

传统车企向新能源战场“疯狂反扑”

工业史上最有悬念的新老争夺战,全面开打

2021年上海国际车展,作为“大排量发动机”信仰最后堡垒之一的宾利,在上海国家会展中心发布上市了全新的添越插电混动车型,并且把广告打到了微信朋友圈。它的背后,是全球传统汽车制造商正在向新能源新战场的“疯狂反扑”。

大众：向自己开刀

“反扑”第一枪是大众汽车集团打响的，而且“疯狂”到了对自己刮骨疗毒的程度。

2015年9月23日，这是大众汽车历史上最黑暗的一天——因为排放造假丑闻，大众汽车在全球陷入了前所未有的危机。

直到现在与这桩丑闻有关的官司还没有完全打完，而大众已经为此付出了超过300亿欧元的代价。

但这却是大众汽车命运转折的一天。

随后，时任大众汽车集团CEO马丁·文德恩引咎辞职；大众也很快宣布了一个名为“2025”的庞大规划，其中电动车将扮演关键角色。

6年后的2021年10月，大众汽车集团多达200名高管出现在奥地利一个培训现场，参加CEO赫伯特·迪斯组织的一场培训。

高管们对这个会议的主题并不陌生——在这个时代，到底谁是敌人？

最终，“敌人”定位到了特斯拉，以及来自中国的“造车新势力”们。

“我们（的车）卖得太贵了。”迪斯说，大众的生产效率太低，在市场上没有竞争力。

对于高管们来说，这是一个委婉但严厉的警告——赫伯特·迪斯是一个“从不给犯错的人保留机会”的人，为此他不会浪费哪怕1分钟的时间。

他没有具体批评哪件事，但肯定绕不开软件故障这件尴尬事。

2019年底，大众汽车打造的首款电动车型ID3发生了“重大软件问题”，导致放在工厂的库存车

丰田：就算食言也要搞电动车

另一个在电动化方面“疯掉”的还有丰田，而且“疯”到了连掌门人都食言的地步。

2021年12月14日，丰田汽车掌门人丰田章男，在东京的Mega Web丰田汽车主题乐园召开了实现碳中和的电气化产品战略说明会，透露出all in纯电动车的意图。

他张开双臂，宣布一个极为庞大的电动车计划——2030年推出30款电动车、每年卖出350万辆电动车。

但仅仅在一年之前，他还对电动车颇有不满。

日本政府计划在2035年“禁售”燃油车，以解决环保问题，当时丰田章男公开表示，电动车被过度炒作。

他的理由包括，如果把日本的所有汽车换成电动，那么夏天将会面临“电力短缺”，而且转型电动车之后基础设施方面的投资最高可达37万亿美元（约合23万亿人民币）。

他直言，禁售燃油车将会使汽车行业的商业模式崩塌，很多企业死掉。

至于特斯拉，他认为其只是一个“仍在推广新菜谱的餐厅”，而丰田是一个“拥有大量客户的成熟餐厅”。

因为这些观点，丰田章男被扣上了反对电动化的帽子，甚至有人认为丰田汽车将会在他的带领下成为第二个诺基亚。

但是现在，作为丰田家族的第四代长孙，他却罕见地“食言”了。

他的理由是，自己对从前的丰田电动车不感兴趣，但对今后的电动车抱有兴趣。

通用汽车：打死也不当反面教材

2013年,当售价699万美元的特斯拉Model S,在销量上超过了定价391万美元的雪弗兰沃蓝达(Volt,通用旗下的一款电动车)时,通用汽车大为震撼。

作为应对措施,通用汽车立即决定成立一个专门小组研究特斯拉,以免自己在未来的某个时刻猝不及防地被后者超过,沦为“汽车史上的反面教材”。

这是传统汽车大厂第一次把特斯拉视为一个真正的威胁,彼时特斯拉还深陷亏损泥潭。

在时任CEO丹·艾克森(Dan Akerson)治下,研究特斯拉反映了通用汽车在企业文化方面的最大改变,就是不再像以往那样骄傲自满——2008年金融危机中的破产经历,摧毁了通用汽车所有的体面。

艾克森说,未来汽车行业会更加高科技化。“如果不及时对新趋势作出应对,别家公司就会占领先机。”

2015年初,通用发布了雪弗兰Bolt概念车,续航里程超过200英里(约320公里),但是定价仅为3万美元。

这款车被认为足以打败特斯拉,通用汽车为此欣喜若狂。

因为这意味着通用汽车作为一头笨拙的大象,即将战胜以创新和灵活知名的特斯拉。

首席工程师帕姆·弗莱彻(Pam Fletcher)说,“(在电动车的竞争中)没有人想当第二。”

通用的确没有当第二,不过也没成为第一。

2017年,特斯拉的市值先是超过福特汽车,然后再轻松超越通用汽车,成为美国市值第一大车企。

通用汽车的痛苦众所周知——作为一个年销量千万级别的百年老店,却输给了当时年销量

不得不通过逐辆“人工修复”的形式解决问题。

自从智能汽车这个概念出现以来,像智能手机那样隔一段时间就会推送新版本、实现新功能已经是共识,而大众采用的人工修复方式恍若又回到了“石器时代”。

对于大众的电气化来说,这是个曲折的开始。所以有了这次奥地利的培训会议。但谁也没有想到,他们的敌人——特斯拉的老板埃隆·马斯克,竟然会作为“神秘嘉宾”以视频连线的形式出现在会议上。这个疯狂的举动,在整个汽车界闻所未闻,但迪斯不以为然。

他通过这场不同寻常的培训,再次提醒自己的高管们:电动化刻不容缓,而且需要学习特斯拉。不过他也没有妄自菲薄,“大众集团已经拥有应对挑战的一切因素,包括正确的战略、能力和团队”。

就当前而言,偷师对手的策略奏效了。

2021年,大众(中国)新能源汽车销量累计超过11.9万辆,同比增长128%,其中纯电动ID.品牌贡献了大约7万辆。

全球市场上,大众汽车集团旗下的电动汽车销量也超过了45万辆,同比增幅96%,销量占比也从2020年的2.5%上升到51%。

在2021年大众宣布的NEW AUTO计划中,光是2021年-2025年的投资就达到了730亿欧元,主要方向就是电动化。

看上去,在经历了梦魇般的排放丑闻之后,大众这头巨象已经在电动化方面迈出了第一步。

外界可能忽略的一点在于，丰田是全球最早探索电动车的车企之一。

早在上世纪80年代初，丰田就搞过电动车，而且还推出了包括EV10、EV20、EV30在内的车型，但后来丰田放弃了这一技术路线，把氢能作为解决汽车行业环保问题的终极解决方案，并把混动技术作为过渡方案。

自从1997年首次推出混合动力车型普锐斯以来，丰田已经在全球卖出了超过1700万辆混动汽车，验证了这一商业模式。

鉴于这些积累，丰田转向纯电动水到渠成。

2020-2021年，丰田连续两年压制住了老对手大众汽车集团，成为全球销量最多的车企——现在随着丰田开始拥抱电动车，这种两强争霸的好戏有望在新赛道继续上演。

为了保持领先地位，丰田持续深度绑定中国市场。2015年丰田在中国卖出了超过194万辆新车，再创历史新高，并连续9年同比增加。

其中，混动车型销量达到47.5万辆，同比增幅高达50%。

值得一提的是，这还是丰田章男没有“疯起来”之前的业绩。

这意味着在全球最大汽车市场转向纯电动，的确如丰田章男所言只是一个“兴趣”问题，而非实力问题。

但不是所有车企都有这个实力。

对于曾经一度破产的通用汽车来说，需要指望的就不能只是“技术储备”，而是对于趋势的精准判断。

到10万辆、财务摇摇欲坠的特斯拉。

兜兜转转之间，通用汽车扮演了自己最讨厌的角色。

而特斯拉，成为一个对抗传统汽车的“革命者”，而且还激励了一大批“造车新势力”。

但不幸之中也有幸运，通用汽车并没有因为市值的失利而输得精光。

艾克森留下的遗产中最为宝贵的部分，就是很早就开始真正重视电动车，其中包括向特斯拉学习。

2014年，通用迎来了一位强势的女CEO玛丽·博拉(Mary Barra)。这位接替艾克森执掌通用汽车帝国的女掌门人，在上任之前就已经主导了通用的电动化战略，推动开发了Bolt电动车。

2016年，在玛丽·博拉带领下，通用汽车花费10亿美元，收购了无人驾驶技术初创企业Cruise Automation，这被认为是迄今为止通用汽车在智能网联方面最为成功的一次收购。

在去年年初获得一轮由微软、本田加入的投资后，Cruise最新估值高达300亿美元。

在玛丽·博拉看来，通用汽车已经具备了所有与电动化有关的核心能力——除了自动驾驶子公司Cruise外，还包括全新电动车平台架构Ultium(奥特能)。

这让她有了足够的底气，去反击特斯拉。

去年10月底的投资者介绍会上，玛丽·博拉说，通用汽车在2025年“绝对”能赶上特斯拉。

到了年底她又表态，通用汽车2030年的收入将会翻一番，将成为电动汽车领导者。“通用不会把领导地位让给任何人”。

作为一个改写了通用汽车发展剧本的人，她有资格这么说。



反击,不仅仅来自底特律

而另一个传统汽车巨头福特，也在发起对于特斯拉的反击。

2017年以来，达伦·帕尔默(Darren Palmer)开始负责福特的电动车业务。

在一次采访中，他谈到了福特的一款电动版野马，称这款新车“车门严丝合缝，颜色匹配，保险杠不会脱落，天窗不会掉下来”。

他的这番调侃，被认为与特斯拉天窗被风“吹走”的梗有关。

广为流传的另一个故事是，特斯拉曾经在著名的“帐篷工厂”里用电工胶带处理一些车辆缺陷。

帕尔默之所以这么说，是因为他认为质量是福特的优势，却是特斯拉的短板。

这代表了多数传统车企的普遍看法——尽管特斯拉和它的追随者们，在过去十年中屡屡占据汽车新闻的头条，但并非不可战胜。

汽车行业过去100多年历史留下的积淀，并没有随着特斯拉的出现而变得一无是处。

对于另一种说法——“颠覆者”特斯拉的成功，已经成为传统汽车厂商的噩梦，意味着“诺基亚式”的死亡——这些传统汽车巨头同样嗤之以鼻。

因为随着大众、丰田、通用等传统车企在电动车赛道的“觉醒”，特斯拉已经不是唯一的关键玩家。

这也改变了一个固有印象——一直以来硅谷都在扮演改变世界的角色，现在这些传统车企也在做着同样的事。

简单地说，这些车企拒绝活在特斯拉主导的世界里。

同样的事情也发生在中国这个全球最大的汽车市场。

比亚迪董事长王传福早在2013年就公开表示，“分分钟可以造出特斯拉”——当时这被认为是一句笑话。

但现在人们知道了，他没有一个字是在开玩笑——比亚迪是比较罕见的用户需要排队提车的中国新能源汽车品牌。

2021年，比亚迪的新能源车销量接近60万辆，同比暴增231.6%。与特斯拉2021年在华交付的逾48万辆相比，差距不小。

汽车央企第一阵营中，“共和国汽车长子”一汽正在加速推进电动化，东风和长安也分别成立了高端电动车品牌岚图和阿维塔。

上汽、广汽和北汽这三家地方国企也都推出了电动车品牌，分别是智己、埃安和极狐，其中埃安年度销量已突破13万辆。

这些企业和以特斯拉为首的“造车新势力”的对决，才刚刚开始。

无论是海外传统车企，还是国内传统车企，都不再将特斯拉视为一个拙劣的笑话了，而是带着更强的紧迫感押注电动车——以便让自己能够继续留在牌桌上。

正如一架笨拙的巨型飞机，在完成了姿态纠偏之后，依然有足够的机会飞在前头。

早在几年前，通用汽车CEO玛丽·博拉就在媒体发出了预言——底特律展开反击。

不仅仅是底特律，被打上“传统车企”标签的玩家，都在反击。

来源：华商韬略

来源:华商韬略

