

安聪慧:从最难的做起、从高端做起 未来不排除走向资本市场

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“港交所的发布是为了合规性。吉利是一个在香港上市的公司,它有公布的责任和义务。至于说未来上不上、有没有计划,现在还不是重点,当然未来也不排除这种可能性。”近日,对于极氪拟被分拆独立赴港上市事宜,极氪CEO安聪慧向《中国经营报》等媒体记者说道。

《中国经营报》记者注意到,10月31日,吉利汽车发布公告称,已向香港联交所提交一份议案,内容有关分拆其非全资附属公司极氪并将其独立上市。公告

“市场会给我们一个公平的估值”

作为吉利孵化的独立品牌,极氪智能科技自诞生之日起便备受外界的关注。

作为吉利孵化的独立品牌,极氪智能科技自诞生之日起便备受外界的关注。“极氪从成立开始,我们就想好要去把握智能电动的机遇。智能电动时代发生了变化,在变化的过程中我们抓住了机遇。智能电动时代在用户、消费、技术、研发、供应链层面都发生了很大的变化。极氪抓住这一次变化的机会,要从最难的做起、从高端做起。”安聪慧说道。

何为难?安聪慧以极氪首款车001举例道:“为什么说001难呢?当时我问,为什么不能有一款车把SUV和轿车的优点集合在一起呢?这是一个很大的挑战,要有空间、要有速度、要有操控、要有舒适豪华,底盘的通过性要好,还要在不同的场景都能得到好的使用体验。(001)就是从最难的做起。”

记者了解到,刚刚过去的10月,极氪001月交付量已破万辆。安聪慧直言:“有些人说极氪001是小众车,我个人认为没有小众,只有用户的喜欢和认可。极氪001在10月交付破万辆,证明了我们产

显示,联交所已确认上市公司可以进行分拆,但建议分拆的条款(包括上市地点、发售规模、价格范围及公司股东可获得极氪证券的保证配额)尚未确定。

极氪CFO袁璟告诉记者:“我们母公司在10月31日公布了取得PN15的公告。这个公告意味着极氪智能科技作为一个独立的法律实体可以向我们想去上市的相关机构提交上市的申请。但我们现在更关注的是怎样把极氪的业务做好,上个月(10月)我们达到了月交1万辆的好成绩,我们要在今年剩下的两个月中完成全年目标。”

品的规划能力,以及对市场和用户需求判断的能力。”

“第二款车也是造最难的MPV。”安聪慧向记者表示,“我们开发009不只是简单针对MPV市场,它实际可以针对六座豪华大空间的市场需求。因为009有MPV的空间,还能把SUV的越野力、跑车的操控性集合在一起。”

对于公司后续的产品推新节奏,安聪慧表示,到明年年中和下半年将会有两款车型投放市场,一款SUV、一款轿车,2024年预计也有两款新车。“作为极氪来说,新品上市速度比较快,关键是源于企业的核心竞争力——我们有非常优秀的浩瀚架构。在这个架构基础上,我们能够针对不同细分市场快速开发好产品。”

不过,当下新能源汽车行业仍被“卖一辆亏一辆”的难题困扰。安聪慧表示,智能电动车卖一辆亏一辆是事实。“但特斯拉赚钱了,也就是说智能电动汽车这条路是可以走出去的。吉利在1996年、1997年、2001年也遇到过这样的情况。一开始就是不赚

“我们相信在比较好的业绩支撑下,资本市场会更关注业务表现、财务表现,关注产品研发和市场定位的能力。我们也相信有了这些,(公司)就会有更好的估值。但对管理层来说,这是我们第二步要考虑的事。”袁璟补充道。

除了资本市场传出的利好消息外,极氪的第二款量产车如期而来。11月1日,极氪发布了极氪009,该车型定位全球首款原生纯电豪华MPV,售价区间49.9万元~58.8万元。据悉,该车型是宁德时代麒麟电池的全球量产首发车型。

钱,但是随着销量的增长以及品牌化、规模化形成,企业就能够逐步盈利。”

极氪如何能够尽快地盈利?安聪慧表示,对极氪来说,平台化造车是其优势。“我们从吉利造车开始,从吉利、领克到极氪,有近30年的研发投入及合作基础,掌握了架构造车的能力。这个架构造车能让我们在更小规模或者说同等规模的情况下,成本更有优势。”

安聪慧还表示:“极氪基于浩瀚架构,掌握了平台化造车的能力。所以我们对架构的理解以及技术储备,应该说还是走在其他企业的前列。我们相信通过浩瀚架构,当产品的规模化效应得到体现时,就一定会盈利。”

“目前估值不是极氪最重要的事。作为管理层来说,眼下更重要的是把产品开发好、销量做好、企业经营好,以此来赢得用户口碑。我也相信极氪未来不排除要走向资本市场。我相信如果极氪能做到我刚才说的那些,市场会给我们一个公平的估值。”安聪慧说道。

“智能电动是靠体系力支撑发展”

自品牌发布以来,“极氪速度”持续引领高端智能纯电品牌“第三赛道”。

“智能电动是靠体系力来支撑发展,而非单靠某一个方面。无论是产品本身的竞争力,还是整个供应链端的完善,以及汽车基础设施的配套、充电补能设施的完善等,都是挑战。另外在整个商业模式上,现在智能电动车都直面消费端,这对主机厂来说也是一个比较大的挑战,这些都要依靠体系力。”安聪慧表示。

“为什么大家看到电动车很‘卷’,我讲的‘卷’是一个褒义词,不是贬义词,因为‘卷’一定会带动整个行业的发展,一定会给用户带来更多的、更实惠的、更好的体验和需求。”安聪慧表示,企业积累的造车经验和造车基础也很重要。“极氪是集了吉利造车近30年积累的经验,是站在整个大吉利的基础上,才有了今天的极氪001和极氪009。”

记者注意到,自品牌发布以来,“极氪速度”持续引领高端智能纯电品牌“第三赛道”。极氪001从开启交付到交付量破万辆,用时110天;从交付破万辆到突破2万辆,用时107天;到交付突破第三个万辆,仅用时64天;再到交付第四个万辆,用时仅仅45天。

此外,极氪始终坚持与用户共创,打造丰富的用户服务体系,把用户需求放在首位。9月30日,极氪的第200家门店——厦门极氪中心正式开业。从第1家门店杭州南山路极氪中心到第100家门店成都银泰城极氪空间开业,极氪只用了256天,再到第200家门店厦门海上世界极氪中心正式落成,仅用时135天。

对于极氪过去一年变化,安聪慧直言:“极氪大胆直接面对



除了资本市场传出利好消息外,极氪的第二款量产车如期而来,图为安聪慧宣布极氪009上市。视觉中国/图

消费端,是一个巨大的变化。现在随着智能电动时代的到来,无论是大数据、人工智能、5G,还是高算力芯片、算法和软件等,这些都可以承载和支持我们汽车主机厂去直面消费端。现在主机厂与用户之间已经直接建立了关系。直面消费端也让效率更高了,能够推动极氪打造用户型企业。”

“真正的用户型企业非常明显,就是在目标和整个方向正确的前提下,满足用户的需求。极氪一直在摸着石头过河,不断地自我改变,不断地学习,不断地实践。到今天为止,我也不认为极氪用户型的企业就做成了。我们还在实践,还在探索。极氪不是完美的,但是我们一定要在这个完美的道路上不断地追求实践。”安聪慧说道。

谈及当下多方势力入局造车行业,安聪慧认为:“现在的竞争才刚刚开始,总的来说智能电动

时代的汽车品牌一定比传统汽车时代的品牌少,这是我的判断。至于最终谁成功,现在很难说,还看不到未来。大家也知道在大环境变化下,未来的不确定性因素也存在。”

“智能电动今天的局面在十年前也经历过。2010年前后,很多不同行业的企业进入了汽车行业,空调的、手机的、家电的、酿酒的企业,都进入了汽车行业。但是最终到现在,没有几家能够活下来。我相信智能电动的时代也一样。”安聪慧表示。

安聪慧解释道:“因为最终整个市场不需要这么多的品牌,那就看谁能够胜出。这个行业最终胜出的品牌,一定是有国际化实力的品牌,它们必须在全球范围内受人尊敬。这个数量一定会更少。竞争现在还不算最激烈,大家‘卷’来‘卷’去,但是也可能很快会见到一定的结果。”

三季度营收同比增长17.11% 江淮汽车国内国际跑出“加速度”

“守得云开见月明”。随着各项促消费、稳增长举措落地实施,汽车市场活力不断激发,上半年曾面临诸多挑战的汽车产业正走出低谷,三季度表现可谓亮眼。

日前,安徽江淮汽车集团股份有限公司(600418.SH,以下简称

抢占新能源赛道先机

新能源汽车始终保持着高增长的态势。工信部门数据显示,2022年9月,我国新能源汽车产销分别完成75.5万辆和70.8万辆,市场占有率达到27.1%。截至2021年,中国已连续7年成为全球最大的新能源汽车产销市场。

2022年9月,江淮汽车销量为4.77万辆,同比增长13.82%,环比增长5.80%;1~9月累计销量37.17万辆;其中,纯电动乘用车销量2.09万辆,同比增长45.03%,占9月份总销量的43.81%;1~9月累计销量13.7万辆,同比增长52.11%,纯电动乘用车占比不断增加。自5月份以来,江淮汽车连续实现销量环比正增长、多月同比正增长的优异表现。

强化智能网联创新赋能

2022年以来,江淮汽车坚持“聚力发展智能汽车与智能新能源汽车”战略,持续加大研发投入,构建智能新能源先发优势和产业底蕴。数据显示,前三季度江淮汽车研发费用达10.57亿元,同比增长12.96%。高强度的研发费用投入,为江淮汽车的创新表现持续赋能。

在智能网联方面,江淮汽车成果颇丰。以智能驾驶为例,江淮汽车获授合肥市首批智能网联汽车道路测试牌照。ADAS辅助驾驶系统实现从“0”到“1”的技术突破,全面迈入L2级智能驾驶时代,L3级智能驾驶完成功能开发,L4级智能驾驶样车常态化示范运营。

“江淮汽车”)发布2022年第三季度财报。数据显示,三季度江淮汽车实现营业收入97.71亿元,同比增长17.11%。

此外,前三季度江淮汽车营业收入为275.44亿元,经营活动产生现金流量净额19.93亿元,同比增

作为国内新能源汽车的早期开拓者之一,江淮汽车在新能源领域有着诸多备受市场青睐的产品。今年9月,搭载“零热扩散”蜂窝电池的思皓爱跑S,亮相世界制造业大会并开启预售;7月,思皓品牌旗下纯电动紧凑型轿车——思皓爱跑正式上市。

产品持续推新的同时,江淮汽车还在不断加大研发投入。近年来,江淮汽车坚持“节能、环保、安全、智能、网联、舒适”的关键技术研发路线,每年将销售收入的4%至5%作为研发投入。

以乘用车领域为例,江淮汽车经过九代技术、四代产品积累,打造纯电动专属平台,突破了蜂窝电池技术、长寿命磷酸铁锂电池系统

长285.52%,企业总资产484.77亿元,同比增长4.54%。

自5月以来,江淮汽车销量持续环比正增长,多月销量同比正增长。随着销量的持续增长,公司业绩也在持续改善,三季度实现了营收正增长,前三季度营业收入降幅

技术、整车域控制技术、高集成平台化电驱动力技术、经济高效的热泵空调技术和先进整车集成流程及标准等六项关键核心技术。

江淮汽车蜂窝电池技术,是国内率先研发的产业化级电池系统零热失控安全技术,已有超15万辆新能源车搭载蜂窝电池、装载电芯达1.7亿颗、累计行驶里程突破80亿公里,做到了0整车起火,实现了真正意义上的0热失控安全。

此外,乘用车领域,江淮汽车和造车新势力蔚来汽车的合作频频被外界称赞。双方联手打造的拥有国内自主品牌高端全铝车身生产线的智造工厂——江淮蔚来先进制造基地,目前已经累计交付

智能汽车模块化架构——MIS皓学架构正式发布,具有卓越性能、智能科技、柔性迭代三大基因。

MIS皓学架构下首款SUV,思皓QX联合科大讯飞、地平线、华为、腾讯等多个行业一流合作伙伴,在智能和网联技术方面领先。思皓QX在国家智能网联汽车(上海)试点示范区进行的全天候APA测试,更是受到相关媒体的高度关注。

为了满足用户对汽车的安全、稳定,更加贴近实际路况的要求,2021年广州国际车展期间,依托MIS皓学智能汽车架构平台,江淮汽车为用户开发了HOL Pilot的三个功能版本,即L2级辅助驾驶,

也有所收窄。

江淮汽车方面表示,接下来,公司将下大力度抓好技术和产品创新、营销和品牌创新,主动服务区域协调发展,加大合资合作力度,全力推进2022年年度销量目标的达成以及“十四五”战略目标的顺利实现。

超22万台,实现产值超700亿元。

方正证券研报指出,“江淮汽车代工蔚来,成立江来制造,打造全新‘江来制造’商业模式,构建‘先进制造+工业互联网’新生态,为公司转型新能源领域提供有力保障。”

不仅如此,江淮汽车与大众汽车的合资项目,预量产车将于2022年下线,2023年下半年实现量产投产。未来五年内,双方合资公司将为安徽直接贡献产值500亿元,带动产业链预计250亿元。

业内人士表示,随着销量的不断增长以及大众安徽的首款产品量产,江淮汽车业绩将产生新增量,其全年业绩有望迎来较大改善。

L2+高速领航辅助驾驶,L2+Pro城市道路领航辅助驾驶。

江淮汽车方面表示,围绕“做大做强商用车,聚力发展智能汽车与智能新能源汽车”战略,公司多点发力,深耕新能源、智能网联等行业核心领域,在多项关键核心技术上取得较大突破,全方位构筑企业竞争优势。

在业内人士看来,站在“新四化”(智能化、网联化、电动化、共享化)的时代浪潮之上,汽车行业“单兵作战”的时代早已经过去了,与其他行业的跨界合作已是大趋势,双方的强强联合,各自发挥各自的优势,如此才能在当下激烈的市场竞争中,占得发展先机。



江淮汽车技术中心——国家认定企业技术中心、国家级工业设计中心

海外布局“提档换速”

除深耕国内汽车市场外,江淮汽车也积极落实国家“一带一路”倡议,持续加速国际市场的开拓,国际影响力持续攀升。截至目前,江淮汽车已经在亚洲、非洲、拉美等130余个国家和地区建立营销网络,拥有超过1100个海外营销网点,并建立了19家海外KD组装工厂,累计出口超80万辆。

数据显示,2022年三季度,江淮汽车实现出口3.11万辆,同比增长37.63%,1~9月累计出口7.98万辆,同比增长40.71%。

具体来看,上半年,JAC轻型商用车累计出口超3万辆,同比增长76%;其中,高端轻卡出口超10000辆,同比增长46.2%;皮卡6月份出口超过4000辆,上半年出口达1.5万辆,同比增长90.8%。

此外,江淮汽车轻客上半年出口增速达221.5%,进一步夯实了轻型商用车在中国出口市场的竞争力。高颜值掀背轿车J7上半年出口超3000辆,增速达72%。

根据最新哈萨克斯坦汽车协会数据,2022年上半年,JAC累计销售各类车辆近1500辆,其中乘用车销量超1200辆,排名哈萨克斯坦全球汽车品牌第六位,中国品牌第一位。

今年1~9月,轻型车出口达到4万辆,同比增长近50%,其中皮卡增速超70%,进一步夯实了轻型车在中国出口市场的竞争力。乘用车尽管受芯片短缺等因素影响较大,但仍然取得了不俗的成绩,前九个月同比增长近20%。

燃油车持续热销,新能源车发展更为强劲。目前,JAC新能源汽车产品已覆盖轿车、SUV、轻卡、小卡和轻客,是覆盖全系新能源汽车产品出口的中国品牌。今年1~9月,新能源乘用车出口超3000辆。

在落实国家倡议上,截至目前,江淮汽车覆盖“一带一路”沿线国家近百个,并建立了19家海外KD工厂,其中15家在“一带一路”沿线,有效带动了当地经济和社会发展。

在“一带一路”沿线国家中,江淮汽车哈萨克斯坦项目已经成为“一带一路”发展的典范。

根据规划,“十四五”期间,江淮汽车国际业务将坚持稳健经营、战略聚焦、多方协同三项原则,发挥综合性汽车企业优势,整合海内外优质资源,持续培育核心能力,建立国际业务竞争优势,努力开创国际业务新局面,为2025年国际市场销量规模达到15万辆的战略目标而努力。

广告