



合肥，一家新能源汽车生产企业，工人在整车生产线上作业。 新华社发

近两年多家新能源车企被曝停工停产

造车新势力 倒闭潮来了？

4月3日，由李一男创办、国内造车新势力自游家NIUTRON汽车官方App——NIUTRON App宣布停止服务，目前已无法正常访问。其实，这已不是第一家新势力车企出事了，今年以来已有多家新能源车企被曝停工停产，其中包括天际汽车以及此前递交招股书的威马汽车。

另据统计，截至2022年10月，国内共有27家新能源汽车产业链公司破产或破产重整。其中，有17家企业的经营范围涉及整车制造，并且不乏资本和政策青睐的“网红新势力”。这难免让人会问：造车新势力的倒闭潮来了吗？

进而就能解锁“无人驾驶”。即便你睡着，系统也不会退出辅助驾驶，真可谓“一键上路”。

当人类驾驶员成为辅助驾驶系统中不可控的变量时，真正负责任的车企需要在关键时刻为安全“兜底”。作为一家百年车企，通用汽车必然也不会走向“炫技”的道路。最好的佐证，就是2020年通用推出的Super Cruise智驾辅助系统——它是通用80余年的技术积累的释放，也是对安全标准的重新诠释。

如果，用户的安全没有“兜底”，所谓的技术创新也不过是昙花一现。

安全焦虑，该重视起来了

安全，已然成为电动化时代，用户最大的焦虑点。

有最新的数据显示，中国消费者选购新能源汽车主要考虑的前三项因素分别是：汽车安全性(68.7%)、充电所需时间(67.1%)和最大续航里程(61.9%)。

有分析师认为，近一两年来，新能源汽车安全事故和召回事件频发，致使消费者对车辆安全性能的关注度跃居首位。除了辅助驾驶带来的附加风险外，车辆本身的安全问题更不容忽视。早期的野蛮式增长，让很多新势力车企享受了销量猛增的喜悦，但忽视了电池安全的主要矛盾。其原因是，前些年的新能源购置补贴是以电池能量密度作为门槛，车企想要获得更大额的补贴，就必须在电池上“做手脚”。根据应急管理部消防救援局发布的数据，2021年全国新能源车发生的火灾事故约3000(件)起，起火概率约0.038%，高于燃油车的0.01%—0.02%。想要浇灭新能源汽车的“焦虑之火”，那就必须深入到最底层的三电领域。

总之，当下的新能源汽车市场，已经从粗放式的发展转变为高质量的增长。所谓的粗放式发展，就像很多新势力为了加快产品推新节奏，会直接采购供应商现成的电池和电机产品，不需要掌握核心技术和自研自产的能力，靠组装拼凑就能造出一辆车来。然而，作为一个复杂且庞大的系统，汽车产品中每一个细微的零部件出现失效情况，都可能影响到整车的安全，进而威胁用户的生命安全。这也就是为什么，消费者以前买电动车看的可能是加速、续航等表面参数，而现在更注重的是安全和可靠的底层能力。

眼下，中国的汽车消费者们正在逐步回归理性，他们实实在在地用钱包进行投票，优质品牌、优质产品、优质技术的价值被进一步证明。站在命运的十字路口，汽车企业必然要聚焦用户长期价值，进入精细化运营，“价值回归”将是接下来的重中之重。而价值回归的时代，才是百年车企的造车底蕴被全面释放的机会。

据虎嗅App



相关

国产新能源汽车撕下 二线豪车“遮羞布”

前有BBA(奔驰、宝马、奥迪)三大一线豪华品牌疯狂降价挤压空间，后有造车新势力穷追不舍，二线豪华汽车品牌陷入了被前后夹击的尴尬处境。

从销量数据也可以看出，二线豪华汽车品牌在国内汽车市场上的尴尬。在上个月的销量数据中，传统二线豪华汽车品牌的销量，几乎全都出现了同比下滑，其中凯迪拉克下滑幅度达到了43.8%，接近腰斩；英菲尼迪同比下滑70%；讴歌甚至达到了83%。

最关键的是，二线豪华汽车品牌，现在已经是没有故事可讲了。以前豪华车讲故事的时候，最喜欢讲的是：W12发动机、V12发动机、纯手工打造内饰、赛道基因等，但是随着新能源汽车的兴起，汽车的评判标准正在被重构。当W12发动机、V12发动机的零百加速成绩，非常轻松地就被新能源汽车超越；当苦心匹配发动机和变速箱之间的动力平顺性，被电机轻松打败；当通过厚厚的隔音棉和发动机悬吊营造的NVH表现，还不如比它价位低得多的电动车安静的时候，传统豪华品牌已经输了。

汽车是工业产品，是要靠技术说话的，而在新能源汽车的技术方面，国产车企已经实实在在地走在了前面。在新的汽车市场运行规则面前，谁不进行电气化转型，谁就会被干掉，谁的转型速度慢，最终也会被干掉，可惜的是，二线豪华品牌的电气化转型，已经落后了。

最近理想汽车创始人、董事长兼CEO李想在个人社交账号表示：“跨越鸿沟的理论是：先超过30%开始加速。对车的进攻顺序是：第一步，二线的自主品牌、合资品牌、豪华品牌；第二步，一线的合资品牌；第三步，一线的豪华品牌。自主一线品牌会完成新能源的自我替代，超豪华品牌和超跑品牌不受影响。2025年，新能源的乘用车占比会达到70%以上。”

正如李想所说，高端国产新能源汽车崛起，首先干掉的便是二线豪华品牌。据统计，今年2月份，豪华品牌上牌量为276904辆，其中新势力品牌为64643辆，占总销量的23.3%。作为对比，2021年和2022年新势力品牌占比分别为13.3%和18.7%，造车新势力正在以每年5%左右的速度抢占二线豪华品牌的市场份额，而量变最终会引起质变。

虽然一些二线豪车品牌也在寻求电气化转型，但它们所剩的时间已经不多，不等转型完成，可能很快就会被淘汰出局。

据腾讯网

亏本买卖，还要继续吗？

即便是常年拔得头筹的造车新势力，也始终在盈亏平衡线之下艰难摸索。国内4家已上市的造车新势力，均处于卖一辆亏一辆的状态。其中亏得最多的，去年交车12.25万辆，但每卖一辆净亏12万元；亏得最少的，去年交车13.32万辆，每卖一辆也要净亏1.5万元。

为何会出现这种现象？究其根本原因，造车新势力的盈利模式单一，现金流风险较大，销量如遭遇滑铁卢大概率面临退市危机，为了稳住销量，其推新节奏不断加快，进行“快速试错”。与之形成鲜明对比的是，传统车企有着更稳定的产品节奏和更牢固的盈利能力。以美国通用汽车为例，其2022年净收入达1567亿美元，净利润达99亿美元。更重要的是，资金实力能支撑其更长远的产品规划。根据规划，到2025年，通用汽车将在全球推出超30多款纯电动车，其中超20款将来到中国，覆盖别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌。另一方面，平台和技术复用能加速规模化效应。平台的研发和固定资产成本，在每一辆车的摊销越少，单车的成本越低。而且同时带动物料、生产流程、人力培训的简化，也能削减成本。

但造车新势力们短期内很难吃透平台化的红利。目前，即便是几家头部的新势力，产品陈列掰着手指数也都能数完，真正能走量的产品不过一两款。甚至，有些新势力在一个平台上就出了一款车，两年不到就停产，并顺势进行平台大换代。作为对比，通用汽车在奥特能纯电平台上投入了700亿元人民币，如此庞大的资金投入，显然不是哪家新势力能够负担得起的。因此，传统车企更倾向于高举高打，而新势力则善用快速试错。

花哨炫技，该收一收了

因为缺乏成熟的产品矩阵，造车新势力只能寄希望于“爆款单品”。这时候，产品层面就需要塞进更花哨和吸引眼球的配置，以此来营造所谓的独创性优势。尤其是在辅助驾驶系统上，造车新势力的试探更为狂热。前两年，新势力们宣称要让用户们在高速上“脱手”，今年开始则嚷嚷着在城市里“放手”。尽管多家头部新势力都曾因为辅助驾驶功能，而造成过有人员伤亡的交通事故，但它们仍乐此不疲地向用户开放更多、更超前的功能。

举个例子，当前的新势力产品，为了保证辅助驾驶功能的体验感，会降低DMS驾驶员检测系统介入的频率，甚至很多产品提供完全关闭DMS系统的选项。其中，绝大多数产品仅依靠方向盘上的扭力、电容传感器，来检测驾驶员是否手扶方向盘。在某宝上花费50块钱购买一个配重环，挂在方向盘上就能轻松欺骗辅助驾驶系统，