

# 销量不敌理想、小鹏，蔚来掉队了？

转载

网易智能 于 2021-08-03 15:19:24 发布 157 收藏

文章标签：[交互设计](#) [vm](#) [informix](#) [weex](#) [openssh](#)

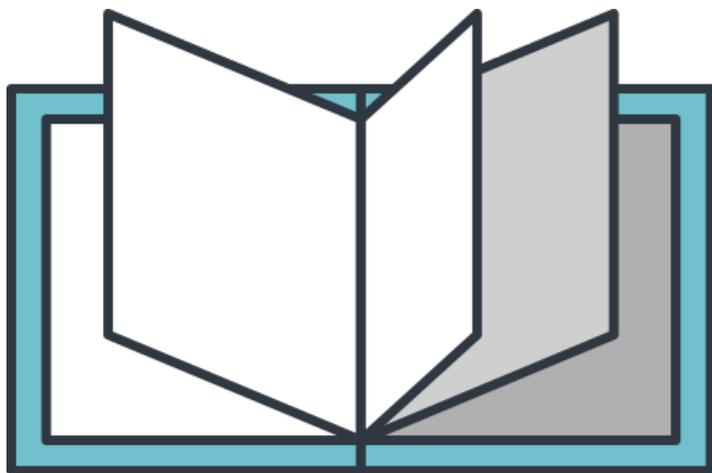
NEW

关注剁手日记视频号

最新视频→【索尼WF-1000XM4评测：音质封神，但耳机很大，你忍一下】



## 网易新闻 | 智能



来源 | 深燃 (shenrancaijing)

文 | 周继凤

编辑 | 黎明



8月刚开始，多家造车新势力就马不停蹄地发布了7月交付数据。

在造车三兄弟7月的销量排行榜中，理想汽车成为了冠军，交付**8589**辆，小鹏位居第二，交付了**8040**辆。而一直以来的销冠蔚来仅交付了**7931**辆，被小鹏和理想反超，“掉队”到了第三位。

上半年车圈曾出现了一个网络用语——“蔚小理”，用以形容造车新势力第一梯队的三个车企。从排名就能看出蔚来的地位——头部造车梯队中的头部。作为中国造车新势力的代表，蔚来在过去一年一度风光无限，销量常年稳居第一，股价翻了好几倍。

如今，下半年刚开始，排名变了，蔚来老大的位置没了，“蔚小理”变成了“理小蔚”。销量发布后，蔚来在美股盘前股价由涨转跌。开盘后，蔚来股价微涨，截至收盘，蔚来报45.85美元/股，微涨2.62%。

对此，蔚来的回应是：供应链产能未能满足需求。

蔚来的“掉队”，意味着造车的新一轮残酷战局又来了。三家造车新势力的交付差距正在不断缩短。

蔚来旗下拥有ES8、ES6、EC6三款主力车型；小鹏有P7和G3；而理想汽车仍在借理想ONE一款车型单兵作战。2021年的蔚来，正在拼命狂奔，但蔚来依旧有很多硬仗要打、很多问题要面对，比如安全隐患、产品设计缺陷（座椅问题），以及能否重回销冠宝座、能否实现销量高速增长、能否出海成功等等。

7月份，造车新势力的销量排名发生了出乎预料的变化。理想凭借着8589辆的交付量，位居造车新势力榜首。排名第二的是小鹏，交付量首次突破8000辆，达到了8040辆，而蔚来汽车交付量为7931辆，暂居第三位。



▲资料来源 / 公司官网

销量起起伏伏很正常，但对于蔚来来说，屈居第三名并不正常。要知道，蔚来自打量产以来销量在三兄弟中常年排第一。

去年的每个季度，蔚来的交付量都吊打小鹏和理想。即便是今年的上半年，蔚来的交付量依旧是第一，交付了41956辆，而小鹏和理想分别交付了30738辆和30154辆。

## 2020年至今三家造车新势力销量对比 深燃



▲资料来源 / 公司官网

今年7月，蔚来依旧卖出了7931辆，同比增长124.5%，但是相比于上个月，销量却环比下降了。而其他两家则销量节节攀升，反超了蔚来。

尤其是理想，5月份一度掉出了造车新势力销量排行榜的前三名，但是在6月份发起了反攻，7月份冲到了榜首。

在三家造车新势力中，理想发力最晚，走增程式路线，而且只有一款车型单兵作战。事情的转机是在今年5月份，理想推出了2021款理想ONE新车，在2020款产品的基础上，对增程电动系统、理想AD高级辅助驾驶、智能座舱、乘坐舒适性进行了升级。加了很多“量”，但这款改版的新车售价只比旧款贵一万元。

尽管因为这款改款理想ONE牵扯出“理想割韭菜”等纠纷，但是33.8万元的价格确实吸引了不少用户的注意，靠着这一款新改版的车型，理想在6月份、7月份销量爆发。

在理想汽车创始人李想看来，“真正的电动车是能够以爆款形式存在的，单一车型月销量过万是智能电动车的及格线。”

7月小鹏汽车总交付量首次突破八千，达到8040台，较6月环比增加22%。小鹏的增长势头依旧很猛，其中拉动小鹏销量的当属小鹏P7。为了拉低P7的入门门槛，小鹏在今年5月推出了磷酸铁锂版本，首月即推动P7整体月交付量打破历史纪录，较4月环比大增27%。

在当下的造车江湖中，提自动驾驶还远，提盈利还遥遥无期，销量是最能说明车企实力的指标。

不难看出，如今各家都有相当能打的产品，小鹏有小鹏P7，其累计交付量已经突破4万辆，理想有理想ONE，其累计交付量已超过7万辆。

蔚来已经有三款车型，在35万-55万元之间的中高端细分市场占有一定的市场份额。但是蔚来还没有某一款车型月销超过5000辆，在爆款车型的打造上相比于其他两家略逊一筹。

今年，各家为了促销，或推出低价版的车型，或推出性价比更高的改款车。但蔚来既没有推出改版车型，也没有推出新车型用来应对高速变化的市场。最新的轿车ET7要等到明年一季度才能交付。缺失爆款车型的蔚来，在接下来下半年的战争中，遇到的挑战不少。

02

市场比不过特斯拉，

增速跑不过二梯队

当下，蔚来要面临的不止是同梯队对手的挑战，特斯拉正在不断下场蚕食蔚来的地盘，国内二梯队的造车玩家们也在加速赶来。

在2021年的竞争中，特斯拉CEO马斯克打出的王牌就是Model Y。Model Y是溜背风格的中型轿跑SUV。近几年SUV在国内一直是最受欢迎的车型，今年1月初，乘联会秘书长崔东树就预测，Model Y在中国可能会卖得比Model 3更好。

蔚来的两款车型EC6、ES6都是中型SUV，而且价格区间都是在30-40万元之间。尤其是EC6同样作为轿跑SUV，其直接对标的就是特斯拉Model Y。

销量很能说明问题。尽管负面新闻缠身，但是特斯拉Model Y在中国区的销量节节攀升。6月份，Model Y在中国区的销量为16515辆，上半年，特斯拉Model Y的销量为46180辆。特斯拉一款车型的单月销量几乎是蔚来整个车企单月销量的两倍（蔚来6月交付了8083辆）。

而从之前的数据来看，蔚来EC6月销量徘徊在1000-3000辆，从蔚来ES6上市至今，其月销量一直在2000-4000辆之间徘徊。

同一梯度内，蔚来的EC6、ES6显然没有足够的竞争优势去与特斯拉Model Y竞争。

为了抢夺市场，特斯拉多次祭出杀手锏。比如，7月8日，特斯拉正式上线Model Y标准续航版，续航里程525公里，百公里加速5.6秒，最高车速217公里/小时，而这款车的起售价只有27.6万元，比之前的长续航版价格狂降7万。

就在前几日，特斯拉又将国产Model 3标准续航升级版的价格再次下调1.5万元，调整后的价格为23.59万元。特斯拉价格已经进入20万元-30万元这一国产主流B级车的价格区间。

而蔚来采取的策略是“我们不降价”，并且一直强调自己的**高端定位**。蔚来创始人李斌说蔚来汽车不降价，因为他认为，降价是对老用户的情感伤害，“对已经选择我们的用户要有感恩的心，要善待他们。这是一个企业的底线，每个企业的底线不太一样。”

不管蔚来如何坚持初心和感恩，但是在更便宜、性能更好的Model Y面前，蔚来其实胜算不多。

另外，二梯队的追赶者们，在销量排行榜上的排名开始上升。

目前，在整个造车江湖，人们已经形成了这样的共识：已经完成上市、销量表现优异的“蔚小理”——蔚来、小鹏、理想，为造车新势力第一梯队企业；除此之外，在资金、技术、销量、品牌上与第一梯队的造车新势力（不包括传统车企）有一定差距的玩家，统称为造车新势力第二梯队企业。但如今，这样的差距似乎正在缩小。

在造车新势力6月的销量排行榜中，就有一些二梯队的公司开始冒尖，尽管他们没能冲到前三，但是和第一梯队的差距逐渐拉近。其中，哪吒、零跑分别以5138辆、3941辆的交付成绩排第四、五名。而在5月，哪吒靠着4508辆的销量甚至把理想挤出了销量前三。

7月，哪吒汽车交付了6011辆车，而且90%都是来自个人用户而非B端市场。

品牌	6月份交付量	7月份交付量
蔚来	8083	7931
理想	7713	8589
小鹏	6565	8040
哪吒	5138	6011
零跑	3941	4404
威马	4007	未公布

▲资料来源 / 乘联会、公司官网

从销量来看，7月蔚来没能保持住自己的先发优势，向上有特斯拉的降维打击，向下有新势力玩家的围攻，二梯队的造车新势力一直在追赶。蔚来，危险了。

03

### 蔚来的多事之秋

最近，蔚来正值多事之秋。

7月以来，网络上，蔚来的用户投诉量激增。所有的投诉都指向了同一个问题——座椅设计缺陷。在这场耗时几个月的拉锯战中，蔚来最终拿出了解决方案——升级改造座椅，但消费者掏钱。

7月30日早晨5点，上海市浦东新区临港大道发生一起严重交通事故。一辆蔚来EC6在高速撞击隔离石墩后车辆损毁严重，并且起火燃烧，车主不幸遇难。

从网上传出的视频来看，事故车辆着火位置集中在车头，起火后迅速燃烧，黑烟滚滚。当天中午，蔚来上海区总经理夏庆华在蔚来APP中发文回应称，事故车的电池包基本完好，消防部门认定是交通事故。相当于第一时间撇清关系，这次事故不是蔚来的车自燃引起的。



▲来源 / 新京报我们视频

尽管事故的具体原因还不清楚，但是这不禁让人联想起2019年蔚来发生的多起自燃事件。当时，经过蔚来和专家组调查发现，造成车辆自燃原因是动力电池模组内部走线存在问题，最后蔚来不得不召回了4803辆搭载问题电池的车辆。蔚来也一度因此而损失惨重。

不止这些，蔚来头疼的问题还有很多。

如今，造车的大环境不同了，越来越多的巨头跨界造车，蔚来的先发优势不再明显。

早些年，为了拥有更多的融资渠道以及更广阔的市场空间，造车新势力们纷纷赴美上市，蔚来抢得了上市先机。现在，造车新势力们纷纷选择回港上市，但首个回港上市的名额被小鹏抢走了，理想也已经通过了港股的上市聆讯，8月3日开始招股。

蔚来在回港上市上慢了半拍。据腾讯新闻，蔚来于今年3月第三周在港提交二次上市申请，但是由于涉及用户信托持股等问题而被推迟上市计划。所谓的用户信托持股，也就是蔚来创始人李斌拿出自己所持三分之一、即5000万股的蔚来股票，将其收益处分权交给用户。

再回过头来看市场。一直以来，蔚来高举高打、定位高端，是造车新势力中卖得最贵的，车辆平均价格在40万元。价格过贵，某种程度上制约了蔚来实现销量飞跃式增长。

“目前购买新能源车的是比较年轻化的人群，这一批人中真正有实力购买30万、40万新能源车的非常少。更大的市场空间其实是在中端市场。”一位分析师指出：“而从去年开始我们就觉得，整个市场正在从启动阶段往发展阶段转变。也就是说，中端大众市场正在逐渐被激活。”

蔚来似乎也清楚这个结症所在，有报道称，蔚来正在加速推出中低端品牌。在今年初于成都举行的NIO Day上，李斌在接受媒体采访时也曾经谈到过这个问题，他认为蔚来会推出更低价格的车型，但不会是采用NIO品牌，而是单独设立一个品牌。

去年的一年时间里，蔚来闯过了无数生死线，迎来了高光时刻。用李斌自己的话来说就是：“我们其实是被人左一拳右一拳地打趴在地上，然后又爬起来，又被打趴在地上，又爬起来。但是我们站住了。”

在站住之后，如今的蔚来依旧有很多问题需要解决，安全问题、销量增长、新车推出、技术研发等等。造车这条路，机遇与危机并存，没人是永远的赢家。接下来就看，蔚来能否有实力和决心一路挺进淘汰赛。

\*题图来源于Pexels。



RECOMMEND



电动车遇水真能当船开？

[👉 点击阅读](#)

硅谷码农还在吃火锅，工作已经快没了

[👉 点击阅读](#)

蔚来有点“腰疼”

[👉 点击阅读](#)

“

网易智能有12个不同垂直领域社群等你来

添加智能菌微信：[kaiwu\\_club](#)

”



扫码了解更多



[创作打卡挑战赛](#) >  
[赢取流量/现金/CSDN周边激励大奖](#)