

“蔚小理”告别翻倍增长：新能源车渗透率仅20%，它们为什么跑不动了？



造车新势力“蔚小理”先后发布的一季报，进一步揭示了它们当前面临的诸多困境。

从昔日王座上掉落的蔚来，面临着低迷的交付量、阶段新低的毛利率，以及最为严重的亏损，即将结束的二季度可能又是一个新的“至暗时刻”。

小鹏连续三个季度拿下造车新势力交付量第一，但毫无起色的单车盈利能力、同样的高额亏损，也彰显了其内在的虚弱。

理想似乎表现得理想一些，卖车收入超过蔚来，净亏损大幅减少至一千万左右，而调整后净利润则再次扭亏，有望成为率先盈利的造车新势力。

它们也面临着共同的困境——在经过前两年的高速爆发后，“蔚小理”逐渐显出疲态，此前持续翻倍甚至数倍的高速增长正在成为过去式。

拉长时间来看，无论是营收，还是交付量，“蔚小理”今年一季度的增速都明显放缓，蔚来增速更是不到30%。此前发布的二季度业绩预告显示，这三家企业的营收和交付量增速均未超过100%，呈现继续大幅放缓态势。

目前，新能源还是个高速增长的市场，渗透率才刚达到20%。在这样一个蓝海市场，“蔚小理”却跑不动了，这无疑是一个危险的信号。

与此同时，前有比亚迪、奇瑞等传统车企，后有哪吒、零跑等越来越多的新兴品牌，“蔚小理”也面临更激烈的市场竞争。不过，“蔚小理”也开启反击，发起新一轮车型战，多车型混战拉开序幕。

今年一季报数据显示，蔚来在营收方面挽回“老大哥”位置，期内营收达到99亿元，但同比增幅仅有24%，成为在疫情影响下，受供应链和产能限制影响最大的一家。

理想与蔚来的差距越来越小，今年一季度营收接近96亿元，同比增长高达167%。而小鹏仍在追赶，一季度营收近75亿元，同比增长约153%。

值得注意的是，理想还曾在去年四季度首次超越蔚来，成为首家单季营收破百亿的造车新势力。而如果从销售额来看，理想已经连续两个季度超越蔚来，成为卖车收入最高的造车新势力。今年一季度，理想卖车收入达93.1亿元，而蔚来为92.4亿元，小鹏接近70亿元。

此外，理想还是三家造车新势力中经营效率最高的车企，无论是综合毛利率还是整车毛利率，在最近三个季度均保持领先。

以今年一季度的整车毛利率来看，理想为22.4%，同比增长5.5个百分点，高出蔚来4.3个百分点，更是远超小鹏12个百分点，而蔚来、小鹏同比均有不同程度下降，尤其是蔚来，下降超过3个百分点，在最近几个季度内处于低位。

这背后也在一定程度上反映了理想在收入和成本上的相对平衡。搜狐科技根据

财报数据估算，理想今年一季度单车平均收入为29.4万元，低于蔚来的35.9万元，高于小鹏的20.3万元，且是三家唯一实现正增长的车企，同比增长近7%。

而从单车销售成本来看，理想今年一季度约为22.8万元，同比略有下降，小鹏为18.1万元，同比亦略有下降，而蔚来同比微增为29.4万元。在单车收入提升、成本下降的双重效应下，共同决定了理想盈利能力的提升，也给理想留出了更大的盈利空间。

理想此前已率先实现两次单季盈利。今年一季度，理想净亏损1090万元，同比大幅减少近97%，调整后净利润为4.8亿元，再次扭亏。蔚来和小鹏亏损依旧高企，其中蔚来更是亏损高达17.8亿元，小鹏净亏损达到17.1亿元，调整后净亏损分别达到13.1亿元、15.3亿元。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受搜狐科技采访时表示，理想仅靠一款车在去年就实现了近10万的销量，单车型更容易实现规模经济效益，也会有更高利润，目前亏损最少的理想最有可能率先盈利。前述估算显示，今年一季度，理想单车平均毛利达6.6万元，是小鹏的三倍。

蔚来也定下盈利时间点，其CEO李斌此前预计2024年实现盈利，2023年第四季度实现季度盈亏平衡。小鹏则将重心放在毛利上，CEO何小鹏此前称其中长期目标是整体毛利率提升到25%以上。这相当于小鹏当前毛利率的两倍多，难度不小。

在交付量方面，蔚来掉队明显，且被小鹏、理想和哪吒超越，落到造车新势力第四的位置。今年一季度，蔚来交付25768辆，同比仅增长28%；小鹏交付量达34561辆，理想为31716辆，分别同比大幅增长159%、152%。

从即将结束的第二季度来看，蔚来有可能持续下行，无论是营收、交付量增速，还是毛利率都将再创阶段新低。蔚来此前预计，今年二季度营收将在93.4-100.88亿元之间，同比增长10.6%-19.4%；交付量将在2.3万至2.5万台之间，同比增长约5.0%-14.2%。

对比来看，理想预计营收为61.6-70.4亿元，同比增长22.3%-39.8%；交付量为2.1至2.4万台，同比增长19.5%-36.6%。小鹏则预计营收为68-75亿元，同比增长约80.8%-99.4%；交付量同比增长约78.2%-95.4%，位于3.1万-3.4万台，有望继续坐稳头把交椅位置。这些数据也意味着，这三家造车新势力营收和交付量双双翻倍的时代，均将成为过去式。

当把目光看向整个新能源市场，就会进一步发现“蔚小理”潜藏着不小的生存危机。

据CINNO Research数据，今年一季度，新能源乘用车批发销量为119万辆，份额提升至21.9%；前十大品牌以传统车企为主，比亚迪和特斯拉仍是电动车扛把

子，期内销量分别为28.5万台和18.2万台，合计占比接近40%；五菱汽车销量为10.7万台，位居十大品牌榜第三。

排名第四至第十的车企品牌，依次为奇瑞、广汽、大众、小鹏、欧拉、理想、丰田等，且后五位总体差距不大，销量集中在3.2万-3.6万台，第7位的小鹏和第9位的理想亟需扩大优势进行突围。而主导高端市场的蔚来未能入选前十，与第十的门槛还有6000多辆的差距，特斯拉依然是高端新能源品牌中毫无争议的王者。

从今年一季度最畅销的十大车型来看，小鹏和蔚来则双双无缘入选，仅靠单一爆款理想拿到第7的位置。从这十大车型来看，同样是以传统车企推出的电动车为主，比亚迪更是有五款车型上班，特斯拉有两款车型，而主打低端市场的宏光MINI EV依然是最为畅销的车型。

小鹏虽然在一季度交付量达到34561辆，其三款车型中作为主力的P7和P5，交付量分别为19427台、10486台，够不到前十大车型的门槛。蔚来一季度四车型的总交付量还不及比亚迪唐一款车型的销量，其中主力车型ES6、EC6和ES8交付量分别为13620台、7644台、4341台，难言有爆款车型。

可以看到，虽然“蔚小理”在造车新势力中处于头部地位，但目前在整个新能源市场中仍难跻身头部地位——走单品模式的理想在爆发力上不及五菱宏光和特斯拉，更接近传统模式的蔚来和小鹏，跟比亚迪相比，无论是在车型数量还是销量上都难以企及。

单看造车新势力品牌，“蔚小理”的领先地位也不断受到挑战。乘联会发布的5月销量数据显示，2022年5月新能源汽车销量-造车新势力车型销量排行榜中，理想ONE销量为11496辆，位居第一，较去年同期上涨165.93%。哪吒V以7884辆的销量位居第二，较去年同期上涨131.27%，本年累计销量达32255辆。5月零跑T03销量5724辆，排名第三，较去年同期上涨81.89%，本年累计销量达26647辆。

不可否认，蔚来、理想较高的市场定位在一定程度上阻碍了更多的放量，尤其是均价超过40万的蔚来更是将不少消费者拒之门外。

张翔对搜狐科技表示，未来造车新势力前进的步伐会放慢，而传统车企可以很快追上来，未来市场应该是造车新势力和传统车企对半开。

“蔚小理”不会坐以待毙，其已经开启新一轮车型战，预计未来一到两年内将走向多车型混战。张翔还认为，“蔚小理”以后的产品肯定会走向重叠，互相侵入对方领地是必然，因为必须要拓展市场区间，开发新产品，否则就难以持续增长。

2022年，将会是多车型混战的序幕。蔚来在今年一季度未交付了旗舰轿车ET7，上周又发布了基于NT2.0技术平台打造的第四款SUV ES7，并预计8月底交付，

成为蔚来有史以来交付节奏最快的车型。此外，去年12月蔚来日上发布的蔚来ET5也将于今年9月正式开启交付。

届时，蔚来将形成旧款866（ES8、ES6、EC6）+新款775（ES7、ET7和ET5）的产品布局。在旧款车型吸引力减退、销量承压等情况下，蔚来三款新车将承担起更多的走量重任，尤其是起售价32.8万的ET5是蔚来目前最便宜的车型，被普遍认为是下半年放量的关键。李斌此前就表示，有信心实现下半年交付量的快速攀升。

此外，蔚来还在推进针对大众市场的新品牌（代号为ALP）的研发，其将基于下一代NT3.0平台打造，并搭载蔚来自产动力电池。李斌稍早前透露，这款车型将会在2024年下半年开启交付，定位20-30万元。这款产品推出后，蔚来品牌将贯通20-50万元区间。

随着聚焦高端市场的蔚来开始“下沉”，中端市场竞争无疑将会更加激烈，而小鹏则意图向上突围。目前小鹏共有三款在售车型，主要覆盖17.79万元-32.99万元价位。小鹏第四款车型旗舰智能纯电中大型SUV车型G9计划在今年三季度投产，四季度大规模交付。市场预测，小鹏G9定价会在30至40万元之间。

小鹏还计划在明年新打造的B级车平台和C级车平台上各自推出一款新车，届时小鹏也将拥有6款车型，形成15-40万元价格区间的产品矩阵。小鹏称，相信随着G9和后续新平台以及新车型的推出，公司将结构性的改善车型毛利率。

处于“蔚小理”中位区的理想似乎则意图向两端突围，选择产品取胜+成本取胜的打法。理想将在6月21日推出第二款车型旗舰SUV L9，价格将会在45-50万元，而理想ONE目前售价为34.98万元。李想称，L9将在8月交付，并有信心在9月就实现过万。

此外，理想还在通过增程式平台和纯电动车平台同时推进多个产品，明年将有四款新车上市，届时将形成横跨20-50万价位的市场。有报道称，去年初理想还确立了2025年卖160万台车的战略，这意味着理想必须要放弃单品模式，多车型成为关键。

可见，对于小鹏所在的20-30万区间市场，蔚来和理想不会放过，而对于更高端的市场，小鹏和理想也有所觊觎。随着“蔚小理”向不同方向突围，电动车市场也将越发内卷。

张翔认为，明年电动车将迎来更加激烈的竞争，尤其是随着百度、小米、苹果等等这一批造车新势力上场，市场格局还可能迎来新的洗牌。

他还进一步提到，未来电动车关键的竞争优势还是产品的创新性，包括自动驾驶、数字座舱等核心技术。“谁布局的早，谁的技术领先，就会在市场取得优势，获得消费者的青睐和订单。”