

扩产能抢人才 造车新势力“争地盘”白热化

造车新势力日前公布7月销量数据,小鹏、理想、蔚来汽车交付量同比大增。与此同时,车企也通过建厂、上产线不断扩产,以满足不断增长的市场需求。

机构表示,新能源汽车已从补贴驱动跨越至市场驱动,步入了高速增长阶段,全球景气度持续共振向上。预计2025年全球新能源汽车渗透率有望接近20%。

●本报记者 金一丹

赛道越来越拥挤

理想汽车7月交付8589辆理想ONE,单月交付量首次超过8000辆,环比增长11.4%,同比增长251.3%。2021年前7个月,理想汽车总交付量达38743辆。理想汽车称,理想ONE目前累计交付量已达72340辆。

7月,小鹏汽车总交付量达到8040台,同比增长228%,环比增长22%。其中,小鹏P7车型7月交付6054台,自2020年启动交付以来,累计交付量4万台。1-7月,小鹏汽车累计交付38778台,是2020年全年交付量的1.4倍。

蔚来7月交付量为7931辆,同比增长124.5%;1-7月,蔚来汽车累计交付49887辆,超2020年全年交付量。其中,蔚来ES8交付1702辆,蔚来ES6交付3669辆,蔚来EC6交付2560辆。蔚来企业传播负责人马麟告诉中国证券报记者:“7月销量是我们历史第二好成绩,符合预期。”

芯片紧缺是近期困扰新能源汽车生产的难题。蔚来汽车董事长李斌日前在接受媒体采访时表示,目前江淮蔚来每天的平均产能约为400辆,按每月25个工作日计算,月产能可达到1万辆,但受芯片和电池供应紧缺的影响,每个月7500辆的产能也是有压力的。“目前出现供需失衡的芯片主要为基础芯片,对行业构成短期压力。”

8月3日,市场监管总局针对汽车芯片市场哄抬炒作、价格高企等突出问题,根据价格监测和举报线索,对涉嫌哄抬价格的汽车芯片经销企业立案调查。

中汽协副秘书长叶盛基指出,二季度汽车芯片短缺将达到最高峰,乐观预测下半年开始缓解,全年有望基本抹平影响,2022年年中汽车芯片供应有望恢复正常。

提升产量招兵买马

在交付量持续增长的同时,造车新势力也在不断扩产,提升汽车产量。

7月31日,小鹏汽车宣布武汉经济开发区的项目正式启动。据了解,该项目占地约1500亩,将设置冲压、焊装、涂装、总装、电池、电驱等工艺车间。规划产能10万辆,达产后可实现年产值300亿元以上。据悉,武汉工厂是小鹏汽车第三个自主制造基地,另外两个分别在肇庆和广州。

5月,蔚来汽车宣布与江淮汽车和江来先进制造技术(安徽)有限公司,就联合制造蔚来汽车和相关费用安排达成了协议。根据协议,从2021年5月到2024年5月,江淮汽车将继续生产ES8、ES6、EC6、ET7,以及潜在的其他蔚来车型。此外,江淮汽车将把年产能扩大到24万辆(基于每年4000个工时),以满足蔚来汽车日益增长的需求。

4月,位于安徽合肥的新桥智能电动汽车产业园区正式开工,蔚来汽车将在此与合作伙伴建设整车工厂和零配件基地,园区前期投资500亿元,规划整车产能100万辆/年,电池产能100GWh/年,预计年总产值达5000亿元人民币。中国证券报记者从蔚来汽车获悉,该基地将于2022年投产使用。

除了产能扩张外,引进人才也成为造车新势力抢夺的阵地。7月28日,小米创始人雷军在其微博发布招聘启事,招募500名自动驾驶领域技术人员,自研L4智能驾驶技术。

BOSS直聘数据显示,2021年以来,特斯拉、蔚来、理想、小鹏等造车企业招聘岗位数量、求职者关注热度持续攀升。其中,自动驾驶研发、智能座舱设计、软件工程师、销售、用户运营等岗位的需求同比增幅已经超过1.8倍。

与此同时,行业薪资水平也大幅度上涨。据BOSS直聘统计,造车新势力给出的平均月薪为15367元,较2020年同期上涨21.6%。蔚来汽车招聘的智能座舱推荐算法开发岗位,给出的薪水范围是每月2.6万元-5万元,而智能人机交互的首席系统架构师月薪更是高达8万元-11万元;理想汽车给智能驾驶舱高级系统工程师岗位开出的月薪是3万元-6万元,智能驾舱测试经理月薪为3.5万元-6万元;小鹏汽车的自动驾驶视觉算法资深工程师、自动驾驶软件高级专家年薪高达60万元-80万元。

值得注意的是,造车企业的此轮抢人大战中,销售岗位人才也成重点的抢夺对象。在BOSS直聘上,蔚来、小鹏、理想、特斯拉四家企业在北京对该岗位给出的薪资分别是2万元-4万元、1.5万元-3万元、1.5万元-2万元、9千元-1.2万元。

BOSS直聘研究院相关人士表示,随着百度、小米等互联网行业巨头的跨界进入,造车赛道变得越来越拥挤,造车新势力们需要在技术、运营、用户体验等方面下功夫,打造自己的核心优势。

打响市场争夺战

随着碳中和、碳达峰的目标提出,汽车消费市场格局也正朝着电动化、智能化方向快速转变。

乘联会数据显示,1-6月,新能源汽车累计生产121.5万辆、销售120.6万辆,同比均增长2倍,累计销量已经与2019年全年水平基本持平。其中,纯电动汽车生产102.2万辆,同比增长2.3倍,销售100.5万辆,同比增长2.2倍;插电式混合动力汽车生产19.2万辆,同比增长1倍,销售20万辆,同比增长1.3倍;燃料电池汽车生产632辆,同比增长43.6%,销售479辆,同比增长5.7%。

乘联会指出,新能源汽车已经12个月刷新月度销售纪录,今年以来,汽车销售月度波动频率已经与整个汽车市场波动频率趋于一致,这意味着中国新能源汽车消费“政策市”效应逐渐消失,将切换为市场驱动为主的消费方式。

今年以来,科技公司掀起新一轮的造车热潮,百度、小米、滴滴、创维、360等先后入局,使造车新势力阵营进一步扩大。乘联会认为,新能源汽车风口正强,产业链门槛正在降低,科技公司抢占汽车蓝海的势头正盛。

对于科技公司入局新能源汽车行业,李斌表示,蔚来一直将友商视作“竞争队友”,包括特斯拉在内,大家既有竞争关系,但也是新能源智能汽车赛道上的队友。对于造车新势力而言,大家拥有共同的使命,就是要让更多的燃油车主主动将车辆置换为新能源汽车。

“只有当新能源汽车销量占新车销售量50%的时候,才是电动汽车企业彼此竞争的开始。”李斌坦言。

快速扩产上量,抢占市场成为造车新势力的共识。理想汽车联合创始人、总裁沈亚楠曾公开表示:“我们的目标是到今年9月,月销量突破1万台。”哪吒汽车联合创始人、CEO张勇也表示:“1万辆车是我们近期的一个阶段性目标。”

中信证券预计,预计到2025年,全球新能源汽车销量有望接近780万辆,渗透率超过20%。



视觉中国图片 制图/王春燕

中国汽车流通协会: 芯片问题缓解 市场需求将逐渐释放

●本报记者 崔小粟

中国汽车流通协会日前发布最新一期“汽车消费指数”。数据显示,7月我国汽车消费指数为59.6,较上月有所上升,但与今年前几个月相比出现下降。中国汽车流通协会表示,随着芯片问题得到缓解,厂家产能逐渐恢复,各品牌主流车型的供给开始恢复,之前压抑的市场需求将会逐渐得到释放,预计8月汽车销量有所增长,销量较7月上升。

经销商将进入被动补库存阶段

中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,7月汽车经销商库存预警指数为52.3%,同比减少10.4个百分点,环比减少3.8个百分点,库存预警指数位于荣枯线之上。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示,7月作为传统淡季,再加上芯片短缺及终端需求不足影响持续发酵,整体市场需求放缓,销量下滑。7月中下旬,广东、南京等地疫情复发,河南地区汛情、江浙沪地区遭受台风登陆,均对汽车市场造成一定影响。再加上芯片短缺造成供给受限,部分厂家延长高温假,走量车型短缺及折扣回收明显,经营利润有所下降。目前,经销商整体库存水平处于低位,补库存动力较强。但对于自主品牌,整体库存压力仍在,部分厂家压库存力度不减。

中国汽车流通协会指出,随着广东、南京等地疫情得到有效控制,以及芯片供应短缺逐步缓解,厂家将加快生产节奏,市场需求不足的矛盾将凸显,预计8月经销商将进入被动补库存阶段。

预计8月汽车销量有所增长

从产销端看,疫情对国内工业生产的影响相对较弱。各大厂商进销节奏仍受芯片的影响,国外受疫情影响依旧严重,进口车供货紧缺。从市场价格指数走势看,豪华车市场的折扣继续减少,整体消费市场环境稳定,芯片短缺产生的资源供应问题仍然影响多数厂家,部分车型持续收

价。从价格指数来看,整体豪华市场价格指数环比增长0.2%。

从消费指数来看,7月汽车消费指数为59.6。随着芯片问题得到缓解,厂家产能逐渐恢复,各品牌主流车型的供给开始恢复,之前压抑的市场需求将会逐渐得到释放,预计8月汽车销量有所增长,销量较7月上升。

值得关注的是,近期,商务部提出将全链条着眼促进汽车消费,调整优化汽车管理政策,深化汽车流通领域“放管服”改革,完善汽车流通领域相关管理制度等,有助于下半年汽车消费增长。

盈利面并未出现大幅提升

7月28日,中国汽车流通协会发布的上半年全国汽车经销商生存状况调查报告显示,从盈利情况上看,上半年经销商亏损面下降至30.4%,但盈利面并未出现较大幅度提升,反而减少5.8个百分点至33.6%。中国汽车流通协会认为,一是由于芯片短缺导致供给不足;二是疫情后的刺激政策,部分消费需求提前透支,对二季度销售和经销盈利带来一定影响。

其中,豪华及进口品牌整体盈利情况较好,超过六成的经销商实现盈利,而合资品牌及自主品牌的盈利经销商占比在20%左右。

经销商利润结构中,上半年,新车销售和售后服务利润占比提升明显。有效的疫情防控使得消费者恢复到正常的出行状态,售后回厂量开始回升,售后产值提升明显。

从盈利结构来看,售后利润占盈利的一半以上,金融保险的贡献减少了近10个百分点;新车的利润贡献略有提升,从4.2%上升到9.2%。不过,价格倒挂现象依然存在,与去年同期相比,新车毛利率下降,但二手车毛利率从上年同期的5.1%增长到6.7%。

中国汽车流通协会预计,随着二手车限迁的进一步解除和购置税政策的落地,下半年经销商二手车或继续维持较高的毛利率。对于2021年全年,80%经销商对2021年汽车市场持乐观态度,预计全年销量实现同比正增长。

AutoX创始人兼CEO肖健雄:

无人驾驶是交通出行未来发展趋势

●本报记者 金一丹

智能化与电动化成为汽车产业如今发展的两大主线。自动驾驶研发服务供应商AutoX创始人兼CEO肖健雄日前在接受中国证券报记者专访时表示,无人驾驶是交通出行未来发展的趋势,通过技术升级迭代有望构建智慧出行新模式,同时降低道路交通事故发生率。

深耕全无人驾驶领域

中国证券报:无人驾驶有哪些技术特点?

肖健雄:实现无人驾驶需要多方面技术支持,其中关键一项为冗余系统。所谓冗余系统,就是在原来的系统上增加冗余,以增强汽车对于道路情况的观察、判断。例如,配备两套刹车系统、两套电力系统,以确保在一套系统出现问题时,另一套系统能够随时“替补上阵”,确保驾驶安全。

2018年,AutoX提出“全栈冗余”设计。公司设计了双AI智能,一套是基于三维高清图感知的AI大脑,一套是实时驾驶环境感知AI大脑。工程上,AutoX传感器全面冗余,以预防任何传感器失效的情况。在计算平台上,AutoX自主研发了车载域控制器VCU,使用车规级的芯片,并经过严格的系统稳定性测试。VCU系统中还有双线控芯片,以确保在一块芯片失灵时仍有备用方案。

自2020年起,AutoX展开公开道路上完全空车的无人驾驶测试,并于2021年1月面向公众开放其真正全无人驾驶运营,这是中国首个“全车无人”(车前、后排均无人)的Robotaxi面向公众运营。今年七月,AutoX发布第五代全无人驾驶系统AutoX Gen5,“为无人而打造”。自首代系统发布至今,AutoX用了四年的迭代实现了完全无人驾驶。

中国证券报:无人驾驶与辅助驾驶之间有哪些区别?

肖健雄:辅助驾驶和无人驾驶是两个完全不同的概念,对技术的要求也不尽相同。在辅助驾驶中,“人”的存在无法抹去。目前,大部分车企的辅助驾驶技术都在L4以下,受限于政策,只有部分功能能够实现运用,比如自动泊车、路线规划导航等。

与车企的辅助驾驶不同,AutoX更专注于全无人驾驶Robotaxi,即完全没有驾驶员、安全员,由人工智能主导驾驶,将人从驾驶座解放出来。

无人驾驶的应用场景非常广阔,像港口、矿山、码头等封闭场所,能够得到较快的应用落地并实现商用化。无人出租车这部分开发有难度,但是未来想象空间也更大。

自研自产降成本

中国证券报:如何平衡高额研发投入与平民化量产之间的关系?

肖健雄:众所周知,飞机的造价很昂贵,但航空公司并不会因为造价贵而放弃购买飞机,或者盲目追求成本便宜而降低安全标准。对于成本投入大的行业,只有通过规模化量产,才能降低成本,把市场做起

来,形成商业化正向循环,才能逐步谈盈利。Robotaxi成本虽然高,但可以7×24小时工作服务,并且节省司机人力方面的投入,其商业化的想象空间较大。

此外,对于用户而言,全无人驾驶的关键是安全性。满足用户需求是企业生产的核心目标,因此,产品的安全在AutoX也被放在了第一位,公司不会为了盈利而在成本上偷工减料。

值得一提的是,相比其他自动驾驶公司,AutoX自主研发生产关键零部件,如预控制器、毫米波雷达等产品都是自己生产制造,可大大降低采购成本,从而提升公司的市场竞争力。

中国证券报:是否考虑推出独立的打车软件运营Robotaxi?

肖健雄:哪里有流量、用户,哪个平台提供的用户服务更好,我们就接入哪个平台。打造网约车平台并非AutoX的核心目标,这是一笔流量的生意。

公司更注重系统技术方面的能力,专注于产品本身。只要产品技术好,无论在哪里销售,用户认同的是产品,会因为产品性能慕名而来。就如同买手机,认准了一个品牌,用户可以选择在电商渠道购买,也可以选择直营店购买。

切入共享出行市场

中国证券报:有观点认为实现无人驾驶,必须对道路以及城市公共基础设施进行智能化改造,你怎么看?

肖健雄:自动驾驶不能单纯依靠路车协同实现,目前道路智能化还难以真正做到全覆盖。要提升自动驾驶的安全性以及驾驶体验,必须改进单车智能的技术,以应对雨雾等各种极端天气,确保用户能够得到安全的Robotaxi体验。

同时,车路协同与单车智能相辅相成,车路协同是对单车智能的一种有益补充。假如国家层面加大道路基础设施建设,可以辅助提升自动驾驶的道路精准度,同时也能增加道路交通的安全性。

中国证券报:智慧出行数据安全等问题近期备受关注,公司有哪些措施来保障数据安全?

肖健雄:AutoX研发中心设在北上广深,从而实现数据不出境以保障数据安全。同时,公司构建大数据的云平台,安全系数要求非常高,对用户隐私的保护也非常重视。

中国证券报:为什么选择共享出行作为全无人驾驶的落地场景?

肖健雄:公司的使命是平民化自动驾驶,最大范围、最大限度地改善大家的生活出行。而乘用车与用户之间关系最为紧密,在没有买车之前,共享汽车出行成为消费者的日常刚需。公司选择这个赛道切入,主要是看中这个市场的用户群体庞大,需求旺盛,其出行方式的改变影响巨大,最适合作为无人驾驶技术落地推广的场景,有助于加速用户对这一新兴技术的认可和接受。

此外,交通安全是我们关注的另一个焦点。有数据显示,全球每30秒钟就有一起交通事故发生。自动驾驶发展的未来,交通出行工具都按照法规严格设定执行,减少了人为因素如酒驾等造成的交通意外事故,能够提高道路交通安全。