

全球表现不俗但在华发展遇阻

韩系车加快新能源转型就能破局?

近日,韩国车企KG Mobility(原双龙汽车,以下简称“KGM”)宣布与奇瑞汽车达成战略合作伙伴关系和平台许可协议。根据协议,奇瑞汽车将帮助KGM在韩国开发一款韩国SUV,后续还计划开发能够应对市场变化的中型和大型SUV,以及面向全球市场的车型。此举被视为这家知名韩系汽车品牌重返中国市场关键一步,也让业界再次探讨了有关韩系车在华发展遇阻的破局之法。

■新快报记者 罗晓彤

■廖木兴/制图

为何牵手奇瑞?

KGM,前身是知名韩系汽车品牌双龙汽车,成立于1954年,于今年3月更名为KG Mobility。

主打制造四轮驱动汽车的双龙汽车,生产大型客车、特种车、汽车发动机及零配件,旗下主力车型为SUV,出口到欧洲、亚洲、中南美洲及非洲等60多个国家和地区。

2001年,双龙汽车进入中国市场发展,也算是最早进入中国市场的海外品牌之一。2004年,上汽集团曾以5亿美元收购了双龙汽车49%的股份,以期推动双龙汽车在中国市场的发展。

但到了2009年,由于经营不善等多重原因,双龙汽车申请了破产保护。虽然当时上汽集团曾计划一举收购双龙汽车,但因韩国工会的反对最终以失败告终。之后,双龙汽车就被印度车企巨头Mahindra & Mahindra(马恒达)收购。

如今,KGM与奇瑞汽车的这一合作,标志着双龙汽车在经历了一段时间的市场沉寂后,正式重返中国市场。

KGM集团董事长郭载善表示,通过与奇瑞汽车的战略合作和技术合作,KGM将能够开发更多样化的车型,缩短

新车开发周期,并推出满足客户需求的新车,从而有效应对快速变化的汽车市场。

郭载善强调,双方将在韩国共同开发一款全新的韩国SUV,并计划通过这一战略合作伙伴关系和平台许可协议,进一步开发中型和大型SUV以及面向全球市场的其他车型。

“KGM与奇瑞达成合作,主要是为了借助奇瑞汽车在中国市场的渠道和资源,进一步扩大其品牌影响力,同时也可借助奇瑞的技术研发实力,开发出更符合市场需求的新车型。”科方得智库研究负责人张新原告诉记者。

同样值得注意的是,在奇瑞汽车之前,比亚迪也被曝出与KGM将有合作。在今年8月就有相关报道显示,比亚迪和KGM正在洽谈在韩国联合建设电动汽车(EV)电池工厂的事宜,双方希望通过合资企业获得稳定的电池供应,该工厂计划于2025年1月开始大规模生产。

为何“吃瘪”还不放弃?

KGM与奇瑞的合作,无疑会让韩系车在华发展遇阻的现状再次被摆上台面。

在中国消费者心中,韩系车的重要标签是性价比、好看,所以在早些年以现代、起亚为代表的韩系汽车品牌表现并不俗。

比如在2016年,那时候的起亚在中国市场一年能卖出65万辆新车,现代更是年销破百万辆,达114万辆。但到了2023年,起亚在中国年销只有16.6万辆,现代也只有25.7万辆,跌幅分别为74.5%和77.5%。

同时根据乘联分会数据显示,2023年韩系车在中国乘用车市场上的份额已跌至1.5%,到了今年9月份已降至0.8%。

不过,在中国市场“吃瘪”的韩系车,放眼全球还是很吃香的。2023年,现代汽车集团在全球共售出约734万辆汽车,在全球销量排行榜中仅次于丰田与大众,连续第二年成为全球第三大汽车集团。同时根据国内公布销量数据计算,2023年现代与起亚在华的总计销量不及其全球销量的5%。

换个角度来看,一旦韩系车能在中国市场重回巅峰期,现代汽车集团赶超丰田与大众成为全球第一并非不可能。或正是基于此,这些韩系汽车品牌尽管在华发展遇阻,依然不愿意放弃中国市场这块巨大的蛋糕,其中韩系豪华品牌捷尼赛思三次入华就是一大例子。

还有破局的可能性?

但这些韩系车在华发展遇阻还有破局的可能性吗?

国际智能运载科技协会秘书长张翔认为,破局的可能性不大。“当下,中国新能源汽车正快速发展,燃油车的市场份额在逐渐被侵蚀,但像现代这样的韩系汽车品牌,其新能源车型仍是在海外进行研发,在国内没有什么研发能力,并没有充分运用中国的产业链、工程师和人力资源。以前大家对现代车的定位是便宜、设计年轻化,但现在来看,他们在新能源汽车这块的表现还不如日系车,也享受不到中国市场更偏向新能源汽车的政策红利。若继续走下坡路,破局的可能性就更小了。”张翔说。

不过,科方得智库研究负责人张新原认为:“对于韩系汽车品牌来说,破局的可行性在于通过合作引入新技术和新车型,提升品牌竞争力。同时,韩系汽车品牌还可以通过优化渠道和服务,提高消费者满意度,从而提升市场份额。”

政策补贴及厂商促销助推“银十”表现 10月乘用车市场零售预计达220万辆

新快报讯 记者罗晓彤报道 “金九”乘用车销量稳定走强,“银十”的表现又会如何?目前,10月虽未结束,但中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)已披露了今年10月乘用车市场销量的预测情况:10月狭义乘用车零售预计220万辆,新能源预计115万辆。

乘联分会称,国庆节期间,乘用车市场热度提升显著,节后虽有所回落,但整体车市继续维持回升向好态势。地方“以旧换新”置换政策对市场的拉动效果逐渐显现,报废更新政

策也持续发力,大大拉动车市增长。

经销商端调研显示,国庆期间,终端到店客流提升显著,整体趋势好于去年同期。其中,燃油车和新能源在国庆期间客流及订单均持续走高,但两者热度在节后出现分化,燃油车订单在节后出现回落,而新能源热度仍温和延续,预计月内渗透率逐周走高,且不同于以往节奏,十月全月渗透率也将维持高位。

值得注意的是,此前国庆期间刚结束,就陆续有车企送喜报,比如“小米

SU7‘十一’假期锁单超过6000辆”“鸿蒙智行国庆假期累计大定突破2.86万辆”“零跑汽车‘十一’期间锁单量17397辆”“广汽家族国庆黄金周7天订单超94000辆”等。可以说,诸多车企国庆假期订单的大涨,已为“银十”车市奠定了好的开端。

据乘联分会预测,10月狭义乘用车零售市场约为220万辆,同比去年增长8.2%,环比上月增长4.3%,新能源零售预计可达115万辆,环比增长2.4%,渗透率约52.3%。

此外,国金证券研报也指出,今年9

月车市销量表现强势整体略超预期,预计10月旺季持续。9月车市销量超预期来源主要是政府及车企层面政策的双重拉动,到了10月政策补贴及厂商促销持续,叠加9月底蔚来、极氪等新能源品牌推出新车,以及上市不久的小鹏

M03、理想L6等车型持续放量,在中央货币政策出台的大背景下,预计10月车企表现将继续走强。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道

