# 广汽集团应变新能源汽车赛道

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

2022年,在"双碳"目标、汽车 "新五化"等新要素影响下,汽车市 场迎来新的发展方向,各大车企加 速转型新能源赛道。以广汽集团 为例,根据规划,"十四五"期间,广 汽集团计划投入850亿元~1000亿 元,强化新能源"三电"核心技术研 发和产业化。力争"十四五"期末, 挑战汽车产销350万辆,营收超

6000亿元。其中,自主品牌智能网 联新能源汽车年产销超35万辆, 占比超20%。

迈人智能网联竞争下半场,广 汽集团投资多个本土智能驾驶关 联企业,并于2022广汽科技日上 发布了诸多智能化新技术。同时, 广汽集团持续调整旗下各子公司 经营方式,尤其新能源自主品牌广 汽埃安已实施员工持股计划,并进 行股份制改革、完成A轮引战增

资,谋求科创板上市。

此外,随着汽车产业链"缺 芯"、原材料价格上涨等情况接踵 而至,车企开始有意识地提升供应 链风险管理。自今年年初,广汽埃 安电池试制线正式开建,广汽集团 对动力电池供应链的把控力度逐 步加大,先后成立多家子公司,亲 自下场造电池,并稳步拓展国产化 芯片供应链,积极灵活"应变"新能 源赛道。

### 扩大智能网联、新能源布局

为扩大智能网联、新能源布局,广汽集团以广汽智能网联新能源汽车产业园为中心,智能新能源汽车 为抓手,增加对智能网联、新能源技术的投入。

日前,《广州市加快先进制造 业项目投资建设的若干政策措施》 正式发布,明确聚焦广州市"十四 五"规划重点产业链,以智能网联 与新能源汽车、现代高端装备等产 业链为重点,投资建设产业带动性 强、技术水平先进、绿色低碳的先 进制造业项目,打造具有国际竞争 力的现代产业体系。

为了扩大智能网联、新能源 布局,广汽集团以广汽智能网联 新能源汽车产业园为中心,智能 新能源汽车为抓手,通过混动、插 混、纯电动、氢能源等多种技术路 线,增加对智能网联、新能源技术 的投入。

在2022广汽科技日上,广汽 集团推出了超能铁锂电池技术, 相比当前市面上量产的磷酸铁 锂电芯,电芯质量能量密度提升 13.5%, 体积能量密度提升 20%, -20℃低温容量提升约 10%,成本优化3%~5%。

此外,广汽集团还发布了钜 浪混动模块化架构下的高效零 碳氢混系统,尤其是由氢内燃 机与广汽机电耦合系统GMC组 成的钜浪一氢混动系统,百公 里氢耗低于0.84kg,热效率有望 达到44%,实现了氢能源技术的 突破。

迈人智能网联下半场竞争,软 件定义汽车的概念成为新焦点。 为提升软件开发效率和质量,广汽



2022年,广汽集团推出了超能铁锂电池技术、钜浪-氢混动系统等多项新能源技术,扩大

集团基于星灵架构进一步自主研 发了行业首创的面向全车跨域的 标准化操作系统——广汽普赛 OS,而星灵电子电气架构将在 2023年二季度正式量产。

同时,广汽集团迭代ADiGO 智驾互联生态系统,ADiGO SPACE智能座舱技术已于近期再 度升级,ADiGO PILOT 智能驾驶 也升级红外探测技术等。通过自 研与合作双路线,广汽集团同步开 展无人驾驶的研究。

广汽集团旗下如祺出行是自 动驾驶运营落地平台,今年以来, 如祺出行推出国内自动驾驶行业 首个真正全开放的 Robotaxi 运营 科技平台、开启有人驾驶网约车与 自动驾驶Robotaxi混合运营、发布 自主研发的全国首个开放式Robotaxi运营监管平台和Robotaxi车

辆管理系统等。

在Robotaxi运营过程中,通 过数据反哺自动驾驶技术优化迭 代、高精地图数据众包、仿真场景 库、驾驶员知识图谱等多维度探 索,为后续广汽集团自动驾驶汽 车量产和C端市场应用积累核心 竞争力。

此外,广汽集团通过子公司广 汽资本投资多家国产智能驾驶企 业,包括3000万美元投资文远知 行、领投奕行智能超3亿元Pre-A 轮融资、独家投资禾多科技数亿元 战略融资等。同时,广汽集团、越 秀集团和广州开发区投资集团共 同组建"广祺越秀智源产业投资基 金",重点投向新能源及新能源汽 车产业链上下游、氢能源、储能、新 材料等领域,保障新技术发展资金

#### 调整子公司经营策略

在"双子星"战略的推动下,广汽集团举集团之力发展旗下广汽埃安、广汽传祺两大自主品牌。

新能源汽车的快速发展让车企 纷纷扩充纯电动车型、节能环保车 型矩阵,广汽集团也不例外,旗下各 子公司陆续推出广汽埃安AION Y PLUS、广汽传祺影酷、广汽丰田 bZ4X、广汽本田e:NP1 极湃1等多 款车型,并收获不俗的销量成绩。

广汽集团11月产销快报显 示,1~11月,广汽集团销售汽车 222.78万辆,同比增长16.6%。其 中,新能源汽车累计销量约27.22 万辆,同比增长120.4%。广汽集团 旗下广汽埃安1~11月销售汽车 241149辆,同比增长128.2%;广汽 传祺1~11月销售汽车324566辆, 同比增长11.1%。

在"双子星"战略的推动下,广 汽集团举集团之力发展旗下广汽 埃安、广汽传祺两大自主品牌。今 年年初,专注智能电动汽车的广汽 埃安已完成产能扩建,并于10月 投产第二智能工厂。同时,广汽埃 安加速资本层面布局。自达成员 工持股计划后,广汽埃安今年完成

股份制改革,同时A轮融资募得超 180亿元,并成功引进53名战略投 资者。根据规划,广汽埃安将争取 在2023年谋求科创板上市。

此外,在新能源汽车市场迈入 高端品牌战略的同时,广汽埃安也 推出高端品牌Hyper昊铂,并已发 布第一款量产车型 Hyper SSR。 预计2023年,Hyper 昊铂品牌将投 入三款新车,包括30万元级别的 轿跑GT、大五座SUV以及MPV, 共完成4款高端品牌新车市场投 放。记者了解到, Hyper GT 即将 于今年广州车展亮相,并预计设立 全新独立销售渠道。

广汽传祺方面则于今年正式吹 响了二次创业、向新能源科技企业转 型的冲锋号,聚焦混动或插混产品。 步人四季度,广汽传祺迎来钜浪混动 产品扎堆上市,包括影豹混动版、新 一代M8宗师系列已于12月下旬正 式在广州区域上市。同时,广汽传祺 新车型A79手绘图也已露出。

目前,车企对人事的调整也在

悄然进行,包括广汽埃安、广汽传 祺等车企均进行了内部人事调 动。记者从广汽传祺内部人士了 解到,原广汽乘用车副总经理兼广 汽传祺销售有限公司总经理李勇 已赴任广汽商贸,而接任其职务的 则是广汽丰田副总经理黄永强。

在汽车市场新格局之下,广汽 丰田的业绩在广汽集团一众合资品 牌中尤为突出。今年1~11月,广汽 丰田汽车销量约为93.08万辆,同比 增长27.6%。11月,广汽集团车型销 量排名中,广汽丰田共有三款车型 销量破万。日前,广汽丰田新能源 汽车产能扩建项目二期已正式投 产,助力2022年销量百万的目标。

另一销量主力军广汽本田仍 在加速恢复生产销售,前11月销 量约68.34万辆,并着手发布全新 缤智等新车。根据广汽集团"两优 一专"战略,广汽丰田、广汽本田走 向"两优",广汽三菱则走向"一 专",而广汽菲克则步入破产重整, 有序终止。

### 加强供应链管理

面对"缺芯",广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、近地化建设的 工作。

面对动力电池原材料价格上 涨、"缺芯"等新局面,车企对供应链 的管理逐步加强。近期,广州市举 办了2022年第四季度重大项目开工 暨增芯项目动工仪式,增芯项目计 划投资70亿元,将建设月加工2万 片12英寸的晶圆制造量产线,项目 于今年12月开工,2024年上半年通 线,2025年年底满产。

为强化芯片供应体系,广汽集 团提出国产芯片替代方案,并投资 粤芯半导体、地平线等国产芯片企 业。广汽集团总经理冯兴亚此前 表示,面对"缺芯",广汽集团于危 机中育新机,推进零部件B点的建 设以及产业链就近化、近地化建设 的工作。同时,广汽集团还积极谋 划、推动广东省、广州市供应链中

长期建设规划,以及重点供应商的 招商引资工作。

广汽集团董事长曾庆洪在2022 年半年报业绩发布会上表示,要制定 广汽集团中长期产业链强链规划,自 主研发、合资合作以及投资并购三 条轨道并行,加强投融资工作及投 后赋能工作,不断完善广汽集团智 能网联新能源产业链上下游布局。

在动力电池供应链方面,广汽 埃安已于今年年初正式动工电池 试制线,随后广汽集团与广汽埃安 共同投资成立广汽能源科技公 司。在曾庆洪喊话"不为动力电池 企业打工"后,广汽集团与动力电 池上游锂矿企业赣锋锂业签订战 略合作协议,并成立因湃电池公 司,正式下场造电池。

同时,在新能源汽车充换电设 施方面,广汽埃安致力于将广州建 成全球首个"超充之都",预计2025 年将在全国300个城市建设2000 座超级充换电中心。一连串操作 后,广汽集团对动力电池全产业链 部署已基本完成。

此外,近期广汽集团还与南方 电网电力科技股份有限公司签订 战略合作协议,在能源生态产业链 领域开展合作,围绕新型能源生态 构建,在源网荷储、新型储能、微电 网、虚拟电厂、电池回收等领域开 展业务,同时探讨加强资本纽带合 作。另外,双方还将在电池、储能、 充换电等业务领域构建能源生态, 共同开发梯次电池配用电柜式储 能系统等系列源网荷储相关产品。

# 蔚来攻守道:谋定体系竞争力 国内国际"加速跑"

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

"今年前11个月,蔚来累计交 付超过了10万辆,虽然我们并不是 今年唯一一个年度交付超10万辆 的造车新势力,但是我个人还是很 感慨,在全球最卷的中国汽车市场 里,均价40多万元的高端品牌,年 度交付累计超过了10万辆,我们还 是觉得有一点小小的成就感。"

12月12日,在2022蔚来媒 体面对面上, 蔚来联合创始人、 总裁秦力洪向《中国经营报》等 媒体记者如是说道。他也直言: "当然我们不知道在里面能站多 久,但是至少在这一轮的比赛

中,我觉得蔚来还是交了一份及 营的同时,成立8年有余的蔚来

就在秦力洪与国内媒体交流 的当天,在蔚来第二先进制造基 地内, 蔚来第30万辆量产车迎来 下线。这也意味着,从2018年5 月到2022年12月,蔚来用时4年 又7个月达成30万辆量产车下 线,其中,第三个10万辆下线用时 7个多月。

记者注意到,今年蔚来第二代 技术平台NT2三款新车型ET7、 ES7和ET5实现交付,且交付量稳 步上升。除此之外,2023年上半 年,蔚来还计划推出五款车型。

在维持销量在行业第一阵

还在多个领域主动出击,自研芯 片、布局手机业务等都是蔚来拓 疆的领域,无不展现出蔚来的平

值得一提的是,秦力洪现场也 透露了一个细节,他与李斌在2014 年8月聊蔚来这个创业项目时,李 斌曾打开自己做的 excel表。"换电 站的成本、电费,平均每个站几点、 几个人看守;十年以后用工成本是 什么样,包括牛屋多少平方米、多 少人员、人均工资多少,他(李斌) 已经算完了。"秦力洪直言,"今天 回过头来把那个 excel 表拿出来评 价一下,方向上80%都在做。"

# 重新定义用户体验

"战略、商业模式和核心能力, 这是我们的初心。"秦力洪指出,蔚 来给自己出的长期题目是在四个方 面重新定义用户体验:"第一个是 车;第二个是服务,指的是全生命周 期的服务;第三个是数字化的体验; 第四个是超越汽车的生活方式。"

在媒体面对面活动当天,秦力 洪展示了一个有关2022 蔚来体系 竞争力的PPT。最里面的圈层是蔚 来的三大初心内容;中间的圈层从 四个方面重新定义用户体验;最外 面的圈层便是应用层,包括智能、 能源、手机、用户社区等多个方面。

秦力洪以智能系统来给上述 PPT作比喻:"内圈是底层的芯片 和架构级别的,中圈是系统软件级 别的,外圈是应用级别的。应用级 别这几年在实践中不断调整,有的 是增补,有的是试验性的。每年会 有一些微调,但是大体就在这儿。"

以2022年圆心层面的变化为 例,秦力洪指出该圈层有七大变 化,分别是:积极拓展资本市场;坚 定地全面自研;开始产业链的垂直



本报资料室/图

整合;全体系复制和落地到欧洲; 开启订阅模式;谋划和筹备新的汽 车品牌;开始考虑围绕车的新的产 品和品类。

从资本市场拓展来看,今年上 半年蔚来先后在香港、新加坡挂牌 交易,成为全球首家三地上市的车 企。秦力洪表示:"我们已经拿到 了三张资本市场的门票,这为我们 下一步的发展提供了可能性。"

记者注意到,在研发费用上, 蔚来今年三季度研发总投入29.4 亿元,创单季新高。"一个季度30 亿元的研发投入是体量和交付量 比我们大好多倍的公司干的事。 在蔚来这个体量里面,基本上我觉 得就算尽力了。这一点也要和前 面结合起来看。没有拿到三张资

本市场的门票,可能你也不太敢这 么干。"

谈及外界关注的亏损问题,秦 力洪也直言:"蔚来虽然是一个亏 损公司,但是我们亏的是研发,而 研发是为了博取明天的可能性。 我们一直把它看成是学费,家里到 底要不要省孩子的学费,不同的家 庭有不同的看法。咱们家是不省 的,该怎么样就怎么样。"

对于经常被友商模仿和学习, 秦力洪认为:"大家都愿意来观察, 愿意来跟着做,我个人觉得是个好 事。说明我们想的是对的。你投 那么多钱,做那么多事,天下没有 第二家做也不太好。我们唯一的 方法就是自己坚定快跑,方向不要 摇摆,动作要快。"

# 抢滩高端电动赛道

"我觉得我们和BBA(奔驰、宝 马、奥迪)正面的'缠斗'已经开始 了。事实上,我们蔚来车型在华东 和东南一带的经济发达城市超越 BBA的不在少数。"秦力洪说道。

记者注意到,在2022年11月 40万元以上高端电动车销量排行 榜中,蔚来的销量为9167辆,占有 率为77.6%,位列排行榜第一名。 具体来看,蔚来ES7、ET7、ES8、 EC6的销量分别是4651辆、3445 辆、583辆、488辆。

秦力洪表示:"蔚来的两个7 (ES7和ET7)在11月的产销虽然 不是100%,但还比较风调雨顺。 当产能和销售相匹配的时候,差 不多就是这么一个局面,4000多 辆和3000多辆,占据的位置还是 比较高的。"

秦力洪也指出,虽然国内高端 电动车的市场渗透率还可以提高1 倍甚至2倍,但蔚来除了与市场共 同进退外,在竞争上能做的事情已 经没那么多了。"所以我们要在中 档主流市场插入一个品牌,这是我 们的增量来源。"

"ET5就是蔚来品牌下最便宜 的一款车型。ET5的起价32.8万 元,加权成交价格接近35万元。 ES6起价38.6万元,且由于切换平 台、电池芯片等成本上涨,我们今 年往上调了两次价格,ES6的加权 成交价格已经超40万元了。所以 我们除了ET5一款车以外,已经 没有40万元以下的车了。"秦力洪 说道。

记者注意到,在今年三季度的 财报会上,李斌曾表示:"明年上半 年,我们会有8款车在售,在30万 ~50万元区间,满足用户多样化的

对于公司不断推出新车型,以 及新车型推出带来的挑战,秦力洪 指出,不断推出新车型会带来增 量,但是每款车增量的大小不一 样。"它对我们是有挑战的,也有复 杂性,但我觉得应对挑战的方法不 是简单地做减法,而是做好体系化 的思考,做好平台化的产品规划和 零部件的集中采购,包括一部分的 自研。"

谈及供应链方面的挑战,秦力 洪也坦言, 蔚来在供应链管理方面 还没有达到理想中的最好状态,应 该可以做得更好。"智能电动汽车 的供应链就是比油车要复杂一 些。像蔚来平均每辆车的芯片超 过1000颗,上百个门类,真的不知 道下一步什么地方有什么问题,有 一定的不可预测性,供应链的挑战 是全球全行业共同面临的。"

对于电动车的发展趋势,秦力 洪认为,现在外界熟悉的电动汽车 品牌,无论是传统企业向新能源迈 进,还是新成立的企业,无论是中 国的,还是欧美的,除了极个别的 品牌外,几年以后大家大概率都会 很好。

秦力洪补充道:"一个月的销 量,谁比谁多一点,谁比谁少一 点,无所谓,这就像是跑马拉松第 一阵营的交替领先而已。电动车 的公司已经集中脱颖而出,开始 站到全球汽车行业的第一阵营, 这是趋势。"

# 国内国外双腿走路

在全球化布局上,四季度蔚 来在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国 市场提供全体系服务,并开启了 订阅服务和买断模式。同时,蔚 来计划在新加坡设立人工智能与 自动驾驶研发中心,在柏林建立 创新中心。到2025年,蔚来将为 超过25个国家和地区的用户提供

"蔚来今年比较大规模地进入 欧洲,进入方式不是找经销商卖 车,而是要将公司体系竞争力这套 搬到欧洲,车也只是其中的一部 分。"秦力洪说道,"我们还是要非 常稳、非常慢地做这些事。"

记者了解到,蔚来全球范围内 服务及销售网络也在加快建设。 截至12月12日,蔚来全球布局了 395家蔚来中心和蔚来空间、1263 座换电站、12785根充电桩,接入 998000根第三方充电桩。

对于在欧洲的订单表现,秦力 洪表示:"初期数字没那么大。对 于我们来说更重要的是欧洲的用 户市场,用户群体怎么看我们。我 们觉得这件事比短期内的结果更 加重要。就像一个人跑到一个新 的圈子里,别人是不是认可你这个

人,你们之间可以做多少生意,这 两个是有先后顺序的。"

"我们觉得要真真正正地从品 牌、产品、服务、社区以及本地人对 我们的态度着手,先把基础打好。 我们认为,在汽车这个领域,中国 的车辆到欧洲,对于我们来说是仰 攻。"秦力洪说道,"我们不要成为 在欧洲的外来者和另类,我们要融 人当地主流的消费市场、主流的观 念,在此之中争取越来越多的人认 同我们、选择我们。像涟漪一样一 圈一圈荡开,而不是抱块大石头砸 个浪花就跑。"