

新能源车纷纷涨价,它却反其道而行之

特斯拉这条“鲶鱼”搅起了哪些风浪

2023年伊始,特斯拉率先打响电动汽车价格战的第一枪。

近日,特斯拉中国在官网上宣布,在售Model 3及Model Y全系国产车型调整售价,降价幅度从2万元到4.8万元不等,两款热销车型纷纷创下了在中国的历史最低售价。此前,在2022年的10月24日、11月8日和12月7日,特斯拉曾三次推出优惠活动,这次已经是三个月时间内的第四次降价。

特斯拉反其道而行之,如一记惊雷,在新能源汽车行业炸开了。“国补”刚退出不久,新能源汽车行业就迎来全面竞争,真正的“优胜劣汰”开始了。

本报记者
王静 俞叶波新能源车纷纷涨价
特斯拉反其道而行

特斯拉宣布大降以后,口碑瞬间“冰火两重天”。一面是刚提车车主,新车还没热乎就亏了几万元,组建起了声势浩大的维权大军。另一面是人潮如织的销售门店,客流量比平时翻了一倍多。特斯拉杭州滨江银泰店销售小闫说:“这次降价吸引了很多正在观望的消费者,来店看车的人数翻了一番。”记者在特斯拉滨江银泰店驻足了十五分钟,期间有3拨消费者到店试车。

无论是“红”是“黑”,特斯拉都拥有让其它新能源车企艳羡的流量和无法企及的高利润率,新能源车企只能眼看着特斯拉收割一波消费者。

特斯拉频频降价为哪般
独一无二的成本控制是王道

事实上,新能源车企不仅无法跟进降价,受新能源汽车补贴政策退出的影响,进入2023年后,许多车企都向上调整了新能源汽车售价。特斯拉为何能反其道而行之?其最主要的原因是成本控制和高利

润率。

1月6日,特斯拉对外事务副总裁陶琳在其微博上发文称,特斯拉价格调整的背后,实质上是独一无二的成本控制之最佳定律,坚持以成本定价。

该说法也得到了资深行业专家张建业的认可,他表示,特斯拉从上游的矿到电池、芯片的生产,到车的零部件设计生产都直接介入,特别是一体压铸汽车车身,节省了成本。

业内人士称,特斯拉此次降价的原因,还包括特斯拉上海工厂的产能超过了销量增速。当订单量无法与高产能互相匹配时,持续运转的工厂需要维持成本,通过降价可以进一步刺激订单销量。

此外,由于特斯拉早期进入中国市场定价虚高,“水分大”,因此现在有足够的降价空间,这也是降价的首要条件。去年高歌猛进的电池原材料价格也按下暂停键,为新能源车降低成本提供了可能。

加剧新能源汽车“优胜劣汰”
消费者何乐而不为

自进入国内,特斯拉一直以来被视为“洪水猛

兽”,不按套路出牌,抢占着新能源汽车的市场份额,挤压着中国新能源品牌的生存空间。但不可否认的是,特斯拉就像鲶鱼一样,搅活了国内造车新势力江湖,倒逼企业快速成长,加剧竞争。

据统计,目前新能源汽车品牌中的蔚来ET5、问界M7、零跑C11、哪吒S、小鹏P7等车型,价格区间基本与Model 3、Model Y国产车型重合。而为了在特斯拉的虎口“夺食”,各品牌的产品性价比都做到了极致。一方面从技术创新角度来提升产品竞争力,另一方面则是加速整车集成设计来降低成本,是新能源车企应对行业竞争的主要做法。

张建业透露,特斯拉的成本“大杀器”,一体压铸汽车车身国内已经在研发了,比如蔚来ET5、小鹏汽车等。长安、一汽也宣布将对压铸工艺进行跟进布局,一体化压铸技术已经成为当前国内的发展趋势。

2023年,补贴退出,新能源汽车与燃油车迎来了正面战场。而行业领头羊特斯拉打响的价格战,更是令其他新能源车企压力倍增。可以想见,2023年的新能源汽车行业腥风血雨,“优胜劣汰”将进一步加剧,当然,竞争带来的“降价提质”也是消费者喜闻乐见的事。

零跑杭州交付超万台,年交付超11万台

高质量发展,助力浙江再造世界级车企

2023年1月5日,新年刚开局,省主要领导赴金华经济技术开发区零跑汽车有限公司,考察生产车间,勉励企业紧抓发展风口,加大核心技术研发力度,持续提升竞争力。

2022年浙江省新能源汽车行业,提前3个月完成年初制定的年产量40万辆目标。车企表现十分突出,以吉利为代表的传统车企电动化转型加速销量逐步走好,以零跑为代表的造车新势力持续放量增长,突飞猛进。同年零跑杭州区域交付破万台,其中超一半以上为今年订单,成为驱动浙江新能源汽车产业持续高速增长的新引擎。

港股上市、交付破11万、百亿项目
零跑七周年表现尤为亮眼

浙江新能源汽车能取得如此的成绩,离不开浙江政府的关注和重视,近日发布的《浙江省加快新能源汽车产业发展行动方案(征求意见稿)》,提出到2025年,浙江力争新能源汽车年产量达120万辆,占全省汽车生产总量比重超过60%。

本土车企中,造车新势力零跑汽车去年的表现尤为亮眼:零跑C11全年稳居国产B级纯电SUV冠军,第四季度交付实现同比增长超120%;零跑T03全年稳居在售五门纯电小车冠军,凭借优秀产品力实现累计交付10万台的优秀成绩。

去年12月24日,零跑创始人、董事长朱江明为庆祝七周年,发布感谢用户的公开信《零跑汽车,超越您的期待》以及员工激励信《不忘初心,提效再出发》。

在给车主的公开信中,朱江明感谢了大家的陪伴、选择和信任,零跑在2022年实现了跨越式发展。在国



内“直营+城市合作伙伴”的模式下,截至去年12月31日,零跑共有582家门店,覆盖180个城市,为更多地区的用户提供全维服务。10月29日,产值超百亿达成典礼暨配套产业链项目签约仪式在零跑汽车金华基地举行,标志着零跑汽车正式进入规模效应新阶段。

国际上,零跑汽车海外门店相继落地以色列三处购物中心,零跑T03,凭借小巧、智能和高性价比的优势获得以色列等海外市场持续关注。

坚持全域自研七年
一路领跑,势如破竹

在给员工的激励信中,朱江明说,七年前我们选择了一条充满荆棘的赛道,选择了全域自研这条舍近求远的线路,在今年,终于让全行业都看到了零跑的加速度。

朱江明曾说自己“是‘毛竹效应’的践行者,七年持之以恒的攻关核心技术,硕果累累,零跑首创可量产CTC电池底盘一体化技术,让电池续航提升10%,抗扭刚性提升25%,安全性大幅提升。零跑还掌握完整的电驱技术与智能控制技术。

此外,依托千人AI算法团队及智慧城市数据,零跑已实现智能驾驶软硬件的全部自研自造。与大华股份联手推出自动驾驶芯片“凌芯01”首次搭载在零跑

C11上,让零跑成为国内首个自研芯片并且量产搭载的新势力车企。

“我们认为,没有独立自主的核心科技,就没有护城河,是注定要被打压下去的。”对于创新之路,朱江明非常坚定。

做用户的“代工厂”
来自硬核技术的自信

面对未来,在信中朱江明提出,零跑要做自己的“代工厂”,做用户的“代工厂”,打掉虚高的品牌溢价,以高性价比实现豪华平权,顶格满足用户需求,让中国消费者用好车。

汽车产业的“代工厂”,不同以往“代工厂”。汽车产品约由2万多个零部件组装而成,不仅包含硬件还有软件,其中包含极大的复杂性和技术门槛。为实现这一长远目标,零跑七年全域自研的扎根沉淀,已经为此做好了切实的准备。

朱江明提出从内改革,在研发端和营销端进一步集成;通过整车产品线GTM,从用户需求出发,以终为始打造超越期待的产品和服务。

零跑汽车当下所掌握的硬核技术,是其为用户做代工厂的实力和底气。

胡进