

探寻重庆新能源汽车发展之路——

卡位赛胜出 赛力斯下一步怎么“赛”

重庆日报两江观察

二月十一日,金康两江智慧工厂,机器人挥舞着“手臂”忙碌。
重庆日报记者 郑宇摄

“占位、卡位,才有机会超越!”

近来,记者在热追北京冬奥会赛事时学到一个新名词:赛道卡位。说的是短道速滑这个项目,不仅比拼速度,更多时候考验的是选手在极为有限的时空中、在风驰电掣的同时,要有实施占位、卡位、超越的战术。这些战术的成功运用,往往与胜负紧密相关。

当下,新能源车就是汽车行业一条前浪后浪争抢的新赛道。有业内人士称,新能源汽车已不是“蓝海”,而是“红海”,竞争异常残酷,能否在赛道上占有一席之地,事关车企生死存亡。随着“造车新势力”的不断壮大和传统大牌车企的纷纷加入,新一轮“卡位战”已然开打。

2021年4月,由重庆赛力斯(即金康新能源汽车公司)联合华为开发的智选SF5正式发布,不俗的性能、华为的“加持”,使其迅速成为新能源车市的焦点。去年底,由赛力斯与华为深度合作推出的高端品牌——AITO问界M5面市,震动业界,同样成为备受消费者期待的爆款。

作为重庆本土车企、中国500强企业,小康集团为何要以超乎寻常的大动作实施全面转型?赛力斯是怎样“卡位”新赛道的?未来如何在激烈竞争的新赛道上实现超越?近日,记者赴赛力斯两江智慧工厂实地探访,并与小康集团轮值董事长张正萍和小康集团首席技术官、赛力斯轮值总裁许林进行了深度交流。

卡位! “豪赌”背后的思量

随着新能源汽车市场规模的不断扩大,近年来,中外车企都在作出不同的改变。如何找准自己的定位和方向,走出一条自己的创新之路,是所有车企都要面对的难题。

张正萍作为小康“少帅”,6年前就赴美国硅谷布局智能汽车研发,经历了赛力斯发展的全过程。他开门见山地说,对小康而言,转型新能源汽车要冒很大的风险,但如果不占住这条赛道,无疑就是等死。

转型这条路势在必行。小康的转型,我们甚至可以理解为一场“豪赌”——

小康集团投身新能源汽车起步不晚。2016年,“小康股份”上市,集团盈利创新高,形势一片大好。这一年,小康集团在美国硅谷成立SERES公司,招募人员,开始新能源车研发;2018年,赛力斯获新能源乘用车产品资质;2019年,赛力斯5全球首发;2021年,AITO问界M5问世……

可以看到,赛力斯这次“卡位”的时机拿捏到位,甚至具有较强的前瞻性,与我国乃至全球的汽车产业转型之路相呼应——

2015年是“中国造”汽车的分水岭。2015—2017年,国内燃油车市场总量达峰值但增速已然减缓,随后便

逐年下滑。新能源汽车趁势“卡位”:2014年,特斯拉向中国交付首批车辆,蔚来、小鹏成立,次年7月理想成立;2015年,中国成为全球新能源汽车最大市场;随即逐年上台阶,2020年出现爆发式增长;2021年,国内新能源汽车总销量352.1万辆,同比增长157.5%;预计2022年总销量将达到500万辆,同比增幅为47%。

作为我国重要的汽车产业基地,重庆自然也要投身这场“卡位战”:2018年,市政府发布加快汽车产业转型升级的指导意见;2020年,支持新能源汽车推广应用激励措施出台;按《重庆市加速构建完善的智能新能源汽车产业生态行动计划》,到2025年,重庆智能新能源汽车产量要达到100万辆以上,占汽车产量比重达到40%以上;今年两会,重庆市政府工作报告提出,加快长安、赛力斯、吉利、理想等高端新能源整车项目建设生产……

作为重庆新能源车企的生力军,赛力斯“卡位”成功,先声夺人,对构建重庆智能新能源汽车产业新生态的意义不言而喻。

小康集团近期目标是把传统燃油车占总收入90%的结构,大幅转为新能源汽车占70%—80%。几年来,其投入新能源智能汽车已达150亿元。当传统车企的发展红利尚存之时,能够毅然转型,为新技术投入大量的资金和资源,以“打造全球智能汽车品牌企业”为愿景,大力实施从传统汽车向智能车辆、从传统制造向智能制造的转变和升级,小康集团的眼光和勇气不得不令人佩服。

实力! 转型背后的底气

“卡位”上道。在这场看似“豪赌”的背后,却有着赛力斯强大的软硬实力支撑——

从配套产品起步到整车制造,小康深耕汽车制造业已有30余年的积淀,以国内微型商用车三巨头之一的实

力跻身中国500强企业,为投身新赛道打下极为坚实的基础。

看硬实力,工艺控是赛力斯的长项,其建成了以工业4.0为标准的“中国领先、世界一流”的智慧工厂,创建了一套由“精品研发、精品制造、精品质量、精品供应链、精品服务”五大精品平台构成的高质量标准体系……

“可以负责任地说,赛力斯确保做到品质上的绝对把控,出产必是精品。”赛力斯轮值总裁许林对此充满信心。

看软实力,赛力斯从投身新赛道之时起,每年拿出集团销售收入的10%投入创新研发,研发总投入已近100亿元;在美国硅谷建有约80人的研发中心,在国内拥有1600多人的研发团队,占员工总数的1/4;以具有自主知识产权的“三电”技术为主打,拥有新能源智能汽车专利技术1000多项……这意味着,赛力斯对新能源智能汽车的核心环节和全产业链有了更强的掌控力。

如果说赛力斯“硬核”的智造技术,使其具备了“卡位”的资格,那么,与华为合作则带来了“赶超”的实力——

2021年,赛力斯与华为建立全面业务深度跨界融合关系,从产品定义到开发,从研发到制造、品控,从销售到服务展开全流程、全方位、全业务合作,这是一种分工明确、相互赋能的全新商业模式,也是赛力斯能够胜出的关键一招。

作为首款搭载鸿蒙智能座舱系统的量产车型,AI-TO问界M5不仅免除了消费者的“里程焦虑”,更侧重于“智慧”——引入了860余种驾驶场景,还可以自主协同智能发电机组、驱动技术等,实现更精准的智能匹配和OTA升级,让车辆“大脑”操控和驾驶在不断自主学习的过程中,为用户带来更加顺畅智能的服务体验。

张正萍认为,传统车企转型,必须打破固化思维。以后,企业的关键不仅是造一辆高质量的精品汽车,也不是简单的电动化+智能化的技术堆砌,而是要让汽车更懂消费者,要以更加舒适到位的体验,实现生活全场景的联动需求。这是未来发展的方向,也是赛力斯发展的重心。

超越! 新赛道上新的可能

新能源汽车这条赛道,给了品牌超越的机会。大家都有机会,就看谁能率先超越。

2022年,将是新能源汽车赛道上拼杀更为激烈的一年。“造车新势力”、传统大牌车企入场搏杀,新能源汽车这条赛道上,所有车企都将面对“生存还是死亡”的问题。张正萍认为窗口期也就一两年,必须抓住。

赛力斯面临的挑战是巨大的,比如连续高强度投入造成的资金压力,高端技术人才的缺口依然存在,以及来自众多竞争者的市场压力……

“如果说此前还是排位赛,赛力斯占据了赛道、见到了曙光,那现在就是淘汰赛,唯有努力超越,才能笑到最后。”许林分析当前和未来竞争格局时这样认为。

赛力斯今年的产销目标是20万辆。整个虎年春节,赛力斯都开足马力加班生产,应对3月份问界M5的全面交付;除了抓好两江智慧工厂和凤凰智慧工厂的达产满产,赛力斯研发的多款AITO高端品牌车型也将陆续发布,剑指“中国新能源汽车第一阵营”。

新赛道“卡位”之后,还要超越。赛力斯有了一个好的开始,如何突出自身优势、持续发力、进而胜出,市场将给出答案。



续下线。二月十一日,金康两江智慧工厂,新车陆
重庆日报记者 郑宇摄