

开启独立运营,R品牌能否成就“飞凡”?

面对国内汽车市场消费升级、自主品牌向上进阶的趋势,10月29日,上汽旗下的R品牌宣布,拟设立飞凡汽车科技公司,以独立公司的方式进行市场化运作,而R品牌也将更名为飞凡汽车。在上汽集团第三季度营收利润双双下滑的背景下,R品牌独立能否给上汽在新能源赛道增添新的突破点,目前还是个未知数。

■新快报记者 张磊

R品牌更名飞凡汽车,加速抢占中高端智能电动车赛道

据了解,飞凡汽车由上汽集团投资成立,注册资本70亿元人民币,其中上汽集团出资66.5亿元人民币,占股比95%;员工持股平台认缴出资3.5亿元人民币,占股比5%。而回到R品牌,去年5月10日由上汽集团正式推出,宣布R品牌全年销量目标是2万辆左右。但截至今年9月,R汽车累计总上险量为8759辆,距2万辆的全年销量目标距离较远。

值得一提的是,上汽此番调遣了“双营销干将”:原上汽移动出行战略品牌“享道出行”首席执行官吴冰,出任飞凡汽车CEO,原R汽车COO姜辉则继续担任飞凡汽车COO首席运营官。二人均有营销经历,其中吴冰曾任上汽通用雪佛兰营销部部长/品牌部部长、上汽集团保险销售公司总经理等职,既有传统车企的一线营销经历,又有新形态新经济模式的开拓能力。

随着智能电动车市场结构加速从“哑铃型”向“纺锤形”优化,中高端市场更是兵家必争之地,吸引国内新老车企、互联网科技公司等众多玩家投身其中。上汽集团表示,公司将R品牌通过飞凡汽车以独立品牌、独立公司的方式进行市场化运作,探索数据驱动和产业共创的新模式,有助于加快开拓中高端智能电动车市场。

分析来看,上汽在中高端新能源市场的规划,不仅落后于头部新势力,与同期自主品牌相比,步态也稍显缓慢。一



方面,以蔚小理为代表的头部新势力均已实现月销过万辆,并陆续实现交付破10万辆;另一方面,吉利旗下的极氪品牌的首款车型001也收获了市场端和口碑的双丰收,而上汽集团的R品牌和智己汽车仍处于爬坡阶段。

上汽三季度净利下滑,电动化战略更加清晰

面对缺芯等外界因素影响,上汽集团今年营收不及预期。10月29日,上汽集团发布2021年三季报。今年第三季度营业总收入1866.16亿元,同比下滑13.17%。此外,在营收和利润同时下滑的同时,上汽集团单月整车产量和销量均出现大幅下滑。

值得一提的是,9月份上汽集团新能源汽车9月份销量为6.4万辆,本年累计销量为47.9万辆,同比增长231.23%。新能源汽车销量约占总销量的13.2%。新能源层面的利好,也让上汽顺势而为,加快了R品牌的“重生”和押注新能源。

而上汽在自主品牌投入的心力并不少。今年以来,上汽集团自主品牌持续发力,陆续推出新车型趁势而起,前三季度累计销量增幅也跑赢大盘。在这样的基础上,上汽集团也在电气化和智能化两大方向上谋求突破。

飞凡汽车独立运营后,上汽集团将形成智己汽车、飞凡汽车、荣威、MG四大品牌的新能源车布局,覆盖几万元至40万元的广泛市场,也形成较为鲜明的高中低档搭配。

事实上,智己汽车与R品牌此前的定位是存有“冲突”的,两个品牌发布时都对外释放过冲击高端市场的信息,而R品牌更名飞凡汽车后,这两个品牌之间的定位相对更加清晰。不过,上汽乘用车在新能源车市场仍有不少挑战,销量重心目前还集中于中低端车型,R汽车发布一年多销量表现也不温不火,智己汽车更是还没有正式交付。

业内人士分析认为,飞凡汽车独立运营可被视为上汽意欲抢占中高端智能电动车市场里程碑式的一步。面对国内

汽车市场消费升级、自主品牌向上进阶的趋势,立足R品牌迅猛的发展势头和市场基础,上汽集团顺势而为,正式推出“飞凡汽车”,以独立公司的方式进行运营,加速抢占中高端智能电动车赛道。

写在最后

R品牌最早由上汽荣威进行管理、运营,这也导致此前的冲击中高端之路有所受限,并没有得到实质的提升。而此番独立运营,让飞凡汽车去开拓中高端新能源汽车市场,剥离荣威印记,必将掌握更高的自主权和主动权。

此外,在品牌独立运营的基础上,飞凡汽车还将继续充分整合上汽优势资源,包括以技术研发、供应链管理、智能制造、质量保障等,这也在独立与成本之间寻找到了一个平衡点。从R品牌到飞凡汽车,“用户导向的数据驱动型科技公司”用户画像逐渐清晰。所以,飞凡汽车能否在冲高之路取得成绩,用户、科技始终是要着重考虑的部分。

年轻化战略生效,AION Y交付排期到2022年

新快报讯 记者张磊报道 11月1日,广汽埃安“10万级科技头等舱”AION Y迎来2022款焕新上市。共推出7款车型,补贴后售价区间为10.96万元-15.76万元,将从2022年1月开始交付。

资料显示,AION Y于今年4月上市以来,销量呈爆发式增长,上市首月即登顶A级智能SUV销冠,上市仅半年达成月订单破万的里程碑,目前2021年订单排满,交付已经排期到2022年。

2022款AION Y的升级变化主要集中在颜值和智能两大方面。

外观颜色方面,2022款AION Y在车身外观上再次带来惊喜,新增“星漫绿”和“冰玫粉”两款特别车色,同时在内饰方面新增了“梦幻世界”主题。在智能科技方面,2022款AION Y全系标配同级独有的IB-CM无感启动,靠近车门自动解锁。

此外,2022款AION Y更针对不同车型带来了不同的高价值配置升级,包括四门一键升降、手机蓝牙钥匙、电动尾门、一键遥控泊车、超视距召唤泊车等,70智领版以上车型



标配2.0㎡同级最大全景天幕,配合前排座椅放平秒变1.8米双人大床房,契合年轻人需求。

据了解,明年初,广汽埃安智能

写在最后

作为广汽埃安品牌独立后推出的首款车型,AION Y拥有弹匣电池第一车、智能娱乐大客厅、天空之城百变造型等核心产品优势,是埃安“先进、好玩、新潮、高品质”品牌基因的集中体现,广受用户青睐。

AION Y不仅成为了细分市场

生态工厂的“20万辆/年产能扩能”将完成,将能大为改善AION Y供不应求的现状,也将助力AION Y销量迈向更高台阶。

销冠,实现月订单破万的里程碑,更是在与燃油车的正面竞争中初战告捷,为纯电动车型超越燃油车型打造出经典案例。同时,AION Y打造的潮颜创造营、王者荣耀挑战赛、人气改装争霸赛等一系列互动活动,也成功树立起“年轻化营销”的成功模板。

广东发布全国首个道路智能网联团体标准

新快报讯 近日,我国首个道路智能网联团体标准《粤港澳大湾区城市道路智能网联设施技术规范》(下称《技术规范》)正式发布。该《技术规范》包括范围、规范性引用文件、术语和定义、缩略语、总则、交通信息感知、智能网联设施通信网络、路侧计算设施、交通大数据平台、信息发布设施、信息安全、照明及供电设施、车路协同和自动驾驶支持等内容。

作为国家战略,粤港澳大湾区的路网密度已经超过了纽约、东京、伦敦三大湾区,高速公路已经超过4000公里,是全国高速公路网密度最高的地区之一,广东省“十四五”规划也将汽车产业集群定位为十大战略性支柱产业之一。

当前,粤港澳地区等已完成多个基于开放标准的智能道路建设,已有几万辆社会车辆参与的车路协同应用,并成为我国首批智慧城市基础设施与智能网联汽车协同发展试点区域。

(张磊)



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道