”天风证券研报进一步表示。

计，而非同级别竞品中较为常见的双叉臂独立悬架。

蔚来助理副总裁、乐道产品负责人俞斌在直播中回应称，乐道L60定位是家庭舒适导向，在城区开操控需要灵活和大空间，双球节麦弗逊是非常好的选择。“硬件是底线，调校才是上限，大家不要只看数据，真正实实在在地试一下乐道L60，用事实说话。”

而李斌在接受记者采访时直言，直播并没有占据自己太多的时间。对于直播，也并不期待有太大的传播效果，更多的是为拉近与用户的距离。

降本增效 多家汽车零部件巨头谋“瘦身”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

今年以来，多家汽车零部件巨头相继举起降本增效大刀。

汽车零部件供应商博世CEO Stefan Hartung（史蒂凡·哈通）于当地时间9月21日表示，尚未排除关闭德国北部Hildesheim电动汽车工厂的可能性，也没有排除进一步裁员的可能性。公司与员工代表们开会，讨论如何确保竞争力。

博世此前已有过一些裁员计划。对于上述工厂关闭和裁员实施的可能性，博世中国相关负责人向《中国经营报》记者表示：“关于Hildesheim工厂，正如哈通博士在采访中提到的，公司目前尚未做出任何决定。管理层目前正与员工代表进行交流，以确保该厂的竞争力。”

虽然博世Hildesheim工厂的关闭和进一步裁员尚无确定的消息，但上述消息也反映出博世当下所面临的挑战并不小。

实际上，博世所处的境况只是欧洲汽车零部件巨头的一个缩影。据记者不完全统计，今年以来，已经有博世、采埃孚、法雷奥等零部件巨头都对外宣布过裁员计划。但值得注意的是，面对中国市场，这些汽车零部件巨头都在选择继续加码布局。

汽车行业分析师任万付告诉记者，像博世、采埃孚等传统的零部件巨头，他们的优势主要在电子电控，包括变速器等方面，而这些主要都与传统的燃油车相关。“随着全球掀起的电气化浪潮，尤其以中国的造车新势力和美国特斯拉为代表的车企带来的电气化革命，这些汽车零部件巨头的优势没以往那么大了，因为全球的燃油车销量在下降，这是不争的事实。”

巨头们的“瘦身”举措

据新华社报道，大众汽车集团2日发布声明称，公司正考虑首次关闭其在德国的一家汽车制造厂和一家零部件厂，并终止自1994年实施的就业保护协议，以进一步削减开支。

除了大众外，此前也有报道称，为增加新款雪佛兰Bolt EV的产量，通用汽车公司宣布，将暂时解雇美国堪萨斯州费尔法克斯装配厂三分之二的工人，直到2025年中期恢复生产。

这种裁员潮也蔓延至汽车供应链。今年7月下旬，为了提高竞争力，应对电动汽车领域的变化，

坚定加码在华市场

值得注意的是，在各大汽车零部件巨头对外宣布的裁员计划中，都没有涉及中国市场。不仅如此，面对中国这一潜力巨大的汽车消费市场，各大汽车零部件巨头更是不断加码投资。

过去10年，博世在华累计投资超500亿元。截至2023年年底，博世在华设有34家生产基地和26个技术中心，拥有员工近5.8万名。中国是博世除德国本土外，拥有员工人数最多的市场，研发人员就超1万名。2023年，博世在华研发费用达110亿元（约合14亿欧元）。

对于中国市场的重要性，博世中国总裁徐大全称：“中国不仅是巨大的消费市场，也是重要的创新基地。稳健的业绩增长为博世在中国持续深化本土创新和布局提供坚实的基础。”

中国市场也反馈亮眼。以

采埃孚集团对外宣布，到2028年年底，德国员工人数将陆续减少约1.1万人至1.4万人。采埃孚集团目前在德国有5.4万人，这意味着德国员工总数的四分之一将受到影响。

实际上，博世在1月份就宣布，计划在2026年前裁员1200人，其中950人在德国本土。记者了解到，博世集团此番宣布的裁员计划主要集中在智能驾驶与控制系统事业部(XC)。

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，今年7月下旬，为了提高竞争力，应对电动汽车领域的变化，

2023年为例，虽然受到诸多不利因素的影响，但博世在华业务仍保持了增长，达到1390亿元（约合182亿欧元），同比增长5.2%。其中，智能出行业务成为主要增长引擎，其在华销售额实现了8.2%的增长，达到1121亿元人民币（约合146亿欧元）。

不仅是博世，采埃孚也十分重视在华的发展。近年来，中国已经成为采埃孚全球产品和技术率先推出的重要基地之一和创新中心。在智能底盘领域，采埃孚整合后的新底盘解决方案事业部将数个研发重点项目放在中国，紧跟中国速度，高效为客户提供先进技术与产品。

这些零部件巨头不断深化本土化。不久前，吉利远程新能源商用车集团与采埃孚签署合作备忘录，宣布扩大双方的战略合作伙伴

面对经济不确定性、市场需求变化以及技术转型压力下的应对策略。“他们这么做的背后考量主要包括：一是为了降低成本，提高运营效率，以应对全球经济放缓和汽车行业波动带来的挑战；二是优化资源配置，集中力量于更具增长潜力和竞争力的业务领域，如智能驾驶与控制系统等；三是加速转型，适应电动汽车和自动驾驶等新兴技术的发展趋势。”

“这样的‘瘦身’举措能让企业在短期内减轻财务负担，提升盈利能力；长期则有助于实现业务结构的优化和技术的领先。但也存在

关系，其中提到了“双方还将共同推出逐步迭代的智能化解决方案，实现技术的互联互通，推动商用车向高阶智能驾驶和智能网联方向发展”。

对于与吉利远程的合作，采埃孚相关负责人告诉记者，通过双方的合作，采埃孚不仅能够加强其在全球商用车智能化领域的战略布局，还能推动整个行业的技术进步和产业升级。

上述负责人解释道，作为商用车领域领先的一站式解决方案供应商，采埃孚专注于融合技术专长与开放式创新路径。通过与远程合作，采埃孚将其在传动技术、电驱动系统等领域的创新能力，结合远程在商用车行业醇氢和电动赛道的优势，共同打造具有全球竞争力的以醇氢和电动为核心的全系列新能源商用车产品，推动整个商

一定的弊端，如员工失业带来的社会影响、企业文化和团队稳定性的破坏，以及转型过程中可能遇到的技术和市场风险等。”江瀚说道。

“与其他公司一样，艰难的经济环境和持续的转型给博世带来了重大挑战。如此情况下，我们必须保持竞争力。与此同时，我们需要进行前瞻性投资，并为未来发展做好准备。”对于当下的市场环境，博世中国相关负责人表示：“当前的经济形势充满变化和挑

战，我们也在不断评估我们在各个市场和领域的业务发展。博世的的目标仍然是通过新产品和广泛的

用车行业的智能化和可持续发展。据悉，采埃孚在中国全方位深化实施本地化战略。近年来在上海、张家港、广州、沈阳、武汉、威海、日照和十堰兴建了新的工厂和技术中心，项目覆盖EPS、方向盘、安全气囊、安全带、电驱动、IBC、后轮转向系统(AKC)、线控转向以及X-Link底盘模块新品等领域。

轮胎巨头普利司通也在不断加码在华布局。今年6月，普利司通中国宣布，集团将继续加大在华投资力度，预计未来3年内投入约5.62亿元，重点用于加强生产基地建设，提升高端乘用车轮胎生产占比。其中作为重点投资项目，普利司通集团计划在2024年向普利司通(无锡)轮胎有限公司投资2600万美元（约合人民币1.9亿元），扩大高端乘用车轮胎生产能力。

谈及汽车零部件巨头深耕中国的种种举措，任万付告诉记者：“现在能源革命或者说技术革命的主动权已经不在这些零部件巨头手中了。现在汽车工业的发展中心已经向中国转移，中国市场既有保有量，又有发展潜力，还有领先的技术高地，深耕中国肯定是明智的决策。”

江瀚也向记者分析道，中国作为全球最大的汽车消费市场，其巨大的市场潜力和持续增长的需求为汽车零部件巨头提供了广阔的发展空间。这些企业不断加码中国市场的举措，展现了对中国市场长期发展前景的坚定信心。“他们看到了中国消费者对高品质、高科技含量汽车产品的需求不断增长，以及政府在推动新能源汽车产业发展方面所做出的巨大努力。”