

股东退出，新车问题频发，理想汽车不太理想

理想的情况不是孤例。据了解，蔚来、小鹏、威马等新车也都出现过各种质量问题，造好车之后如何卖好车，又是一道必须跨过的门槛。

作者 / 易扬

12月16日，有媒体曝出理想汽车股东退出、注册资本变更一事。据天眼查显示，理想汽车的运营主体北京车和家信息技术有限公司于12月13日发生工商变更，注册资本由原来的约9.15亿元变更为约6.83亿元，降幅约25%。一时间，媒体纷纷报道，引发各方关注。

12月17日，时代财经就此采访理想汽车相关负责人，对方并未否认，并称目前没有公开信息可提供，对此事不予置评。同日，香颂资本执行董事沈萌告诉时代财经，一般情况下，股东退出反映投资者对该公司前景的预期不佳，同时意味着能用的钱变少了。

仅仅在前几天，理想汽车才完成首款量产车2020款理想ONE的首批新车交付。目前，已有不少车主投诉，该款新车故障频发，甚至还有车主因为银行停止贷款导致无法提车。

12月17日，全国工商联汽车商会秘书长曹鹤向时代财经表示，造车新势力交付新车才算开始，相比起来，有车企迟迟不交新车，恐怕死得更快。

对于新造车势力来说，首款新车上市之后，意味着开始了市场化的第一步，接下来要面临的是一系列严峻的市场考验。理想的情况不是孤例，据了解，蔚来、小鹏、威马等新车也都出现过各种质量问题，造好车之后如何卖好车，又是一道必须跨过的门槛。

股东退出

理想汽车的实控人是北京车和家信息技术有限公司，成立于2015年4月，法定代表人为公司创始人兼董事长李想，同时公司最大股东为李想本人，持

股比例为39%。

天眼查数据显示，12月13日，北京车和家信息技术有限公司发生工商变更，注册资本由原来约9.15亿人民币变更为约6.83亿人民币，降幅约25%。

除注册资本降低外，理想汽车还有多位投资人及董事退出。包括蓝驰创投的投资实体之一天津蓝驰新禾投资中心（有限合伙）、梅花创投的投资实体之一宁波梅花明世股权投资合伙企业（有限合伙）和湖北梅花晨世股权投资合伙企业（有限合伙）等多位投资人退出。此外，中金甲子投资总监殷晓斌、明势资本合伙人黄明明卸任公司董事。

12月17日，时代财经就此向理想汽车公关部门求证，相关负责人并未否认其股东退出和注册资本变更一事，并称暂无可公开的信息。

“减资对想要上市的公司影响很大，一直不看好它的发展，恐怕离‘理想’越来越渺茫了。”12月17日，曹鹤就此向时代财经发表了他的看法。

公开信息显示，理想汽车至今总共经历了7轮融资，最近一次在今年8月。天眼查信息显示，今年8月16日，由美团点评、首钢基金、经纬中国和字节跳动等投资人领衔的C轮融资达5.3亿美元。至此，理想汽车累计融资金额已经达到了15.75亿美元。

值得一提的是，也有业内人士指出，此次理想汽车股东退出或与搭建VIE架构（即Variable Interest Entity-可变利益实体）及重组相关，从而为未来IPO铺路。

首批新车问题频发

12月3日，理想汽车官方表示，已启动首批新车交付工作，与此同时，Baby Blue车身配色的理想ONE于12



月13日开始下线。

拿到首批新车的车主并没有高兴太久，新车就出现各种故障。经多家媒体报道，2020款理想ONE部分车主的车辆出现排放系统故障和驻车系统、车身稳定系统等故障的误报等；还有车主反映，在解除自适应巡航功能后踩踏板无法加速。

对此，理想汽车向时代财经解释称，关于仪表盘报警，现场通过零件检测，最终确认为空调系统三通阀自身诊断机制导致的误报警；关于个别车辆出现驻车系统、车身稳定系统等故障的误报，理想汽车会在后续的软件升级中解决，这些问题不会对车辆的驾驶和安全生产产生影响。

12月12日，还有新车主因为中信银行停止放贷后未能提车的情况发生。理想汽车相关负责人表示，目前已为用户提供了金融解决方案。

据悉，该方案具体内容包括，针对

已经支付首付的中信银行贷款车主，转由理想汽车厂家自有金融渠道——江苏智行融资租赁有限公司办理放款事宜；针对未支付首付的中信银行贷款车主，交付专家会全力协助修改其他合作金融渠道或更改为全款购车。

同时，针对这次中信银行贷款问题，理想汽车表示对用户造成的时间和办理过程中成本的损失，将额外赠送用户一年的理想Plus会员。

“在理想汽车内部，发现问题和解决问题，就是创造价值的过程，隐瞒问题就是自杀”，面对接连发生的问题与各方质疑，理想汽车创始人李想在微博进行回应，他表示，“不用担心，我们能直面舆论，都是在帮我们”。

新车交付，仅仅是第一步

在当今年市整体下行的环境下，理想汽车能够实现量产并完成第一批交付实

属不易，但这只是走向市场的第一步。不仅是理想汽车，多家造车新势力此前在新车交付后，都面临着更大的市场考验。

作为头部造车新势力的蔚来，在交付新车后，也面临着资金压力紧张需要持续融资输血的首要难题。即便在去年实现了美股IPO的上市目标，蔚来创始人李斌也表达了新的担忧。在内部他不止一次提到，2019年将是蔚来最困难的一年，接下来一段时间没有多少好消息，因为好消息都已经在前面消费掉了。

除了融资输血以外，造车新势力新车的产品质量问题频出也是常态。

今年4月22日，西安蔚来授权服务中心一辆正在维修中的ES8发生燃烧；5月16日，上海一居民小区的一辆蔚来ES8在充电时发生自燃。此后的6月27日，经国家主管部门调查后，蔚来汽车决定召回4803辆搭载从2018年4月2日到2018年10月19日期间生产的动力电池包的蔚来ES8电动汽车。

今年9月23日，一段疑似威马EX5的电动车在公路上燃烧。威马官方对此事回应称，事发车辆为威马EX5，但也表示事故车辆电池包在事故中未发生起火和爆炸。在此前的成都威马汽车研究院，一辆威马EX5试装车也发生过起火自燃。

造车新势力的困境不止于此，国内新能源汽车市场已经遭遇5连跌，相关补贴也将在明年全面退坡，造车新势力的“寒冬”还远未过去。

同时，拥有雄厚资金实力的国际汽车巨头和国内自主品牌，都在抢占新能源汽车市场份额。在造车这个长周期、大投资的产业中，对于刚实现首批新车交付的理想汽车来说，只是迈出了第一步。 (转自时代财经)

豪华车市占率达10%，利润率下滑背后靠电气化寻求新突破

豪华车市场占有率大幅提升的背后，一方面是自身市场需求增速较强，另一方面，则是豪华品牌大量入门车型扎堆入市，以及终端以价换量的结果。一个看似辉煌的成绩背后，重重暗流涌动，利润率普降以及电气化时代的加速到来，豪华品牌市场又将呈现怎样的格局？

作者 / 徐木子

2019年的豪华车市场有望创下历史最好成绩。根据乘联会的统计数据，11月豪华品牌综合销量20.24万辆，同比增长18.6%，市场份额为10.5%。1-11月，豪华品牌累计综合销量200万辆，同比增长11.5%，市场份额为10.8%，这意味着，2019年豪华品牌市场份额首次突破10%基本已成定数。

豪华车市占率大幅提升的背后，一方面是自身市场需求增速较强，另一方面，则是豪华品牌大量入门车型扎堆入市，以及终端以价换量的结果。

一个看似辉煌的成绩背后，重重暗流涌动，利润率普降以及电气化时代的加速到来，豪华品牌市场又将呈现怎样的格局？

豪华车市场份额增长，创历史纪录

竞争激烈的2019年乘用车市场即将结束，从目前的市场表现上看，豪华品牌有望成为最大赢家。

乘联会的统计数据显示，11月乘用车综合销量192.6万辆，同比下降4.6%，1-11月累计销量1855万辆，同比下降8.0%。以品牌大类来看，主流合资品牌单月综合销量98.1万辆，同比下降2.3%，1-11月累计综合销量954.59万辆，同比下降5.3%；自主品牌单月综合销量74.3万辆，同比下降12.1%，累计综

合销量700万辆，同比下降15.4%；而豪华品牌单月综合销量20.2万辆，同比增长18.6%，累计综合销量200万辆，同比增长11.5%，成为车市中最耀眼的明星。

其中，一线豪华品牌奔驰、宝马、奥迪三者11月均实现了同比超过10%以上的增长。根据企业官方公布的数据显示，宝马以6.84万辆的单月销量（含Mini）排名第一位，同比增长12.1%，奥迪单月销量6.7万辆（含香港），同比增长16.8%，奔驰单月销量5.79万辆（不含smart），同比增长11%。但全年销量来看，仅有宝马维持了双位数的增长，1-11月宝马集团在中国累计交付65.6万辆新车，同比增长136%。

从市场份额上看，11月，豪华品牌市场占比10.5%，主流合资品牌占比50.9%，自主品牌占比38.6%，1-11月，豪华品牌占比10.8%。主流合资品牌占比51.5%，自主品牌占比37.8%，这也意味着，豪华品牌全年市场份额有望首次突破10%。

2015年开始，豪华品牌市场份额便呈现逐年提升的态势，其中2015年市场份额为6.1%，2016年为6.2%，2017年为7.4%，2018年为8.8%。

市场份额的提升，是豪华品牌市场销量不断增长所致，尤其是2019年，由于合资品牌和自主品牌销量均出现了一定程度的下滑，而豪华品牌逆势上涨，

进一步出现了此消彼长的情况，使得市场份额提升更加明显。

增收不增利 豪华品牌面临转型难题

豪华品牌热销的背后，一方面是消费升级需求的体现，尤其是一线城市新车置换、改善型消费需求强烈，而另一方面，则是豪华品牌自身降低姿态，以价换量所致。

近年来，豪华品牌不仅终端优惠不断加大，大量入门级车型也源源不断地涌入市场。越来越低的豪华车购车“门槛”，让更多的消费者得以购买豪华车。

据蓝鲸汽车记者统计，2019年，豪华品牌阵营中共有19款官方起售价低于30万元的入门级新车上市，其中包括奥迪Q3、宝马X2、奔驰A级、雷克萨斯UX、沃尔沃XC40、凯迪拉克CT5在内的车型均为今年上市的全新产品。

除了入门产品扎堆上市外，也有市场终端优惠幅度不断加大的因素。据央视财经调查报道，降价销售已经成为了众多豪华车品牌的主流现象。在一家奥迪4S店，包括A3、A4、A5、Q3等多款车型都有不同程度的降价优惠，其中，市场指导价为38.78万元-49.8万元的奥迪Q5L全系降价7-10万元。此外，在一家沃尔沃4S店内，包括销量最好的XC60在内，几乎所有在售车型均有

明显价格优惠，其中XC90车型中最高优惠力度将近15万元。

据汽车流通行业分析师李颜伟透露，10月份的豪华品牌经销商调研数据显示，奔驰品牌新车均价在44.6万元左右，在所有豪华车中排名最高，其次为雷克萨斯，新车均价在43.9万元左右；宝马新车均价在41万元左右；沃尔沃新车均价在33.5万元左右；凯迪拉克新车均价在30万元左右；奥迪品牌新车均价在29.3万元左右。新车均价的不断拉低，也让利润率很难保持高位。

有业内人士告诉记者，如今豪华品牌销量增长的背后，是以高利润率车型的销量占比下滑为代价换来的，而低利润率车型销量的不断增长，也让品牌自身的利润下滑明显。

财报最能说明这一点：今年上半年，华晨宝马累计销量达26.42万辆，较去年同期的20.98万辆增长了25.9%，但利润却较上年同期的36.77亿元下滑了3.4%至35.52亿元；奔驰也有类似的问题，北京汽车2018年的财报则显示，北京奔驰虽然收入同比增长16%达到1354.15亿元，但毛利率由2017年的32.7%下降至29.9%。

竞争升级，新能源拼产品更拼战略

电气化时代的加速到来，是豪华品牌降本增效的机遇。近日，三大豪华品牌在全球范围内削减员工数量，从几千

到上万人不等，但同时，却在中国这个全球最大的新能源汽车市场不断加码投入。

今年11月，奔驰EQC和奥迪e-tron先后在主流新能源汽车市场排兵布阵，宝马的纯电动iX3也确定于2020年在中国落地生产。得益于前期的布局，今年1-11月，宝马新能源车销量同比增长超35%，其中5系插电式混合动力车型占比最高。

从2019年开始，宝马基于两个合资公司（华晨宝马和光束汽车）拓展本土化，推进BMW和MINI两个品牌在中国落地生产，面向全球销售。在三大豪华品牌中，宝马是第一个为新能源汽车单独组建一家合资公司的企业，也是第一个在中国生产新能源汽车，全球销售的企业。

据宝马集团大中华区企业事务副总裁孙玮介绍，宝马要在中国坚定地推动电动出行战略。接下来在中国还将推出i4、iNEXT等新能源车型，预计到2021年宝马将在全球范围内累计交付100万辆新能源汽车。

在宝马身上可以看到，中国早已不但是该公司最大的单一市场、制造基地，同时也是面向全球的创新中心。在下一个赛道，企业和品牌之间竞争比拼的不再是产品和技术，更包含对用户的理解、前瞻的战略和大胆的突破。 (转自蓝鲸汽车)