

奥迪新能源为啥卖不过新势力

忠阳车评

传闻延期的奥迪一汽新能源汽车项目日前在长春正式启动。按照规划,该项目年产能15万辆,建成后将生产3款纯电车型。有舆论表示,这一项目的投建让人们

对奥迪在华新能源汽车发展有了更多新期待。

不同于一汽-大众奥迪和上汽奥迪,奥迪一汽新能源是奥迪在中国的第一家控股合资公司。其中,奥迪及大众持有合资公司60%股份,一汽集团持有40%股份。由于“奥迪”与“一汽”换了排序,此前新项目的名称就引发争议。

其实,在股比已经放开的今天,名称倒序并不奇怪。相信随着股比的调整,这一现象还会在其他企业身上发生,毕竟控股股东说了算。更大的问题在于,作为控

股股东,虽然奥迪在中国市场已引入多款e-tron系列电动车,但市场销量尴尬。乘联会数据统计显示,2021年奥迪e-tron销量仅为1439辆。且不说与特斯拉一较高下,素有“灯厂”之称的奥迪,就连蔚来、理想等造车新势力的尾灯都没追上。以至于不少网友纳闷:“四个圈”为啥就圈不住粉?

奥迪新能源之所以卖不动,一方面是产品实力不足。以一汽-大众奥迪e-tron 2021款50 quattro尊享型为例,这也是全系最顶配车型,其搭载总功率为230千瓦的双电机,匹配能量为96.7千瓦时的三元锂电池,NEDC续航根据车型的不同分为450公里和500公里两个版本。可以说,无论续航里程,还是零百加速性能,奥迪e-tron与同级竞品相比都没有优势。

更重要的是,奥迪新能源车缺乏智能化加持。要看到,今天电动车产品力不仅体现在动力变革上,更在于智能化体验。

尤其在中国市场,智能互联已成为新能源汽车基本的产品特性和主要竞争力。正如智能手机与传统手机的交替之际,中国消费者的关注点不再是皮实、耐用和砸核桃,而是包括网上网下应用,以及无数的智能生态体验。以此为标准来看,奥迪的e-tron只是一款半成品智能电动车。其竞争力不如特斯拉、蔚来等新势力,也就不难理解了。

另一方面则在于产品定价的不接地气。一汽奥迪国产e-tron起始价为54.68万元。虽然和进口版车型相比,国产e-tron起售价已下调了14.6万元,但这一价格不仅远高于特斯拉Model Y,也远超宝马ix3。如此高的价格,说好听点就是“过度自信”,在中国市场未表现出足够“诚意”,说不好听点就是在中国市场的“产品定义能力出现系统性误差”。

有人说,奥迪新能源在产品定义上还处

于燃油车时代,存在对传统燃油车的路径依赖,这是有一定道理的。事实上,这种路径依赖和产品定位的惯性思维,已经在制约其创新能力的提升。虽然这种路径依赖并非完全是由于技术落后导致的,而是一种在产品定义方法论上的错误,但这可能将导致其在智能电动车赛道上摔跤,需要引起我们足够警惕。

当前中国已成为全球最大的新能源汽车市场,也是奥迪电动化转型的重要战场。按照新的规划目标,2025年奥迪电动化车型将达到总销量的三分之一。显然,要实现这一目标,奥迪还得做出更多改变。



神驰机电全力做大做强产业链——

打通自主品牌“出海”路

本报记者 吴陆牧 冉瑞成



走近“小巨人”

全球每5台小型发电机中就有1台是“重庆造”,这背后的主角就是神驰机电股份有限公司。

春节假期一过,位于重庆北碚区的神驰机电生产车间就忙碌了起来。记者看到,10多条电机生产线开足马力,工人们正在抓紧赶制一批销往海外的发电机产品订单。“与往年相比,今年的订单量大幅增长,尤其是来自海外的订单。”神驰机电副总经理明镜说。

自1993年创立以来,神驰机电始终专注于电机类产品及通用动力机械产品的研发、制造,从一家小型机械加工厂发展成为一个拥有完整产业链的现代化企业,公司生产的小型发电机远销美国、加拿大等100多个国家和地区。

突破核心技术

神驰机电的产品展厅里,一台方形汽油发电机被摆在醒目位置。“这是公司自主研发生产的第四代发电机,也是全世界唯一一款额定输出功率达到10千瓦的单缸通用汽油发电机,可以节省40%的整机制造成本。”神驰机电总经理助理艾治元说。

自主创新是神驰机电的取胜之道。“近年来,公司加快产品研发速度,平均每两年进行一次全面升级换代,推出性能更好、成本更低的新产品抢占市场。”艾治元告诉记者,神驰机电目前已掌握了小型电机产品降低温升、提高电动机峰值功率和峰值力矩、低电压启动等核心技术,以及自动嵌线、流水线生产等先进工艺。

作为小型发电机的关键核心技术,逆变器技术曾经长期被国外公司垄断,成为国内发电机行业的一个发展难题。2007年,神驰

机电组建技术攻坚团队开始进行逆变器技术研发。历经3年反复试验后,由该团队自主研发的一款节能型智能变频电机逆变器成功问世,并获得国家发明专利。记者了解到,相比于传统发电机,安装了该装置的节能型变频发电机组耗油量低、转换效率高,可大量节约材料和能源。目前,该产品已实现批量生产,销往美国、日本等海外市场。

“近年来,公司不断加大技术研发投入力度,技术创新优势不断夯实。”艾治元说,正是由于高度重视技术创新能力建设,神驰机电储备了丰富的技术资源,取得了不少技术创新成果。比如,公司掌握了降低电机电压波形畸变率的核心技术,可将电机在各种工况下的波形畸变率降到5%以下,该技术被广泛应用于对电源品质要求较高的精密仪器上。

截至目前,神驰机电拥有专业技术研发人才200多人,申请国内外各类专利500余项,其中发明专利30项。

布局全产业链

创办之初,神驰机电通过为美国一些通用机械品牌商提供贴牌代工服务,在经营规模迅速扩大的同时,积累了大量先进的生产、管理以及技术经验。“贴牌代工不是长久之计,神驰机电的愿景是走向世界。”神驰机电董事长艾绅说。

为了占据海外市场主动权,神驰机电采取延长产业链和打造自主品牌“两条腿”走路的方式,持续推进企业多元化布局和转型。

从2007年开始,神驰机电依托小型发电机、通用汽油机等核心部件的研发、制造优势,开始逐步向柴油发电机组、空压机、新能源汽车增程器等终端类产品延伸,布局形成从核心部件到终端类产品的完整产业链。“终端类产品是神驰机电收入和利润的一个

主要来源。”明镜说。

近几年,神驰机电还加大了对园林机械、空压机等新品类的全产业链布局。目前,包括园林机械在内的新品类年产销量超过10万台,并还在高速增长中。

与此同时,神驰机电积极布局美国、尼日利亚、阿联酋、泰国、巴西等地市场,全力打造自主品牌和自主渠道。2011年,神驰机电在美国设立子公司,开始推广自主品牌终端类产品。目前,海外销售的终端类产品中,神驰机电自主品牌占比已达到50%以上,成为海外收入的主要来源。

培育竞争优势

走进神驰机电数字化生产车间,数条自动化生产线正高效运转,液晶屏幕上显示着产品数量、运行效率等实时数据。神驰机电信息中心部长卢兵告诉记者:“通过智能化项目改造,企业生产效率提高了10%,设备利用率提高了12.5%,生产运营成本降低了13%。”

智慧赋能让这家老牌电机企业焕发出新活力。2020年,神驰机电对生产线进行改造升级,打造基于工业大数据驱动的发电机智能工厂,实现了生产制造全流程管控,车间透明化和产品质量可追溯。“在信息化系统平台方面,公司每年投入近1000万元,上线了多套信息化管理系统,基本建立了从业务运营到决策支持的智能化体系。”卢兵说。

通过全业务流程在线化,神驰机电构建起数字化、智能化等核心竞争优势,既降低了工厂运营成本、提高了生产效率,又有效满足了市场对产品质量的一致性和可靠性标准要求。

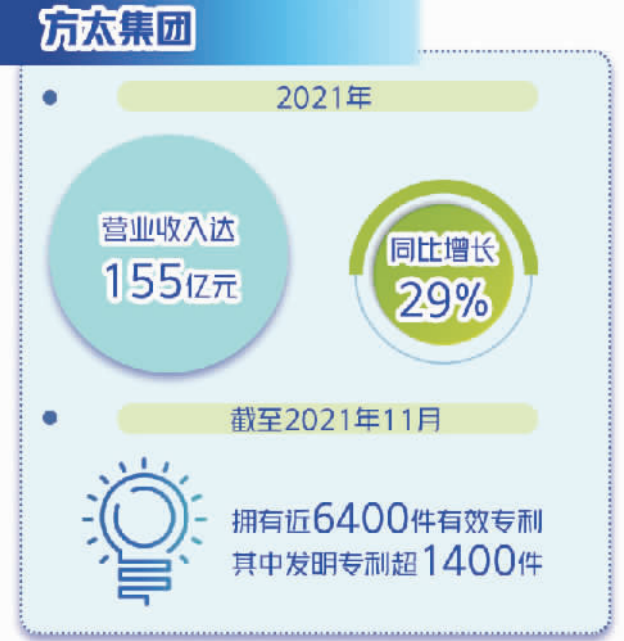
不仅是业务流程实现智能化,神驰机电还借助物联网等技术,推动产品智能

化。以公司研发生产的第四代汽油发电机为例,该产品配备了智能操控系统,可通过手机或者电脑对运行数据和运行状态进行实时控制。

如今,神驰机电致力于不断扩大销售渠道、做大做强产业链、提升品牌影响力。公司计划在未来两年内,布局20家海外销售公司和20家国内销售公司,并筹划打造神驰连锁店,立志成为“全球发电机专家”。



四川渝兴宇新材料科技有限公司的工人正加紧生产出口到北美的订单。该公司主要生产高分子材料,其产品广泛应用于婴幼儿用品、汽车、家装等领域,今年预计年产值达1.2亿元以上。公司计划将拓展中东等地消费市场。 游青摄(中经视觉)



方太集团近日对外发布经营业绩,2021年,营业收入达15.5亿元,同比增长29%,比2019年增长41%,在第一届营中的领先优势进一步扩大。

面对厨电业存量市场增速减慢、原材料涨价等压力,方太集团营收缘何大增?方太集团董事长茅忠群总结说,企业业绩增长要归功于其持续开展产品创新、扩大品牌影响力、完善渠道终端布局。

当前,厨电行业呈现出头部品牌优势明显的格局。在日前公布的第十五届中国品牌价值500强榜单中,方太以413.56亿元的品牌价值蝉联“2021中国品牌价值500强”专业厨电领域榜首。“消费者对厨电产品的服务要求较高,由于头部企业能更好地满足他们的需求,因此头部品牌竞争力较强。”艾媒咨询集团CEO张毅说。

塑造品牌力的核心在于创新,谁在创新上先行一步,谁就能掌握引领发展的主动权。“在创新上,我们不自满、不跟随,而是深入研究核心技术、推出创新产品,驱动和引领行业发展,实现更加健康、智慧、幸福的厨房生活。”方太集团副总裁孙明利说,方太坚持每年将不低于5%的营收投入科研,且对重大项目研发投入不设限。

不打价格战,走高端创新之路,是方太一直以来坚持的理念。2021年,方太推出了第二代集成烹饪中心,在吸烟科技、烹饪科技基础上,集成制冷科技,推动了高端集成厨电的发展。在洗碗机相关科技领域,方太已获得439项国内专利、83项发明专利、18项国外专利。方太还与华为在生态研发和标准制定等多个领域达成深度合作,联合共创物联网智能家居新生态。比如,搭载鸿蒙系统的智能社交烤箱,给消费者带来更高效便捷且富有乐趣的烹饪体验。

“品牌的基础是产品,如果拿不出好的产品就别做品牌,更别做高端品牌。”茅忠群说。为了支持产品创新,方太完善升级了自身的生产模式与供应链。通过“1+5+N”全流程网络协同智能制造新模式,即建设1套方太集团中央控制系统,搭建研发设计、计划、供应链、制造、销售及售后五大协同制造平台,以及覆盖冲压、焊接、打磨、喷涂、部装、总装、仓储物流等制造流程和环节的N个可复制的智能制造示范工厂,从而提升生产效率、降低运营成本、缩短产品开发周期等。截至2021年11月,方太已拥有近6400件有效专利,其中发明专利超1400件。

张毅表示,2022年,厨电业还将继续走向高端化,集成化、智能化、健康化、场景化等新趋势也较为明显,方太要想巩固行业领先地位,需要围绕这些方面下一番功夫。

本版编辑 刘佳 张苇杭 美编 王子莹

加快
方太发

完善

本报记者

黄鑫