

年终盘点·造车新势力2020

造车新势力热捧“毛利率”背后

走过交付期的造车新势力，“毛利率”成为各家掌门人口中最多提及的关键词。在特斯拉拿出超20%的正向毛利率后，蔚来、理想、小鹏三大头部造车新势力，目标也是让毛利率转正。今年，不仅蔚来首次实现毛利率转正，后续登陆美股市场的理想、小鹏，首份财报的正向毛利率也成为业绩亮点。毛利率转正，意味着造车新势力造车成本持续降低，同时市占率持续提升。然而，面对各家新势力仍然巨亏的现状，毛利率转正背后更多是吸引资本市场关注的新话术。



销量存隐忧

为维持投资者信心并早日实现盈利目标，蔚来、小鹏、理想一直在采取各种措施推动销量增长，但三家也各存隐忧。

香榭资本援引德意志银行分析称，特斯拉会降低上海工厂B级SUV Model Y的车型售价，该车可能从48.8万元降至36万-39万元。从售价上看，特斯拉的降价策略，可能导致Model Y正面抢夺蔚来ES6的销量。ES6是蔚来目前销量最多的一款车型，售价区间为35.8万-46.8万元。与特斯拉、蔚来的纯电路线不同，理想采用“增程式”技术路线，由此形成自身独特竞争优势。然而，今年以来，理想汽车唯一量产车型理想ONE累计发生前悬架碰撞事故97起。

今年11月6日，理想汽车宣布，召回10469辆理想ONE电动汽车。汽车行业分

析师张翔认为，召回不仅会给理想汽车带来成本负担，还可能会在短期内直接影响理想汽车市场表现。

作为三家新势力车企中今年销量最低的一家，小鹏汽车面临着销量结构失衡的问题。今年11月，理想汽车凭借一款车型实现4646辆的交付量，而小鹏汽车两款车型的合计交付量仅为4224辆。分车型看，小鹏P7单月累计交付达到了2732辆，环比增长了30%，但小鹏G3销量却仅1000余辆。

近日，小鹏汽车还卷入低价卖车传闻风波。在某社交媒体上，一位名为“抖音用户Y”的用户爆料，小鹏汽车把大量新车卖给二手车商，二手车商再低价卖给三四线城市或者租车公司。小鹏汽车发声，称其“连续发布大量关于小鹏汽车的不实信息，并对小鹏汽车的经营情况进行毫无证据的揣测和造谣”。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文并摄

毛利率转正

作为国内首家登陆资本市场的造车新势力，蔚来在上市第三年终于交出首份毛利率转正财报。今年二季度，蔚来汽车销售毛利率为9.7%，综合毛利率为8.4%；三季度，蔚来的汽车销售毛利率提升至14.5%，综合毛利率为12.9%。

不仅蔚来，今年登陆美股的理想汽车、小鹏汽车首份财报也都传出毛利率转正的消息。今年三季度，小鹏汽车毛利率为4.6%，去年同期及今年二季度分别为-10.1%和-2.7%，首次实现毛利率转正。理想汽车销售毛利率则为19.8%，同比增长6.1%，直逼特斯拉的20%。

对于造车新势力企业而言，毛利率转正意味着剔除推广、管理企业等其他费用，企业已摆脱“卖一辆亏一辆”的局面，因此正向毛利率也成为考核造车新势力企业的重要标准之一。

重要标准之一。

对于毛利率提升原因，理想汽车在财报中称，毛利率提升主要是得益于部分零部件采购价格的下降，以及产量提升带来单车制造成本的下降。小鹏汽车则在财报中称，毛利率提升主要是由于更好的产品组合、材料成本下降和制造效率提高。

盈利尚无期

尽管毛利率纷纷转正，但蔚来、小鹏、理想尚未走到盈利临界点。截至目前，蔚来累计亏损超过250亿元，理想汽车和小鹏汽车累计亏损也分别达到44亿元和70亿元。

财报显示，今年三季度，蔚来调整后季度净亏损（非公认会计准则）为9.978亿元，同比收窄59.3%；小鹏汽车净亏损11.49亿元，去年同期为亏损7.76亿元，亏损面进一步扩大；理想汽车净亏损为1.07亿元。

在亏损持续背景下，外界对蔚来、小

鹏、理想的前景不乏质疑之声。11月13日，做空机构香榭发布做空报告称，蔚来股价已经脱离合理范围，股价应该“腰斩”，目标价应为25美元。报告主要理由包括，特斯拉以及Model Y在中国的定价将冲击蔚来汽车销量；目前蔚来估值是未来12个月销售额的17-18倍，而特斯拉为9倍，双方差距创下历史新高。

据了解，蔚来相对估值是特斯拉2倍，但蔚来的销量却远不如特斯拉。今年前三季度，特斯拉累计销量为31.9万辆，蔚来累计交付量为3.14万辆，仅约特斯拉的1/10。

经济学家宋清辉表示，销量规模不足不仅是做空机构攻击蔚来的最大阻碍，也是三家造车新势力实现盈利的最大阻碍。国信证券发布的研报认为，蔚来、小鹏、理想要想实现盈利，销量规模分别需要达到18万辆、12万辆、6万辆。

截至今年11月30日，蔚来汽车交付量为3.67万辆；小鹏汽车交付量为2.13万辆。

销量快速回升 上汽大众帕萨特王者归来

安全与品质“两手抓”

作为一款B级车，帕萨特在国内汽车细分市场一直占据重要地位。进入中国20年，帕萨特赢得超290万车主的信赖和良好口碑。而这背后的首要秘诀，就是帕萨特对安全的重视与执着。

20年来，帕萨特顺应市场不断换代，提升技术和升级配置。在融入本土化道路上，上汽大众不断创新和改进工艺，整体安全装备一直保持同级别中最高水平。2000年上市之初，帕萨特就配备ABS、ESP、三点式燃爆安全带等配置，率先将大众品牌安全理念带给中国消费者，并提升全社会对汽车安全的重视。

在2020款车型上，帕萨特也不断进化。前排双安全气囊、前排侧面安全气囊、前后排头部安全气帘、前排三点燃爆预紧式安全带、EPB、Auto hold、ESP等多重安全装备都做到全系标配，全面守护行车安全。

除优异的安全水准，自身的品质积淀也是众多消费者青睐帕萨特的重要原因。上汽大众在行业内一直以造车高标准而闻名，从激光焊接，到空腔注蜡，再到一些近乎苛刻的要求，如坚持采用100%雨林测试，无一不体现对品质的追求和对细节的打磨。

为了让消费者享受媲美C级车的乘坐体验，帕萨特配备包裹式人机工程学座椅，选用Vienna粒面真皮，带来天然质感，恰到好处的柔软度让人久坐也不会疲惫。同时，在创新仿生结构设计加持下，座椅靠背可完美贴合驾乘者脊柱，配合座椅上装配的前排X-WOKS四向可调头枕，为乘坐者提供触手可及的航空头等舱级乘坐享受。

针对听觉享受，帕萨特采用全新升级的Best-Tuning静音工程，噪音隔绝与吸收能力进一步强化，为用户打造臻享静谧的乘坐空间。其中，挡风玻璃是夹层声学隔音玻璃，厚度达4.96毫米，侧面强化车窗玻璃厚度达4.85毫米。另外，全车60处高级声学材料，将喧嚣尽数留在车外，带给用户会



随着疫情防控形势持续向好，上汽大众帕萨特的销量快速回升。数据显示，今年11月，上汽大众帕萨特销量达13070辆，单月销量稳定过万。事实上，帕萨特销量的快速回升并非偶然，其背后呈现出的是消费者对上汽大众及帕萨特的充分信任与认可。作为车坛“常青树”，帕萨特不仅凭借优异的安全水准与自身的品质积淀赢得消费者信赖，更始终以强大产品综合实力满足消费者多层次用车需求。

客厅般的静谧感受。

“软硬”竞争力强大

值得注意的是，帕萨特之所以在中国市场持续畅销，既得益于安全和品质层面的优异水准，也与自身综合实力的强大密切相关。

从车身尺寸看，2020款帕萨特长宽高为4933毫米×1836毫米×1469毫米，2871毫米的轴距让车内空间获得前所未有的提升，使前后排头部空间达到领先同级的994毫米/963毫米。坐在车内，无论头部、腿部还是身体的弯曲程度方面都很舒服很自然，完全不会有拘束感。除接近C级车的尺寸，2020款帕萨特还有辉昂同款全景天窗。

从动力上看，2020款帕萨特搭载2.0涡轮增压发动机（直喷）匹配双离合的组合。

整个动力参数，在同级别发动机中动力表现上乘，可以提供更好的动力表现。在操控方面，大众独有的优秀底盘技术带来具备品质感的德系调教让2020款帕萨特拥有极佳操控品质，会给驾驶者带来一种“人车合一”的感觉。

不仅车身尺寸、动力、操控等“硬实力”方面表现不凡，帕萨特的“软实力”同样一流。随着汽车行业加快向“新四化”方向转型，智能化程度越来越成为衡量一款车“软实力”的关键，2020款帕萨特则堪称智能互联科技先锋。

在人机交互层面，2020款帕萨特可在三种不同模式间进行个性化切换的10.2英寸FPK数字液晶仪表、集成在线导航，在线POI搜索的9.2英寸导航屏幕、将多项关键行车信息投射于驾驶员视线前方的HUD平视显示系统。

在驾驶辅助方面，AFS自适应大灯、BSD盲点监测、ACC自适应巡航、交通拥堵辅助、车道保持、RTA后方倒车紧急刹车、PLA 3.0智能泊车辅助、Pre-Crash预防式乘员保护系统、AEB刹车辅助、360°全景影像、MKE智能疲劳监测系统配置在2020款帕萨特上一应俱全。

在智能化、网联化的时代，2020款帕萨特也采用先进智慧车联网系统，该系统通过上汽大众超级App，集成互联网优质资源，引入丰富多彩的在线服务，涵盖智能控车、智能语音、智慧导航、智享娱乐、智趣出行等核心服务功能。

20周年感恩贴心服务

汽车工业发展历经百年，机械电子方面的差异已经不再是决定一款车受欢迎程

度的唯一因素，服务水平的高低同样非常关键。受疫情影响，各厂家均开展不同营销方案，以期尽快恢复销量。在此背景下，上汽大众帕萨特的各项创新营销举措无疑走在行业前列。

目前，正逢年底，上汽大众推出限时20周年感恩礼包及原店终身保养礼包，涵盖原店终身保养、保险、置换补贴等诚意回馈。

以养车板块为例，原店终身免费保养、5年或16万公里整车质保不仅为车主们减轻养车压力，更为后续二手车交易带来隐形资本，使得车辆更保值。在选择原店终身免费保养的情况下，当车辆因事故在约定经销商处维修时，依据车险定损情况，车主可享受有一年3次的代步车辆服务，解决用户在维修时期无车可用的难题。

售前售后便利性等服务层面的因素，一直是包括帕萨特在内的上汽大众各款车型长期深受消费者欢迎的重要原因。业内人士认为，产品的领先加上服务的不断完善，将成为帕萨特车型持续保持领先的保障。

回首帕萨特在国内市场走过的20年，这款B级车不仅见证中国汽车工业发展，还将德系血统与中国消费者的需求进行不断融合。从原型引进到自主设计，从新能源到智能互联，再加上一以贯之的品质安全与贴心服务，帕萨特初心不变，继续为中国消费者提供高品质德系座驾。

