

造车新势力月销逾万预示着什么

忠阳车评

造车新势力频频销量捷报。刚刚发布的11月份销量数据显示,以“蔚小理”为代表的头部造车新势力交付量集体破万,引发朋友圈一片关注。

具体来看,当月蔚来汽车交付1.09万辆,同比增长105.6%;小鹏汽车交付1.56万辆,同比增长270%;理想汽车交付1.35万辆,同比增长190.2%;哪吒汽车交付1万辆,同比增长372%。

对于造车新势力而言,月销破万辆是一道非常重要的槛。如果能够稳定在这道槛附近,就意味着年销量就能突破10万辆,而这一规模常常被称为企业的“生死线”。

上站稳脚跟。此外,有了这样的产销规模,企业也可以获得“产业链话语权”,更合理地控制采购成本和节奏。

与不少车企通过推低端车型迅速扩大销售规模不同,此次头部造车新势力月销破万的亮点还在于,蔚来和理想所销车型均价超过30万元。除了规模效应之外,汽车还是一个以品牌著称的行业,而产品价格无疑是企业品牌竞争力的重要体现。

更重要的是,理想汽车凭借一款理想ONE就实现了1万多辆的销量,被业界称为现象级产品,值得深思。

企业凭借“多生孩子好打架”的思维和战术还能活得不错,那么随着我国车市从增量阶段转入存量博弈,这样的打法就必须改变。

国际汽车产业发展经验表明,没有一家跨国巨头是靠拼产品数量取得成功的。反恩丰田、本田等汽车工业的“后起之秀”,不难发现,处于快速上升阶段的新兴车企,往往能凭着某款明星车型实现重点突破。

明星产品不会凭空产生,其背后是企业对消费趋势的精准把握和技术研发的超强投入。不少分析认为,理想汽车之所以热销,就在于其一直坚持为家庭用户造车,并通过产品创新重新定义智能电动时代家庭用车标准,同时全球首创的城市用电、长途发电的全新电动模式,有效解决了家庭用户里程焦虑问题。

没有竞争,就没有进步。尽管过去数年中,绝大部分造车新势力已被市场无情淘汰,但活下来的这些车企羽翼渐丰,足以改变整个格局。

杨忠阳,汽车行业分析师,长期关注汽车市场动态,对新能源汽车发展趋势有深入见解。



小米集团日前发布的财报显示,2021年第三季度,尽管受到核心部件全球供应紧张的影响,小米依然实现了稳定的供货水平,小米智能手机收入达478亿元,全球智能手机出货量达4390万台。

小米

本报记者

黄鑫

建设世界一流石化园区——

恒力以绿色智能赢发展空间

本报记者 苏大鹏

慧眼观企

今年9月,恒力新增投资18亿元建设的年产45万吨生物可降解塑料项目在大连长兴岛园区内开工。

2010年,在新一轮东北振兴战略的号召下,恒力集团在国家七大石化产业基地之一的大连长兴岛,投资1800亿元建设恒力(大连长兴岛)产业园。

以创建世界一流石化园区为目标的恒力(大连长兴岛)产业园,开创了我国炼化一体化发展的崭新局面。

在日前公布的2021中国民营企业500强榜单中,恒力位列第三。

危机中觅先机

作为一家民营企业,恒力1994年以纺织起家,后从江苏扩至辽宁大连,继而向全国进军。

1997年亚洲金融危机爆发,国内许多纺织企业受到巨大冲击,恒力也不例外。

2008年,受到国际金融危机冲击,纺织业遭重创,恒力却加速开启了再次转型的进程。

与此同时,恒力把目光投向纺织工业上游的PTA等石化原料产业。

在确定了项目“至少十年不落”的目标后,陈建华带领恒力团队先后考察了全球11个一流炼化园区、16家炼化企业。



恒力(大连长兴岛)产业园。

孙鹏伟摄(中经视觉)

仅有力保证了工程高质量、高标准、高速度建设,也在实战中锻炼了队伍。

从原油到炼油,再到聚烯烃、聚酯,长兴岛园区内上下游高度关联,物料互供,实现“宜油则油,宜化则化,宜芳则芳”。

把原油“吃干榨净”

走进恒力(大连长兴岛)产业园,跑冒滴漏看不见,异常气味闻不见,甚至连机器噪音都听不见。

恒力(大连长兴岛)产业园陆续投入数十亿元,建立了“软硬兼施”的环保体系。

通过巧妙的工艺优化设计,产业园实现了对原油“吃干榨净”,甚至部分边角料和“三废”也成为重要资源。

恒力石化(大连)化工有限公司总经理许皓表示,恒力采用世界首套用低温海水作为热源的大型海水淡化装置。



产业园聚丙烯车间内,工程师正在研究产品。

孙鹏伟摄(中经视觉)

全的自主知识产权。“绿色节能技术的创新应用,实现了淡水资源的有效利用,又降低能源消耗,减少对海洋环境的影响。

除了绿色环保,恒力的智能化建设水平也蜚声业界。园区内安全检测仪器和环境监测点全覆盖,严密的安全生产管理使园区处于本质安全和应急、备战的有管控状态。

作为中国炼油行业对民营企业开放的第一个重大炼化项目,恒力2000万吨/年炼化一体化项目在大连长兴岛投料开车。

服务就是效率

作为我国炼油行业对民营企业开放的第一个重大炼化项目,恒力2000万吨/年炼化一体化项目在大连长兴岛投料开车。

行业缺芯对小米手机影响有多大?西南证券分析认为,小米手机业务环比还是略有波动,2021年第三季度,小米全球智能手机出货量同比下滑5.8%。

不过,小米总裁王翔坦言,由于芯片缺货,小米智能手机出货量还是减少了大约1000万台到2000万台。

今年以来,小米手机高端化稳步推进,双品牌策略继续稳扎稳打,系列产品精准定位,触达更多用户群体。

值得一提的是,小米境外业务步履稳健,为业绩增长奠定了坚实基础。

同时,小米在成熟市场的运营效率继续提升,欧洲市场业务稳步推进。

小米还积极拓展渠道布局,进一步加强全渠道建设,以高效率、高周转的数字化经营模式,为更多用户提供全场景的消费体验。

小米分析师认为,随着小米持续拓展线下渠道数量,并继续推进高端化战略,其智能手机出货量和收入将持续增长。



本版编辑 辛自强 张苇杭 美编 高妍