主管总编辑助理 韩哲 编辑 刘洋 美编 李烝 责校 池红云 E-mail：sbsdcar@vip.sina.com

低速电动车求生记

野蛮生长的低速电动车行业，在生存环境日益严苛的背景下，头部企业正急游上岸向车企转型。北京商报记者近日获悉，低速电动车企业松果汽车与韩国双龙汽车等已签署战略合作协议，双龙汽车将运送Tivoli蒂维拉部件至松果汽车山东省禹城工厂。

松果汽车与双龙汽车牵手，只是众多低速电动车企的转型缩影。从御捷到雷丁再到松果，“低慢散”的低速电动车正通过背靠传统车企寻找合规化出路。乘用车市场联席会秘书长崔东树认为，在市场需求与政策趋严面前，低速电动车企选择借助传统车企成熟的制造体系，能够缩短造车转型周期，而选择代工或杀入微型电动车市场，押宝补贴退坡后出现的微型电动车市场增量需求，也成为转型捷径。不过，同样嗅到增量机会的宝骏、长城等传统车企，也相继杀入该细分市场，求生转型的低速电动车企有些生不逢时。

上岸

低速电动车生产大省山东，各头部车企正奋力上岸。据了解，本次松果汽车与韩国双龙汽车的战略合作，已列为山东德州2020年重点推进项目。协议显示，今年下半年起，双龙汽车将Tivoli SUV部件运送至松果汽车工厂，装配后将出口至中东和非洲地区。这意味着，这家低速电动车企将成为双龙汽车的代工厂。

资料显示，松果汽车为德州引进的新能源车企，经营范围包括新能源汽车、纯电动汽车整车及核心零部件、摩托车配件、三轮车配件研发生产及销售等。然而，虽然经营范围包括新能源汽车，但松果汽车主营业务却为“低速电动车”，这意味着该车企并未取得新能源汽车“准生证”。汽车行业专家颜景辉表示，在未获得生产资质情况下，代工成为松果汽车转型的出路之一。

值得注意的是，与选择代工的松果汽车不同，近期更多低速电动车企选择联手传统车企寻找出路。此前，河北御捷通过多次收购方式获得新能源汽车生产资质，同时引入长城汽车，据了解，长城汽车以现金方式增资入股御捷，首次入股的比例为25%，最多可增持至49%。此后，河北御捷更名为领途汽车，推出领途K-ONE顺利进入新能源乘用车领域，将新能源汽车业务与低速电动车业务进一步剥离。

同属头部企业的雷丁汽车随后跟进，以14.6亿元收购四川野马100%股权。据了解，川汽野马不仅拥有新能源车生产资质，还具备多种车型完整的生产资质，通过收购的方式雷丁汽车获得进入乘用车市场的入场券。

除两家头部企业，去年底山东宝雅以15亿元获得一汽吉林70.5%的股权，成为一汽吉林最大股东，从而顺利获得生产资质。近日，谋求转型的微佳汽车，以“碰瓷”蔚来汽车车标的方式火了一把，而该车企则希望通过获得摩托车准产证的方式，让旗下产品变相合规。

在崔东树看来，无论收购、合资还是代工出口，低速电动企业正欲借传统车企上位，寻找合规化转型出路。

倒逼

事实上，低速电动车企纷纷转型的背后，是行业加速清理带来的求生欲。

数据显示，目前国内低速电动车保有量高达600多万辆。然而，随着保有量的增长，低速电动车无合法身份以及频出的质量问题成为关注焦点。据统计，从事低速电动车制造的企业，90%以上都为非正规的“小作坊型”企业，销售多以代销为主，品牌众多，价格从几千元到几万元不等，且多为个体经营，发展粗放。崔东树表示，很多生产商没有统一制造标准，导致低速电动车产品质量不过关，发生不少自燃和交通事故。数据显示，近五年全国低速电动车引发的交通事故高达83万起。

为规范低速电动车市场，国家工信部等六部委联合下发《关于加强低速电动车管理的通知》明确提出，对低速电动车“升级一批、规范一批、淘汰一批”，严禁各地方新增低速电动车产能。同时，2019年《山东省工业和信息化厅关于引导有条件的低速电动车生产企业提质升级的通知》中，对企业规模、研发能力、生产以及产品质量和售后等四个方面对企业提出要求。

业内人士透露，政策出台后，存量几百家的低速电动车企正加速淘汰，未来只有合规企业才能存活。

随着市场进入淘汰期，年销量超过20万辆的几家头部企业都想成为“升级”的一批。目前，作为低速电动车行业三大车企的御捷、雷丁和丽驰均已跻身新能源汽车市场。其中，御捷、雷丁均通过收购方式转型。

“面对政策和市场变化，借助车企这条捷径进入乘用车新能源市场是明智选择，几家头部企业拥有多年市场经验，并拥有低速电动车技术积累，相比‘小作坊式’车企更有优势。”崔东树表示。

值得注意的是，联手车企实现合规化的同时，低速电动车企业也将从传统车企获得更多研发经验。松果汽车相关负责人透露，未来将通过双龙蒂维拉平台开发固有车型，并在山东工厂投产，同时开发松果汽车新款车型车轴。这意味着，在代工生产的同时，松果也将从合作方获取技术支持。不仅松果汽车，一位御捷内部人士对北京商报记者表示：“与长城汽车联手，是想要企业在整车研发及生产方面的技术积累和平台，未来御捷将把更多精力投放在新能源汽车生产上。”

颜景辉表示，低速电动车企业在乘用车造车方面尚缺经验，联手传统车企，将弥补这一缺失，在合作中提速经验积累，为今后在新能源汽车制造领域铺路。

求生

在联手传统车企，让低速电动车企缩短造车时间的同时，补贴退坡后逐渐走高的新能源汽车售价，也让主打性价比的低速电动车企，通过微型电动车嗅得商机。

以雷丁汽车为例，2018年销量为28.7万辆，总销售额超过120亿元。销售市场以三四线城市以及乡镇地区为主。“雷丁这类低速电动车头部企业，此前在生产低速电动车时期便在当地拥有品牌积累和保有量，对其未来发展有推动作用。”崔东树表示。

“补贴退坡之初，续航里程较低的微型电动车不再享受补贴红利，微型电动车市场份额逐年下滑。”崔东树对北京商报记者表示，随着补贴退坡常态化，高续航里程车型补贴减少，相比高续航里程车型售价走高，主打低价、城市代步的微型电动车需求量持续提升，而这也为转型后的低速电动车企带来增量机会。

雷丁汽车相关负责人对北京商报记者表示：“购买的可持续性才能决定市场的可持续性，其背后是需求的推动。”

值得一提的是，看到微型电动车市场红利的不仅有低速电动车企，传统车企也相继杀入。

为应对补贴退坡带来的成本价格增加，主流车企开始回归微型电动车市场。吉利、比亚迪、五菱等传统车企近期纷纷推出微型电动车产品，其中起售价下探至3万元内的五菱宏光mini EV，直接杀入低速电动车价格区间，并在预售期内收获1.5万张订单，相比雷丁i3 5万元的起售价，在价格上和品牌认知度上都更具有竞争实力。

“传统成熟车企拥有庞大供应链体系和造车平台优势，能够在单一车型上进一步压低生产成本和车辆售价。”颜景辉表示，作为新能源汽车市场的“新生”，低速电动车企在研发投入的同时，还需选择新的供应商，而在形成规模化销量前，很难摊薄制造成本，售价也缺乏竞争力。

不仅如此，在渠道商方面，吉利、比亚迪等主流车企拥有成熟的经销商网络，已实现市场全覆盖。“相比传统车企，低速电动车经销商店面需要投入资金升级，进一步提升售后板块，而相对较少的店面覆盖率，也成为这些车企亟须解决的问题。”颜景辉说。

实际上，部分低速电动车企已意识到经销商渠道的欠缺。此前，雷丁重新梳理百余家店面，对其重新装修，让店面规格达到传统4S店标准。领途也对其传统销售渠道进行升级，提供包括出行服务、换电、金融、4S店职能等服务。不过，在业内人士看来，店面升级也意味着巨大的资金支持，在一定程度上增加了企业前期投入与成本。

颜景辉对北京商报记者表示，虽然出现市场空间，但应该说低速电动车企转型发力微型电动车的时机并不理想，与主流传统车企相比仍存在一定差距，面对传统车企的下压，转型求生的低速电动车企还将面临不小的压力。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

图片来源：松果汽车官方公众号

产能交棒亚洲龙 一汽丰田普拉多谢幕

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）在“双积分”政策及平行进口车双重压力下，“神车”一汽丰田普拉多最终退出国内舞台。最后一辆一汽丰田普拉多近日走下生产线，而四川一汽丰田汽车有限公司也将取消该车型4.5万辆/年的产能，这意味着一汽丰田普拉多正式停产。

据了解，丰田普拉多在上世纪90年代正式上市，2003年被一汽丰田国产并在华销售，17年中累计生产34.67万辆。然而，2017年颁布《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》后，拥有大排量和11升以上综合油耗标签的普拉多，让一汽丰田面临在华发展难题。

按照双积分要求，在中国境内销售乘用车的企业（含进口乘用车企业），对企业平均燃料消耗量积分及新能源汽车积分情况进行考核，只有两种积分之和大于零才算达标，如果出现负积分，则需要采取措施抵偿归零或调整生产与进口计划；若无法抵偿归零，相关车企可能无法销售新品。北京商报记者了解到，2018年、2019年连续两年，生产普拉多的四川一汽丰田双积分均未达标。

不仅如此，由于丰田普拉多在平行进口车渠道中，在车型选择和配置方面多于中规渠道，同时价格更加实惠，因此在消费者购买意愿上更加倾向于在平行进口渠道购买该车型，这在一定程度上分流了众多一汽丰田普拉多销量。

“丰田普拉多在平行进口渠道销量远高于中规渠道，同时受双积分影响倒逼一汽丰田急需降低油耗，最终只能放弃国产普拉多。”汽车行业专家颜景辉表示。

值得注意的是，一汽丰田普拉多停产后，平行进口渠道的普拉多也将从国内市场消失。此前，国家认证认可监督委员会（CNCP）发布《关于汽车强制性产品认证实施细则的公告》规定，平行进口车欲通过3C认证，需有相对应的中规版车型在售。据了解，平行进口车在进入国内市场前，需取得海关发放的3C认证合格证，才能进行报关，随后将车辆发往全国各地进行销售。这意味着，没有国产普拉多铺路，未来平行进口的普拉多也将不能在华销售。

北京商报记者了解到，国产普拉多传出停产的消息后，国产以及平行进口渠道车型全面涨价，并出现一车难求情况。

虽然一汽丰田普拉多停产让不少消费者惋惜，但在其停产后，一汽丰田将对既有产能进行改造，为其他车型留出更多产能。据了解，四川一汽丰田工厂将改造并扩建原有厂房和附属设施，利用原普拉多产能及与四川野马汽车股份有限公司合作的产能生产一汽丰田旗舰车型亚洲龙，产能为10万辆/年，其中混动版车型不低于5000辆/年。

为冲击高端、阻击广汽丰田凯美瑞，一汽丰田在去年3月上市旗舰版车型亚洲龙，并落户天津工厂，规划年产能12.8万辆。这意味着，未来在四川工厂投产后，亚洲龙产能将提升至年产22.8万辆。不过，在业内人士看来，亚种龙如今的产销量很可能造成一汽丰田四川工厂产能过剩。

数据显示，今年前5个月一汽丰田亚洲龙累计销量为3.3万辆，平均月销6000多辆，难以撑起超20万辆的年产能。同时，亚洲龙前5个月销量相比于竞争对手雅阁和凯美瑞均有3万辆的差距。

北京商报记者了解到，一汽丰田亚洲龙上市首月仅售出2132辆，次月销量攀升至6241辆，出现加价情况。一汽丰田方面曾表示：“由于产能不足，亚洲龙订单一直不能满足市场需求，因此造成销量受限，经销商出现加价现象。”尽管一汽丰田方面将销量低迷归于产能不足导致，但去年底北京商报记者发现，终端市场亚洲龙车型不仅加价变降价，更出现部分车型滞销。这意味着，即便产能重组，以亚洲龙目前的市场表现也很可能难以满足工厂产能。业内人士认为，未来如果亚洲龙不能满足产能要求，一汽丰田很有可能会调整产品生产计划，平均分配产能。

豪越入局 吉利“低价牌”混战SUV市场

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）作为低迷车市唯一增长点，SUV再次成为各家企业争抢的市场，而作为头部企业的吉利汽车，欲借助“低价”战略稳固市场份额。吉利汽车近日宣布，全新SUV车型豪越上市，共推出3款车型，搭载1.8TD+ 7DCT动力系统，提供5座/7座两种座椅布局供消费者选择，官方指导价为10.36万-13.96万元。

数据显示，去年国内SUV销量为75.9万辆，同比增长13.7%，成为乘用车市场中唯一增长的车型，而该细分市场也是吉利布局的重点，目前吉利已相继推出博越、缤越、星越等SUV车型，但在大7座SUV市场却一直处于空白状态。

据了解，相对于吉利在大7座SUV车型的真空状态，竞争对手广汽传祺、长安汽车、上汽荣威早已排兵布阵，分别推出GS8、CS95、RX8车型，同时合资品牌中上汽通用别克昂科威、上汽大众途观L、广汽菲克Jeep自由光、广汽本田冠道、广汽丰田汉兰达等车型也已入局。

值得一提的是，在时间上落后竞争对手的吉利，推出豪越时选择再次打出“低价牌”。该车型官方指导价为10.36万-13.96万元，起售价普遍低于主流自主品牌竞争车型5万元。以长安汽车CS95为例，该车型起售价为16.59万元，吉利豪越顶配车型相比长安汽车CS95起售价低2万元，此外同级别的合资品牌起售价均在20万元以上。汽车行业专家颜景辉表示：“面对众多竞争对手，在中型SUV细分市场入局较晚的吉利，选择低价入市的方式为新车开路。”

数据显示，今年5月国内中型SUV排行榜中，排名前三位的车型分别为大众探岳、北京奔驰GLC L、上汽大众途观L，自主品牌仅有瑞虎8进入前十位，捷途X70和长安欧尚CX70则进入前15位，北京商报记者注意到，3款车型的价格均下探到10万元以下。“在中型SUV细分市场自主品牌向上突破一直未能奏效，豪越用低价对阵竞品会有一定效果。”颜景辉表示。

不仅价格下探，在空间上吉利豪越也下足功夫。该车型长宽高分别为4835毫米、1900毫米、1780毫米，轴距达2815毫米。将后排座椅放倒后，纵深空间可达2.2米，后备厢装载空间可拓展至2360升。

数据显示，今年5月吉利销量超10万辆，其中SUV销量为5.6万辆，SUV车型销量占比过半。业内人士认为，国内市场下行背景下，豪越的推出担负着吉利拓宽SUV战线，提高市占率的重要使命。