

# 获得广州开发区战投 120 亿元 留给宝能汽车的时间还有多少？

随着跨界玩家疯狂涌入汽车领域,2021年可谓“全民造车年”。而对于车企而言,如何保持持久的资金储备变得尤为重要。近日,宝能汽车获得了来自广州开发区的120亿元战略投资。

对于宝能汽车而言,此次120亿元的重仓是一次机会,但能否就此进入造车的“安全阶段”还不得而知,宝能最近被曝出员工欠薪欠社保问题,车型和销量情况也一直被人诟病。

■新快报记者 张磊



## 宝能获广州国资 120 亿元战略投资 总部落户广州开发区

6月15日,宝能集团与广州开发区签订战略合作协议。根据协议,宝能集团旗下宝能新能源汽车集团总部将落户广州开发区,建立集制造、研发、运营一体的新能源总部基地,广州开发区国企将向宝能新能源汽车集团战略投资120亿元。

据了解,宝能新能源是宝能集团旗下专注新能源汽车研发制造的战略平台。此前宝能集团已在广州开发区投资建设广

州新能源汽车基地、动力电池基地、大湾区投资总部等项目。按照产品规划,2021年-2025年,宝能汽车将发布数十款新车型(含改款)。其中,2021年将发布两款搭载iREV核心技术的产品,以及全新高端新能源品牌下的首款纯电动SUV。

业内人士分析认为,以宝能汽车的现状,广州此次投资与几年前合肥政府战略投资蔚来颇有些相似。而广州与小鹏的战

略合作,也意味着在奔向“新能源之都”的路上又多了一重助力。

根据广州2018年发布的《广州市汽车产业2025战略规划》,到2025年汽车总产能计划达500万辆,力争产销规模居中国汽车制造基地第一。其中,广州开发区“十四五”期间也提出“万亿制造”计划,到2025年工业总产值拟突破1.4万亿元。

## 被曝欠薪欠社保,旗下品牌销量惨淡

获得120亿元战投实属利好,但此前曝出的宝能欠薪欠社保等问题也让宝能实际的经营情况蒙上了一层阴影。

6月19日,据相关媒体报道,日前,多位宝能员工透露,包括宝能汽车在内的宝能系多个子公司的大量员工5月工资被拖欠。宝能旗下各个业务板块系统内员工合计超过21300名,其中绝大部分员工均受到拖薪影响。如果计算近期离职员工,该数字或许会更大。

而在此前,宝能另一内部员工表示,宝能公司旗下观致汽车上海分公司曾出现单方面拖欠社保公积金的情况。该员工称,公司至今未缴纳员工2020年2月-9月之间的社保,共计8个月。而且面对员工正式的社保催缴邮件,观致汽车上海分公司不解释、不回复;面对员工因

欠缴社保产生的困难和诉求,观致汽车上海分公司不处理、不沟通,且拒绝仲裁部门调解。

同时,有观致汽车内部人士的消息称,进入2021年后,宝能集团各大板块出现大规模裁员,裁员比例达到20%-30%,社保停缴,年终奖也大打折扣。

从上述消息来看,宝能似乎正在遭遇重大危机。而回顾外界对于宝能这两年的举动,质疑其“借造车拿地”的声音不断。2020年底,国家发改委对国内新能源汽车投资项目展开调查,宝能汽车等车企被点名,要求各地上报其投建情况。回到市场终端层面,2021年1-4月观致汽车累计销量3260辆,4月销量仅为806辆,旗下两款车中观致5销量更是归零,实属惨淡。

## 乘风破浪 18 载

特别报道

# “新青年”东风日产昂首迈入后千万征程

18岁,是一个人的成年年龄,也是青葱少年心智逐渐成熟的重要节点。陈独秀在《新青年》的发刊词中写道:“青年如初春,如朝日,如百卉之萌动,如利刃之新发于硎,人生最可宝贵之时期也。”对于企业来说,亦是如此。

6月16日,坐落于广州北部花都的东风日产迎来18岁生日。从当年一批人在这片土地上种下了中国汽车的一棵树苗,到如今蜕变成坐拥一个千万辆级别的行业巨擘。从2003年6月第一款轿车SUNNY“阳光”上市,到2018年完成第一千万辆新车下线,这个中国第四家突破千万级别的合资车企,也成为了国内最年轻的“千万俱乐部”成员。

短短18年,东风日产在合资品牌当中的资历不算老,但其成长速度却令人刮目相看。

## 秉持“创新”DNA,以“敢为”夯实技术标签

汽车制造业是广州的支柱型产业,完整的汽车产业链和开放的商贸环境,也让其成为国内重要的合资车企孵化地。彼时,中国汽车市场也处在风云激荡的黄金周期。在这样的大背景下,东风日产在中国南部呱呱落地。

在此后的十多年间,东风日产开足马力,缔造了让同行望其项背的“东风日产速度”。2008年,100万辆;2013年,450万辆;2017年,900万辆;2018年,东风日产迎来了1000万辆整车产量的里程碑,刷新了行业的千万产量达成速度。对比来看,迈入1000万俱乐部,上汽大众花了30年,一汽-大众花了23年,上汽通用花了17年,而东风日产只花了15年。

值得一提的是,继开启“后千万征程”之后,即便中国车市迎来微妙拐点,又接连遭遇疫情、芯片短缺等不可抗力

的挑战,但凭借全价值链体系合力,东风日产还是连续三年以稳健之势跑赢大盘,稳坐日系品牌“头把交椅”。踏入2021年,全面焕新的东风日产继续乘风破浪,今年5月销量达88441辆,1-5月累计销量超47万辆,同比猛增28.8%。

很多人会好奇,面对汽车行业“新五化”突如其来的考验,东风日产是如何找准角度,成功破题的?显然,正是得益于其深入骨髓的创新DNA,也在于其“敢为”的全新品牌态度,再加上技术标签的牵引力,才使得东风日产一路披荆斩棘,成为行业执牛耳者。

为适应新趋势、满足新需求,东风日产率先在智能动力、智能驾驶和智能互联三个领域全方位布局。在技术层面,用先进技术为汽车匹配出色的动力系统,以VC-Turbo超变擎、e-POWER、Zero Emission、ProPILOT、Nissan Connect五大技术组成日产动力天团,并依靠天籁、轩逸、逍客、奇骏等明星产品,打出了技术品牌声量,在营销和市场等多方面实现诸多突破。

同时在研发领域,东风日产18年来的自主研发能力,经历了从国产化阶段到共同、自主开发阶段,再到创新开发阶段的提升。东风日产技术中心作为日产全球四大研发中心之一,目前已具备了完善的整车自主研发和实验能力,1800余人的研发团队承担着东风日产、东风启辰和东风英菲尼迪品牌车型的产品开发工作。在制造领域,东风日产位于广州花都的工厂更被誉为雷诺-日产-三菱联盟的“世界级母工厂”。

## 双品牌发力,构筑“人·车·生活”生态

转型是每个企业在市场变革时的必经之路,也是企业迈进二次增长曲线的



关键驱动。

在全面推进品牌发展,苦练内功的同时,自2020年业务调整以来,东风启辰也由此前的独立品牌,变更为东风日产旗下的第二品牌,开始走上发展“快车道”。回到市场终端,东风日产的一番亮眼成绩自然离不开日产与启辰的双品牌发力,其中启辰品牌5月全车系终端销量为6355辆,环比增长11%。

今年3月1日,东风公司副总经理、党委书记,东风有限执行副总裁,东风日产副总经理陈昊在《东风日产2021年事业计划动员会上的讲话》中提到,东风启辰是东风日产差异化的竞争优势,是东风日产未来发展的重要抓手。他说:“前18年我们是看合资品牌,下一个18年我们要看日产+启辰双品牌整合,两条腿走路。”

18年来,东风日产每一天都在残酷的市场竞争中拼搏,并保持在头部企业行列,原因何在?东风日产领导班子在一封名为《信,给18岁的自己》的内部信中写道,正是因为东风日产人始终坚持“长期主义”,无论是在市场繁荣还是在

市场危机的年代,都保持了清醒的头脑,始终尊重市场、尊重客户、尊重合作伙伴,求真务实,与时间做朋友。

在东风日产的文化体系里,“客户至上”一直是基本准则。家,是所有人眼里温暖的代名词,而东风日产作为一个有情怀、有温度的企业,一直以拥抱客户为企业发展战略,并融入到企业文化中。

无论是已经连续举办多年的东风日产FAMILY DAY,还是在去年推出的感心公路专线,以及对百万车主的提车庆祝,东风日产都将点滴关怀延伸到了车主用车生活的细微之处。

如今,这个大家庭已经拥有1300万成员。

在企业18岁“成人礼”上,东风日产以用户为中心,在感心服务2.0基础上拓展用户服务关怀,重磅推出“NI+”用户品牌,继续向用户传递企业温度,打造一个以用户为中心的“NI+生活圈”的用户运营生态。这样的关怀力度,也印证了东风日产一直强调的“家文化”,并以此打造“人·车·生活”的强烈情感连接,开启共创、共享、共生新纪元。(张磊)