

蔚来掉队：“蔚小理”变“理小哪”

造车新势力的销量座次正在发生激烈变化，一度领先的蔚来汽车正在明显掉队。

2022年前两个月，蔚来的销量不仅明显低于理想和小鹏，甚至已经被哪吒汽车超越。造车新势力所谓“蔚小理”的组合，很有可能要变为“理小哪”。蔚来在2月份共交付新能源汽车6131辆，同比仅增长9.91%。相比之下，2月份，理想汽车交付8414辆，同比增长265.83%；哪吒汽车交付7117辆，同比增长255.49%；小鹏汽车交付



6225辆，同比增长180.03%。蔚来2月份销量及同比增速在这几家造车新势力车企中垫底。

近几个月以来，与其他几家造车新势力车企相比，蔚来的销量持续掉队，疲态开始显现。

此外，几家造车新势

力车企2月份销量环比均大幅下滑三成以上。其中，小鹏汽车环比下滑51.83%，下滑幅度最大。造车新势力车企2月份销量环比集体下滑，或许与春节假期、芯片供应短缺、零部件供应紧张等因素有关。

媒体观点

是什么拖累了蔚来？

读创：有人说，造成蔚来汽车“掉队”的根源在于所实施的高端化战略。2021年，虽然蔚来整体销量不佳，但在中国30万元以上高端电动车市场的占有率高达40.8%，位列第一。但问题是，价格和质量

没有成为正比。也有人说这是换电运营模式。这也注定了后续的运营成本居高不下。

雷达财经：持续亏损的背后，蔚来的用户服务政策正在为其带来巨大的财务压力。2021年前三季度，蔚来的市场、销

售和管理费用已达到45亿元。相比之下，理想2020年全年的市场、销售和管理费用为11.19亿元，小鹏为29.21亿元。依靠更低的运营管理和组织消耗成本，理想已在2021年第四季度实现阶段性盈利。

蔚来的危机，似乎从未真正远去

新浪：面对来自销量和财务的压力，蔚来急需新款车型来“救场”。有分析认为，在目前供应链危机四伏的情况下，蔚来想要完成ET5的大量订单，供应链管理及产

能都面临着极大考验。以目前的低速交付量来看，蔚来似乎还未走出“产能危机”。

澎湃网：蔚来的自研水平逊色于特斯拉，品牌策略是“海底捞式”的贴心服

务，瞄准的是不在乎性价比的“高净值”人群，所以蔚来的竞争策略是“做好的品控和服务”。但在智能化、网联化的趋势下，“价格高+服务好”如何撑起高端品牌？

谁能交付更多的汽车，谁就有更多的话语权

手机凤凰网：当风口渐过，各大车企中，谁能交付更多的汽车，谁就有更多的话语权。过去的2021年，各大车企经历了缺芯以及自动驾驶方面的问题，造车新势

力之间的排名开始出现些许变化，这种变化体现在两个方面：第一，交付量；第二，影响力。

金融界：近年来，造车新势力、传统老牌车企纷纷杀入

红海，行业竞争加剧。在新能源汽车财政补贴退出、芯片供应短缺、原材料供应紧张，叠加比亚迪强劲竞争的行业环境中，造车新势力车企，谁能笑到最后？

一周车事

整车

苹果春季发布会：电动车并未现身

3月9日，苹果公司举办春季新品发布特别活动，新款iPhone SE、支持5G网络的iPad Air和搭

载更强大的M1芯片的Mac Studio如期登场。或许是因为没有出现投资者期待的AR/VR眼镜或电动

车相关消息，苹果公司的股价在发布会开始前小幅冲高，但涨幅随着发布会的结束又悉数回吐。

索尼和本田联手开发和销售电动车

3月4日，日本索尼公司和本田汽车宣布，双方将联手开发和销售电动汽车，并在今年成立一家合

资企业，计划在2025年开始销售第一款车型。在新的合资企业中，本田将负责生产第一款车型；而索尼

将负责开发移动服务平台，提供成像、传感、电信、网络和娱乐技术方面的专业知识。

奇瑞或与东南汽车达成合作

近日，一份关于奇瑞商用车与东南汽车合作规划的资料从网络上传出。内容显示，东南汽车与奇瑞

达成对赌协议，愿意以80%的股权换取奇瑞的技术支持，核心是奇瑞以技术人主东南汽车，以东南汽车

为主体，运营东南捷途汽车品牌，扩大产销规模，力争在未来3-5年内实现年产销40万辆。

富士康将在中国台湾建设首座电池厂

3月3日，富士康表示，将在中国台湾南部的新工厂首次生产电池组和电池，以对电动汽车行业关

键材料的供应获得更多的控制权。富士康还提到，计划在高雄建立电池组、电池和能源存储系统工厂，

并在此设计和组装电动公共汽车。富士康的目标是为该市的电动公共汽车建立一个完整的生态系统。

禾多科技完成战略融资，广汽资本独家投资

禾多科技已经于近日完成了数亿元战略融资。本轮融资由广汽集团旗下广汽资本独家投资。这意味

着，双方合作取得实质性进展。

禾多走的是全场景量产的渐进式发展路线，研发了Holo-

Pilot和HoloParking两大核心产品，逐步实现从高速公路到城区，最后到泊车完全自动驾驶。

零部件

金融

出行服务

博世进军换电领域

3月4日，博世官方宣布，公司已于近日同三菱商事、蓝谷能源正式签署战略

合作备忘录，三方将建立合作，利用蓝谷能源的换电平台、博世的云端电池管理技

术，以及三菱商事的电池服务商业化能力，共同赋能“电池即服务”商业模式。

通用汽车中国拟建独立销售渠道

通用汽车中国计划向中国引入更多进口车型，该销售渠道或为直营模式。连续四次参加中国进

口商品博览会的通用汽车，已多次释放了该信号。在第四届进博会期间，通用汽车中国高端进口业务副

总裁魏乐飞表示，“通用汽车正积极筹建高端进口业务，将现场展示的这些车型引进中国市场。”



上汽红岩 中国力量

NAVECO
南京依维柯

缔造卓越的商用车企业



上汽大通
MAXUS

生而与众不同



上柴 易+人
快捷·专业·真情

24小时服务热线：400-820-5656