

极狐提挡，前十个月同比大涨 218.6%，北汽蓝谷打开增长之门

导语：极狐持续上量，北汽蓝谷前景可期。

作者：市值风云 App：贝壳 XY

10月31日，北汽蓝谷（600733.SH）正式发布2024年三季报，前三季度总营收98.18亿，同比增长5.49%，三季度单季度营收60.77亿，环比增长172%，同比增长72%。

有一说一，北汽蓝谷三季度这个营收增速确实亮眼，规模化趋势明显。

风云君统计了一下，第三季度北汽蓝谷总共卖了39,838辆车，同比增长104%，环比增长123%，月均销量突破1.3万辆，也就是说北汽蓝谷三季度营收大涨只有一个原因，车卖的好。



(制图：市值风云 APP)

数据是不会骗人的，自今年4月份开始，北汽蓝谷销量增长明显，4月份汽车销量还不到3,000辆，5、6月份就连续接近翻番增长，6月份就已经接近1万辆，来到9,574辆。

进入三季度以后，更是一鼓作气，9月份的销量已经来到15,781辆，突破1.5万辆。根据公司最新公布的10月份数据，依然保持在1.44万辆高位。

硝烟弥漫的车企大战中，北汽蓝谷似乎顶住了压力，用销量赢得市场的口碑和认可。

一、极狐表现出色，带动北汽蓝谷强劲增长

拆解北汽蓝谷的销量数据，极狐品牌表现相当亮眼，自4月起销量连续翻番，6

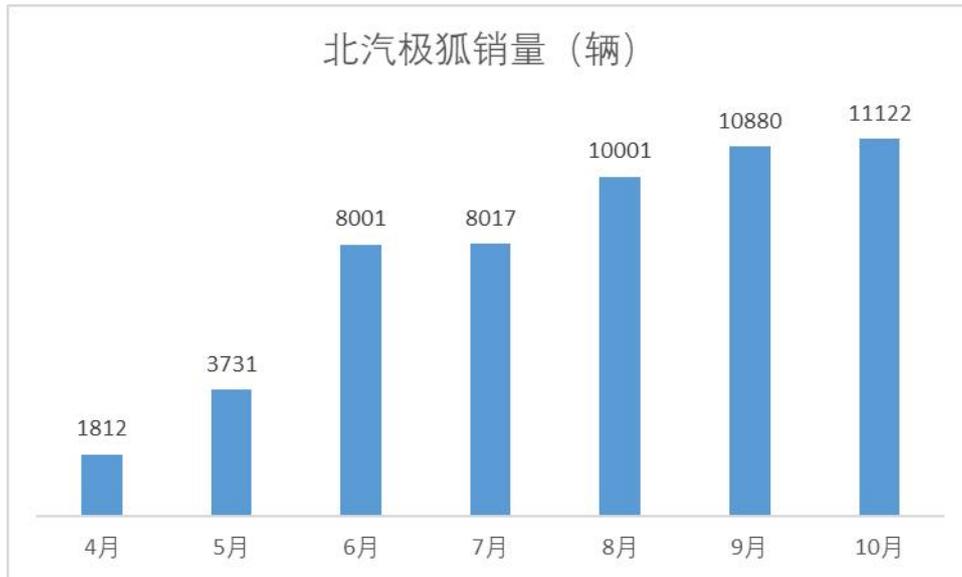
月突破 8,000 辆，8 月站上万辆大关，连续三月保持万辆以上并屡创新高。

在最新披露的 10 月数据中，极狐销量达到 11,122 辆，位列纯电市场新势力 TOP6。1-10 月累计销量 57,863 辆，同比大涨 218.6%。



我们知道，10-20 万的价格区间是各大车企的必争之地，竞争尤为激烈热闹，想要满足消费者既要性能好又要性价比的需求，就要考验各车企的技术实力、应变能力与战略定力。

而极狐能够逐渐在新能源汽车市场站稳脚跟，也是对其战略布局的一次验证。



(制图：市值风云 APP)

二、精准定位细分需求，多措并举将流量转化为销量

极狐能够在激烈的竞争中突围起量，绝非仅是幸运使然，而是公司长期蛰伏后的厚积薄发。

极狐聚焦 10-30 万市场区间集中发力，短短两年里推出阿尔法 S、阿尔法 T、5 系双子星、考拉、考拉 S 等近十款新车，产品矩阵实现了轿车+SUV，从紧凑型、中型到中大型产品的全面覆盖，满足不同群体的多样化需求。

例如极狐阿尔法 S5，定位为年轻人悦己和小情侣出行的好伙伴；极狐阿尔法 S 和 T，定位为都市中产精英家庭的第三空间；极狐考拉，定位为最适合中国家庭的智能亲子车，三款车型的相继上市正是 2024 年起量的关键。



(标注时间为上市时间，个别车系含多个版本)

极狐阿尔法 T5 2023 年 12 月上市，以接近于 C 级车的大空间制胜，比 20 万以内绝大多数 SUV 还要宽敞，今年上半年得以快速起量，目前月销量稳定在 4,000 辆上下，后劲也不错。



新车型阿尔法 S5 今年 6 月上市，集超跑的姿态和操控感、轿车的宽敞和舒适、智能汽车的好玩有趣于一身，同时极具性价比，售价区间仅 15-20 万元，上市

后很快得到消费者的青睐，贡献销量增长新势能。



根据最新披露，阿尔法 S510 月份的销量站上 3,437 辆新高，环比增长 7%。

极狐 阿尔法S5 全国销量

数据来源行业综合销量



2024年9月 **3,199** 辆 较上月 **↑447**

第**170**名



极狐 阿尔法T5 全国销量

数据来源行业综合销量



2024年9月 **4,520** 辆 较上月 **↑260**

第**133**名



(来源: 懂车帝)

新车接力放量的背后,是公司品牌建设和营销推广多层次多维度的持续探索和发力。

品牌建设方面,极狐背靠北汽集团的资源支持和品牌底蕴,依托“与辉同行”、“大运河音乐节”等大IP合作赋能,并在巴黎奥运、大型音乐会、CBA等新潮领域持续整花活,将品牌理念破圈式传递出去。



但如何将流量真真切切地转化为销量，就要考验公司营销体系的建设布局。

2024 年，极狐持续加大门店投放力度，截至 9 月末门店数量超 300 家，相较年初增长了 50%以上，预计年底将突破 350 家，1-3 线城市覆盖率将达 97%。

门店数量大涨的同时，销量也大幅增长，单店平均月销已从年初的 6.7 台提升至目前的近 50 台，一大批门店月销已破百，甚至头部稳定在 300 台左右，凭本事把流量转换成销量。

服务体系建设上，极狐采取服务网+充电网双网齐下的发展战略，目前服务网络已经全面覆盖全国重点城市，并与国网、中石油等头部充电运营商合作，让用户走到哪充到哪，彻底打败里程焦虑。

根据第三方权威机构数据，极狐的用户售后满意度五星好评达到 4.99 分，参评率达到 90%以上，用户口中口口相传的好口碑才是其持续获客的保证。

不过，在风云君看来，品牌与营销更像是绿叶般的存在。

三、厚积薄发，品质致胜，传递越级价值

众所周知，汽车行业正处于加速内卷中，当价格卷无可卷时，开始在内饰中 PK 起创意，前有车内安装双开门冰箱，后有将车厢变为吃火锅的“客厅”。

北汽蓝谷反倒像是另类的一个，一心钻研技术，毫不含糊品质，五年研发投入近 60 亿，对产品品质的追求更是严苛到变态。



(来源：Choice 终端，制图：市值风云 APP)

比方说电池，作为新能源汽车的“心脏”，其种类与性能对车辆的整体表现及续航里程起决定性作用。

不用于市面上车型不同版本采用不同品牌电池，极狐不玩虚虚假假的“拆盲盒”，全系明牌搭载宁德时代电池，阿尔法 T5 和 S5 的最高续航里程达到 660 公里和 708 公里，是续航里程最高的纯电 SUV 和纯电轿车。

电机方面，极狐的极锋动力通过 8 层扁线、双面塑封封装碳化硅、“龙鳞翅片”散热结构，做到了电机产热少、散热快，让极狐汽车实现零百加速 3.7s，第二个百公里 60 到 160 加速时间 7s，真正做到起步快、超车快。

电控领域，在业内率先获得了“电控安全完整性最高级 D 级认证（ASIL-D）、软件过程改进能力最高级 3 级认证（ASPICE-L3）、电控测试成熟度最高级 3 级认证（TMMI-3）。

补能方面，5 系双子星搭载 800V 高压超充技术，而且还自带升压系统，全国 330 多座任何一个城市，充电 10 分钟的电，分别可以补能 260km 和 280km。哪怕都是 400V 电压平台的车型，极狐的充电速度照样比同级快一倍。

安全技术更不能懈怠，北汽新能源的极盾安全体系就像一个六边形战士，将危险隔绝在外，在近期的 C—NCAP 碰撞测试中，极狐阿尔法 T5 以 92.7%的综合得

分率，斩获中型纯电 SUV 第一的宝座，成为 50 万内唯一“五星+”。

此外，极狐旗下的所有车型都出自麦格纳之手，而麦格纳是奔驰等豪华品牌的“御用制造商”，先进的制造工艺必定能造就高品质好车，极狐的零部件也都来自全球头部供应商，保证越级的豪车水准。

正如风云君前面说过的，高于业内同等价格下的产品品质，低于业内同等品质下的产品定价，北汽蓝谷专注于为消费者提供越级价值，让消费者买到就是赚到。

伴随着我国新能源汽车产业强势崛起，北汽集团对北汽新能源的支持力度也在持续加码，9月3日宣布增资20亿。同日，公司又宣布拟引入战略投资者，增资金额不超过100亿元。

一、本次增资概述

为满足子公司业务发展的需要，优化资本结构，公司股东北京汽车拟向子公司北汽新能源进行增资，增资金额200,000万元。

(来源：北汽蓝谷公告 20240903)

也就是说，北汽新能源有望揽获120亿元增资，为自身高质量发展提供长久保障，更为业绩持续向上积蓄新的力量。