

自燃、召回、停工、欠薪……造车新势力烦恼缠身——

400多个造车新势力迎来“生死年”

本报记者 林燕

造车新势力们近期热点霸屏。

上周,华人运通在上海高调发布新品牌高合hiphi,首款高合hiphi 1全球首发;威马汽车目前看起来发展不错,入围“2019福布斯中国最具创新实力企业榜”;而借着电影《哪吒》全国热映的热点,合众汽车的2020款哪吒N01即将面世……

负面消息也不绝于耳,蔚来汽车自燃、召回;小鹏因新车迭代过快遭老车主集体投诉;近10家造车新势力被停工、欠薪等糗事缠身。但更惨的莫过于绝大多数造车新势力仍停留在“PPT阶段”,量产交付遥遥无期。

命运多舛的造车新势力,真的迎来了业内所说的“生死年”?



9家实现交车 前三名每月卖车一千多辆

据不完全统计,自2009年野蛮生长至今,全国已有480多家造车新势力,其中发布品牌的就有六七十家。但截至目前,实现交付的只有蔚来、威马、小鹏、合众、新特、云度、前程、电咖和零跑汽车等9家企业。

保监会公布的机动车交强险数据显示,上半年,威马EX5累计上牌量8548辆,位居第一,排名第二的是小鹏G3,8494辆,第三第四分别为蔚来ES8,7656辆,哪吒N01为3814辆。其他车型均未超1000辆,其中,新特上半年实销849辆,而去年表现较好的云度和电咖汽车,今年销量都只有区区数百辆。

根据中汽协数据,2019年上半年,全国汽车销量1232.3万辆,同比下降12.4%,而新能源汽车销量61.7万辆,同比增长49.6%,其中电动车增长很快,占新能源汽车销量的近8成。但电动车的“好成绩”中,造车新势力仅仅贡献了9%,尽管比去年的1.3%已有明显进步,可依然难与吉利、比亚迪等传统车企的电动车销量比肩。

如果对比造车新势力的年度销量目标,其交付的新车数量更显得捉襟见肘。蔚来汽车今年销售目标在4万至5万辆之间,半年销售7656辆的成绩,还不到全年目标的五分之一;零跑要在年内完成1万辆的销量目标,但目前仅交付10辆S01车型。电咖汽车2025年要达到36万辆的目标,但今年销量还只是三位数……可以说,造车新势力想要完成年度目标,压力山大。

自燃、欠薪、停工 造车新势力烦恼不断

除了受制于车市大环境,造车新势力的销量压力还与其自身引发的信任危机有关。

今年以来,蔚来汽车先后在上海、西安等地发生多起自燃事故,6月,因动力电池模组出现缺陷,蔚来又宣布召回4803辆ES8,近日蔚来又传裁员消息。同样遭遇信任危机的还有小鹏汽车。7月中旬,“迭代升级”的小鹏G3因“保鲜期”过短引发近万名老车主集体维权(见本报7月24日23版),小鹏汽车不得不紧急推出补救方案……两大头部造车新势力的口碑形象都遭遇了重创。

同时,欠薪、停工等一大堆的糗事也缠上了造车新势力。去年上市DEV 1的新特汽车,宣称收获超4万张订单,全年销量超3000辆,但近日,又传出其在贵阳的工厂项目已暂停建设的消息,形势不容乐观。还有长江汽车

等有逾10家出现拖欠员工薪酬或供应商货款的情况;前途、国金品牌也开始掉队;FF和奇点的新车上市计划一拖再拖……

而就在造车新势力烦恼不断之时,上半年的销量冠军威马却平稳低调。继今年3月完成30亿元人民币的C轮融资,累计融资已近230亿元后,上月,威马又开始了面向海外的D轮融资。据了解,截止2019年6月,威马已累计签约93家智行合伙人,下半年威马还将推出两款新车。

除上述品牌外,造车的赛道上依然有车企坚定前行。爱驰汽车第一款纯电SUV爱驰U5将于今年9月量产,第四季度正式交付,拜腾新车也将于今年交付。华人运通上周亮相了首款量产车高合hiphi 1,计划2021年上市销售。

淘汰赛加速 造车新势力如何破局

与传统车企不同,造车新势力依赖资本才能活下去。据不完全统计,造车新势力融资规模已超1700亿元。其中,蔚来、威马、小鹏等10家较为知名的造车新势力融资总额已超千亿。据全球数据研究机构PitchBook发布的数据显示,去年同期中国电动车的风投金额高达60亿美元,但今年上半年,金额跌至7.83亿美元。从去年下半年开始,造车新势力公布融资的消息已慢慢减少。首批登陆科创板的公司里,也没有了造车新势力的身影。

因此,业内普遍认为,2019年是造车新势力们的“生死年”。如何尽快推出新品,实现零的突破;如何保证产品质量、建立消费者口碑;如何把控好营销方式、合理定价……是造车新势力们需要直面的问题。

造车是一个投资极高、回报周期长的产业,特斯拉经历了漫长的15年才勉强实现赢利。作为中国造车新势力的头部企业,蔚来汽车近三年来已累计亏损近200亿元,盈利更是遥遥无期。但传统车企已经加快了电动车领域的步伐,通用、大众都宣布了在国内投放电动车的计划,未来将有几十款车型要上市,留给造车新势力的时间已经不多。

淘汰赛加速,造车新势力的未来在哪?张建业说,造车新势力给汽车行业带来了更前瞻的技术和创新,推动了汽车新能源化以及智能化的快速发展,但也存在自身发展的局限,“造车新势力只有融入到更大的体系里,才有可能找到新出路。”有关专家预测,具备生产和销售资质的,拥有一定的用户基础、技术积累和品牌影响力的造车新势力,

可以通过上市或被收购来体现价值,或主攻某一领域成为科研项目……也就是说,造车新势力的价值将体现在未来。

华人运通创始人、董事长兼CEO丁磊提出了“智能汽车、智捷交通、智慧城市”的“三智”战略,将智能汽车与智捷交通、智慧城市联结在一起综合布局,谋求在更大的生态系统发展中去培育智能汽车的发展。避免与传统车企正面竞争,这或许也是造车新势力们破局的一种思路。

本周末平阳、诸暨站同时举行 “巡展的夏天”即将落幕



每年夏天,钱江晚报都会联合各大主流汽车品牌下沉到三、四线城市,为各县市的消费者送去“一车难求”的热门车型、精彩纷呈的演出和实实在在的购车优惠。今年7月开展至今,浙江汽车巡展接连走过金华、宁波、瑞安、温岭等地,不管是烟火气十足的小吃街,还是人头攒动的商场广场,都留下了消费者们的纳凉看车的欢声笑语。暑意正浓,汽车巡展却即将在本周末(8月10日~11日),在平阳与诸暨两地迎来收官之战。

全省汽车巡展第九年,这是头一回走进温州平阳。此前就有不少平阳网友在钱报车友会微信留言希望巡展能去到平阳,给当地人送去购车福利。今年,浙江汽车巡展的收官站落地平阳水头财富广场,带来了吉利汽车、雪佛兰、上汽大通、起亚、风神、宝沃、红旗、星途等品牌,共30款新车,各品牌纷纷表示,将尽最大努力为平阳百姓谋福利。

与平阳同期的诸暨站在雄风广场举办,正值热门综艺《乐队的夏天》收官,主办方还请来了当地知名的乐队助兴,让大家都能亲身感受一把Live的魅力。各参展商也带来了各具特色的互动礼包。

“巡展的夏天”终究是要落幕了,但欢乐的有车生活不会落幕,本周末,平阳和诸暨站,让我们不见不散。
章伊琦

借着《哪吒》热映,合众汽车推出2020款哪吒N01。