

# 北京现代要做燃油车市场的“孤勇者”？

■ 朱琴

当汽车越来越像电子消费品，不做新能源的车企，被嘲笑将成为汽车界的诺基亚。

汽车是否会手机化？尚无定论，但现在放弃燃油车市场绝不是明智之选。

中汽协数据显示，5月新能源汽车销量同比增长60.2%，是整体汽车销量增幅的两倍多。此外，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的30.1%，已经占据市场的三分之一。

新能源汽车已是各车企分毫必争之地。北京现代却逆流而上，继续深耕燃油车市场。

6月18日，北京现代最新紧凑型SUV-MUFASA 沐飒正式上市。与13万多元的预售价相比，正式上市价格12.18万元—13.98万元，明显调低了不少。

“我们的目标是，把它做到15万元以内，最好的年轻家庭SUV。”6月18日，在北京现代 MUFASA 沐飒正式上市前，北京现代常任副总经理吴周涛表示。

尽管 MUFASA 沐飒的价格，直插自主品牌阵营，但是让媒体很不理解的是，北京现代为何现在还在攻燃油车？当下极度内卷和市场份额不断萎缩的燃油车市场，还能否给北京现代带来销量？

## 为何坚守燃油车市场

外界对北京现代产品规划的质疑，并不是没有道理。

去年北京现代销量为25万辆，与巅峰时期的120万辆相比，已是云泥之别。此外，北京现代年销量已经连续4年下滑，何时止跌回升？是北京现代管理层被问的最多的问题。

特别是现代汽车2022年全球汽车销量仅次于大众和丰田，位居第三位。并且，起亚和现代的电动车，去年全球销量均超过20万辆。

但是，在中国市场，北京现代在低谷待的时间已经不少了，为何不趁着新能源市场的风口，把销量和市场份额抢回来？

对此，北汽集团副总经理、北京现代董事长巩月琼表示：“随着中国汽车消费趋势的变化、产业趋势的变化，确实这段时间所有合作品牌都面临着大挑战。”但是，他表示，“大格局变化下，



北汽集团副总经理、北京现代董事长巩月琼



北京现代总经理吴益均



北京现代常任副总经理吴周涛

我们不希望盲目跟风，在中国市场上有自己的战略，有自己的步骤。”

吴周涛则用更具体的数据回应这个问题，“油车还有67%，还有三分之二的消费者，他们还在选择油车，这是中国现在的现状。”

不可否认，新能源汽车的攻城拔寨，不断蚕食燃油车的市场份额，持续高增长的数据下，行业内外已经形成“看衰燃油车，拥抱新能源”的现象。

对于当下的市场风向，吴周涛认为：“还有很多消费者对燃油车有实际需求，并不是像有些企业描述的那样颠覆。”此外，他认为当下的一些舆论，更多的是营销，“就是忽悠”。

对于北京现代在电动化领域迟迟不发力的疑问，北京现代总经理吴益均透露：“我们内部有电动车以及混动车的战略方向，但现在最大的一个关键点是成本的竞争力，我们怎么去把握？”

对此，他举了个例子做了说明。目前，新能源汽车领域盈利的只有比亚迪和特斯拉。“合资也好，或者是造车新势力，在纯电动领域，中国车企、合资企业和造车新势力都是在做亏本买卖，亏损是巨大的。”

一边是庞大的燃油车消费群体，一边是深不见底的亏损黑洞，显然北京现代做了更实际，也更理性的选择。

## 技术战、品质战和价值战

虽然燃油车市场仍是消费主流，但不能忽视的一个问题是，燃油车市场已经极度内卷。

今年3月份，湖北地方政府与东风集团联手推出的政企补贴，将今年车市的“价格战”提前。价格战的背后，不只是车企对销量增长的焦虑，也是对车企成本控制的新一轮挑战。

此前，因为车市惨烈的价格战，传

闻某车企强行扣押供应商的货款。另外，还有车企通过暗地里减配维持价格优势。

市场已经到了拼刺刀和肉搏的时候。在发布会上，北京现代副总经理营销事业本部副本部长戚晓晖表示：“将继续向心而行，以技术战、品质战、价值战应对市场挑战，以有温度的产品和服务，回应用户的需求。”

据了解，作为ix35的全新换代产品，MUFASA 沐飒诞生于现代汽车 i-GMP 第三代全球化技术平台，智能化是该车最大的亮点。“我们智能化做到了4.0版本，智能驾驶达到L2.5左右，在这个级别里面是最高水平。”

MUFASA 沐飒是基于北京现代最新智能互联技术进行开发的，配备智能网联系统4.0，搭载Hyundai Smartsense 智心合一安全系统，可实现最多24项ADAS智能驾驶辅助功能，在同级别车型中做到了最优。

品质方面，戚晓晖表示，目前北京现代有1170万的保有客户。从2002年成立至今，北京现代已经用产品和时间，在庞大的客户群体中打下了非常好的口碑基础。

“10年前，我们客户的首购占到70%，但现在增购和换购占到50%以上的水平。”

这些数据，对于北京现代的品质战，起着至关重要的作用，也是北京现代价值战的核心。

## 如何做卷王

产品已就绪，接下来是考验北京现代营销实力的时候。

“今年极致卷的环境下，大家已经把所有的营销手段都用尽了。”戚晓晖谈到当下的市场环境时说道。

随着营销环境的变化，当下除了比产品、比技术和拼价格外，更考验车企营销人的智慧。

“从去年下半年到今年上半年，我们一直在做一件事情，怎么把我们1200万的客户激活？”戚晓晖透露，“激活不是急功近利地去搞增换购、转介绍等等。一方面要把客户维护好，另一方面要把客户唤醒。”

在笔者看来，在营销上，北京现代在这场卷王之争中，其实更多的是在卷自己。

比如，有几个细节可以看出北京现代在营销上的卷。

在短视频成为主流的当下，北京现代不只是厂家做短视频直播，旗下的经销商店也采取人人直播、天天直播的形态。“我们每一个店都是一个直播间，把年轻人喜欢的直播短视频营销做到极致。”

在具体跟单上，戚晓晖表示，整个营销团队非常卷。销售人员对每一个订单的情况都需要了如指掌，并且实时跟进，“我们从线索到订单、到交付抓到了细节”。

显然，这种卷的效果十分明显。

数据显示，北京现代5月销量同比增长86%。这样的增幅，对北京现代而言意义非凡。这一次MUFASA 沐飒的上市，在新产品的助攻下，北京现代在燃油车领域将再次展现其对市场的引领力。

(文章来源: 凤凰网)

# 汽车行业会更卷 谁会是幸存者

■ 严翠

今年以来，国内车市“卷声”不断，先是年初特斯拉降价引发电动车全面降价，随后带动燃油车大幅降价促销，但这激烈的市场竞争在华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东看来，才刚刚开始。

“未来汽车行业的洗牌将会非常惨烈，‘卷’刚刚开始，未来还会更卷。”6月16日，余承东在“2023未来汽车先行者大会”上最新发声。

余承东还在大会上做出预测：未来5—10年，只有少数汽车厂家能够活下来，比亚迪会成为未来少数能够活下来的巨头之一。长远来看，和华为紧密合作的厂家也能够活下来，能够成为这一代少数的幸存者。

## 智能汽车时代需要重资产投入

余承东解释说，智能汽车时代不像传统的燃油车时代，这个时代车企需要重资产投入来支撑未来的持续发展，因

此车企的投资规模非常大。如果投资不够的话，无法支撑竞争，中小的玩家可能跟不上，无法成为巨头。

余承东介绍，华为在汽车领域每年直接的研发投入超过100亿元，不包括间接研发投入，其中，70%—80%投入智能驾驶领域，另外智能座舱、智能网联、智能车控也是华为重点投向的领域。

“智能驾驶难度远远高于智能座舱，因为智能驾驶涉及很多人工智能的东西，所以这方面华为做了巨大投入。”余承东说。

“在智能汽车时代，华为坚持‘软硬芯云’协同的大技术，来赋能汽车的发展，所以华为用智能网联电动汽车最核心的技术，来帮助合作伙伴在智能的时代能够生存下来、活下来，会成为巨头。我们回过头来看过去十几年，在智能手机时代，欧洲、北美和日本所有的手厂商都被卷没了，虽然在功能机时代他们是领导者。”余承东说，长远来看，他相信和华为紧密合作的厂家能够活下来，能够成为这一代少数的幸存者。

## 未来会更卷

除了华为以及与华为紧密合作的厂家外，余承东还认为，比亚迪会是未来少数能够活下来的巨头之一。

“我们也很高兴地看到比亚迪的成功，看来它将成为未来少数能够活下来的巨头之一。但其他公司，现在成功活下来的公司，无论今年成绩如何，不代表未来能活下来。未来汽车行业的洗牌将会非常惨烈，竞争也会非常激烈。‘卷’刚刚开始，未来还会更卷。”余承东在大会上如此表示。

有意思的是，近日，理想汽车创始人李想发文称，2022年三季度，问界M7的发布和操盘，直接把理想ONE打残了，我们从来没遇到过这么强的对手，很长一段时间我们毫无还手之力。HW(华为)的超强能力直接让理想ONE的销售崩盘、提前停产，一个季度就亏损了十几亿，团队都被打残了。

信达证券研报指出，车市的演变将出现三个阶段，在今年3—6月第一阶段

的价格战之后，第二阶段开启，市场份额将加速向头部自主及新能源品牌集中，二、三线品牌市场份额或面临长期下滑趋势；到第三个阶段，部分二、三线品牌逐渐被淘汰出局，退出中国市场，弱势造车新势力或将被收购整合。

## “问界”将成为华为智选车统一商标？

目前，华为与车企的合作模式主要有三种：一是售卖标准化汽车零部件产品的零部件模式；二是提供全栈智能汽车解决方案的Huawei Inside模式(简称“HI模式”)；三是深度参与产品、整车设计，以及提供销售网络渠道的智选模式。

智选车模式下，目前华为已有赛力斯、江淮汽车、奇瑞汽车、北汽集团4家合作伙伴。其中，AITO问界是华为智选车模式的首个尝试，由华为与赛力斯联合打造，一年多的时间里已经交付超10万辆新车。目前问界旗下有M5和M7系列两款车型。

余承东在大会上透露，问界的下一款车型M9将会在今年第四季度上市，并有信心成为整个市面上最豪华、最高端、最智能的车。

今年4月，余承东就曾透露，问界M9作为华为深度赋能的旗舰产品，将携AI大模型、传感联邦等黑科技悉数上车，预售价格48万元—60万元。

值得一提的是，近日，国家知识产权局商标局信息显示，华为成功受让了北京永安世达科贸有限公司共计21个问界商标。业内人士指出，拿下问界商标后，未来“问界”或将成为智选车模式下不同车企产品的统一品牌命名。

6月9日，中国汽车重庆论坛上，余承东也透露，未来华为与奇瑞、江淮、北汽等车企进行智选车模式的合作会发布不同的车型。对于华为来说，一个统一的品牌命名十分重要。未来在华为与上述车企合作的车型上，或许能看到问界的商标。

(文章来源:《证券时报》)