

2023年12月22日 星期五

零跑汽车联姻Stellantis集团 蜜月期甜蜜度几分

零跑相关负责人揭秘更多细节

杨吟 文图

10月26日,零跑汽车在车市砸下一个“重型炸弹”:与知名跨国车企——玛莎拉蒂母公司Stellantis集团达成联姻,获得15亿欧元的巨额投资,在普遍面临资金压力的车圈引来一众羡慕目光。一个月的蜜月期过去,两家不同背景的企业磨合得如何?“新婚”的幸福指数有几分?日前,作为项目操盘手,零跑汽车联席总裁武强直面媒体关注的几大焦点问题,揭秘更多细节。

双方已正式完成“婚约” 成为法定“夫妻关系”

零跑汽车市场部总经理周颖透露,与Stellantis集团合作的项目进展顺利,11月20日,整个项目已经完成实质性交割,双方从公布合作签署合同到完成交割,仅不到一个月时间,交割速度创新纪录。

“何谓交割?买房完成交割,意味着拿到房产证;合作项目完成交割,意味着合作伙伴关系正式落地,双方正式成为‘夫妻’关系了。”武强笑称。

在武强眼里,零跑汽车与Stellantis集团的结缘属于一见钟情式的“闪婚”。

今年2月份开始,零跑汽车尝试与多家潜在的合作伙伴进行深度交流,10月,选择“情牵”Stellantis。“我们双方在公司文化和成本控制等方面的理念高度契合。”

最好的婚姻状态是可以彼此赋能,双方都成为更好的自己。

零跑汽车下一步的关注重点是希望把产品结构日趋完整丰富的车型从中国拓展到海外市场,实现全球快速扩张。牵手Stellantis,这个在全球130个国家都有汽车销售的集团,依托其在全球其他市场的成熟商业布局,零跑汽车无疑可大力提升品牌在当地市场的销量;更不要说同时还能得到一笔不菲的“聘金”。

迎娶零跑科技对于Stellantis集团来说也是“良缘”。作为一家世界领先的汽车制造商,Stellantis集团旗下拥有14个汽车品牌,其中不乏玛莎拉蒂这样的知名品牌。顺应趋势,Stellantis近年来正努力推动电动化转型,根据规划,在未来3年内,Stellantis集团将新增23款纯电动车型,以丰富其电动汽车产品线。到2030年,Stellantis集团在欧洲售出的所有乘用车均为纯电动汽车,在美国售出的乘用车及轻型卡车中有50%为纯电动汽车。要实现“Dare Forward 2030”战略规划中的电气化目标,身家清白,拥有超强研发实力和综合产品力而且品牌竞争力正走上通道的零跑无疑是“性价比”不错的合作伙伴。零跑汽车在电动化与智能化方面积累的硬核实力,可以为Stellantis集团电动化转型提供直接助力,同时也有助于其在中国市场的开拓。



强强联姻 管理巨额“聘金”零跑持家有道

相比其他造车新势力动辄几十亿元的科研投入,零跑汽车的资金使用情况一直备受业界关注。15亿欧元的巨额聘金怎么用?无疑是媒体较为关心的问题。

武强表示,作为一个企业,业务发展和融资规模永远是一对平衡木,企业不会寻求在账上放几百亿元的现金只看不动,而是随着业务发展、销量提高,经营性现金流提高而匹配相应的融资额度。这次Stellantis的融资成功,首期已经有85亿港币进账,这个融资金额跟业务相匹配。

今年第一季度,零跑汽车账上现金就有一百亿多元,到9月底账上仍有116亿元,可见随着销量的增长,零跑汽车毛利率不断提高,自然提振经营性现金流。

按照零跑的规划,等钱塘工厂完成以后,短期内产能足够富裕,零跑汽车暂时没有再建更大新工厂的计划。“金华、钱塘两个工厂都到位的话,可以支持70万辆的产能。”武强说,零跑汽车的海外扩张之路也不会依靠重投资建工厂,而是将利用当地既有的汽车工厂来做代工,以最大程度规避大投入带来的资金风险。

令人振奋的是,2023年第三季度,零跑汽车毛利率首次转正为1.2%。这不起眼的数字有望成为燎原星火,预计第四季度零跑汽车毛利率还将进一步提高,2024年更是会呈现逐步提升。武强估算:“随着业务的发展,零跑汽车预计到2025年底或2026年初就可实现净利润转正。”

武强认为,区别于其他造车新势力,零跑的一个先天优势,就是在于创始人团队在电子产品市场耕耘了几十年,积累了大量电子产品



的研发经验,以及对这一市场的洞察力,使得零跑在研发投入上资金使用率效率极高。这是零跑汽车构建起来的风险更低的商业模式。“零跑汽车是铁桶,没有重大短板,方方面面我们都很实、很稳妥。”

武强表示,和Stellantis达成联姻后,一段时间内不再需要超大规模的融资。

“新婚”磨合期“你依我依” 双方各表诚意

近期欧盟推出了一些双板政策,对于中国企业的出海设置了屏障。零跑汽车这个“新人”将如何面对?

武强表示,欧洲市场在监管、法规上的一些挑战,是面对全行业的,并不只针对零跑这个“新媳妇”。为更好渡过“新婚磨合期”,双方在合作架构上进行了布局。

全新的海外销售平台被命名为零跑国际,作为一个以荷兰为基地的合资公司,Stellantis和零跑汽车的占比为51:49,由朱江明出任董事长,Stellantis指派总经理。这样的比例蕴含深意:如果拓展海外市场时碰到困难,Stellantis作为占股51%的大股东,有更好的立场去舒缓或解决问题;同时,给予Stellantis集团充分的利益保障,也有利于更好地发挥其主观能动性,调动优势资源,助力零跑汽车快速顺利布局海外市场。对于零跑来说,折让这关键的两个点,是让出了“家长”的名分和地位,更是对另一半摆足了合作的诚意。

蜜月期的双方呈现出相敬如宾的甜蜜。

Stellantis投资人进入董事会以及作为股东,公开表态,不影响接下来零跑的经营管理跟决策机制;不改变零跑科技的股权结构、股东结构、公司日常的经营和管理,在股东层面不产生任何实质的变化,仍由零跑汽车主导。

对于合资公司零跑国际的管理,零跑科技表态不会当甩手掌柜,所有重大事宜都需要双方同意后执行,包括产品定位,营销策略,售后服务方式、分销渠道的利用等。这次联姻,更

大层面上的意义在于搭建起了连接和打开国际市场的桥梁。

“海外的机会不少,但是挑战很大,千万不能有过度的期望值,只是说我们把自己的事情做好,能走多远走多远。”

“婚后生活”怎么过 明年三季度或开始“旅居”海外

一场联姻大戏,让零跑汽车国际化的步伐日渐清晰。

在业界看来,与Stellantis集团的联姻对于零跑汽车来说是找到个海外实力强劲的“洋亲家”,从而顺畅构建起零跑汽车海外业务的梯子。万事俱备,只待扬帆出海。

“王子和公主从此过上了幸福的生活”……这样简单的结局毕竟只是童话。武强坦诚:展望未来,接下来的工作长期而繁重,对于零跑汽车来说,海外市场几乎完全陌生,挑战不言而喻。

“我们的计划是从欧洲市场开始,这是零跑汽车征战海外重点市场要走的第一步。欧洲是西方发达国家的成熟市场,特别是对于汽车行业,有着很深厚的底蕴。”近年来欧洲市场对于电动车接受度比较高,加上Stellantis集团在欧洲早已构建了出色的市场基础,这些都让零跑汽车陡增几份战前信心。“这里面涉及的工作非常多,双方团队就产品以及营销、销售、售后服务和网点,包括价格政策、金融策略以及跟其他电动车厂的竞争策略……所有的事情我们目前正在开始讨论。”

武强预判,2024年第三季度可以真正开始向海外市场交付新车,把零跑汽车的最新产品以出口的方式销售到欧洲市场。

旗舰车型C10作为零跑汽车推出的第一款全球战略车型,9月份亮相慕尼黑车展,并已于广州车展国内首秀,将成为首发阵容征战欧洲发达市场。

“欧洲10国,其中几个是德法意西这类成熟的主流市场,其他国家也会同步展开。”

武强表示,与国内不同,针对海外市场,零跑在产品开发上将做适当的调整,比如车机软件、搜索地图、音乐等,零跑都将洽谈当地供应商。中欧市场对汽车的需求不一样,双方消费者的性别、年龄、用电动车目的等都有差异。零跑汽车得益于LEAP3.0第三代中央集成电子架构,拥有高、中、低3套解决方案,可以按需调整。“归根结底,在研发体系里生产的产品车,既可以满足中国对智能化的更高要求;同时也能满足某些海外市场对智能化的需求。包括研发体系所支撑的增程和纯电。”

