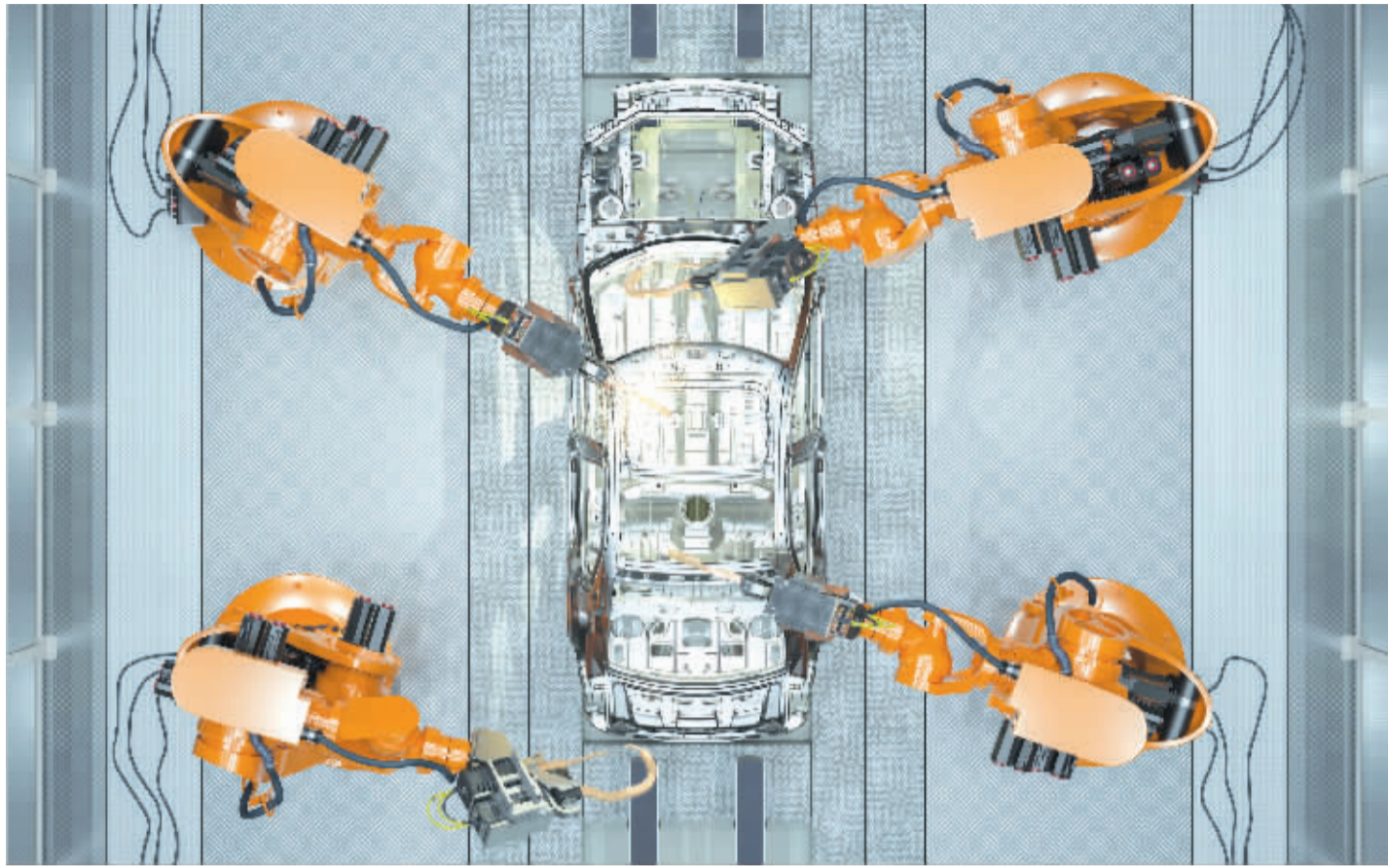


2月新能源车销量出炉 零跑环比大幅下滑

3月1日，各大车企相继披露2月销量情况。受春节假期等因素影响，多家车企2月销量环比下滑。在新势力品牌中，零跑汽车和小鹏汽车环比下滑幅度最大，分别下滑46.5%、44.9%。在传统车企方面，比亚迪和吉利整体销量均环比下滑。

近期，理想汽车、比亚迪等企业纷纷推出新产品，丰富市场供给。专家表示，新能源汽车市场将由纯电车型为主，发展到纯电和插电混动车型并举的局面，二者的市占率会逐步持平。

●本报记者 李媛媛 黄灵灵



视觉中国图片

AITO问界再夺“销冠”

截至目前，2月份新势力交付排名前五的品牌分别为AITO、理想汽车、蔚来汽车、极氪汽车、零跑汽车、哪吒汽车、小鹏汽车。

值得注意的是，AITO问界的交付量再度超过理想汽车，蝉联新势力月度“销冠”；小鹏汽车仍垫底新势力。

受春节假期等因素影响，上述新势力品牌2月交付量均环比下滑。其中，零跑汽车和小鹏汽车环比下滑幅度最大，分别下滑46.5%、44.9%。

具体来看，2月AITO问界交付新车21142辆，位居新势力交付量榜单第一，环比下滑35.9%。其中，问界新M7交付18479辆。AITO问界去年同期交付不足4000辆，目前M9大订订单量已突破5万辆。

理想汽车位居交付量榜单第二，2月交付新车20251辆，环比下滑35%。不过，AITO问界与理想汽车2月交付量仅相差891辆，相比1月份进一步缩小。

蔚来汽车2月交付8132辆，位居交付量榜单第三，环比下滑19%。极氪汽车紧随其后，2月交付7510辆，环比下滑40%；零跑汽车位居交付量榜单第五，2月交付6566辆，环比下滑46.5%。

另外，哪吒汽车2月交付6085辆，环比下滑39%；小鹏汽车交付4545辆，再次垫底新势力，环比下滑44.9%。

插电式混动销量亮眼

相比新势力品牌，传统汽车企业的新能源品牌仍具有较强的竞争力。

比亚迪2月新能源汽车销量为12.23万辆，同比下降36.84%，环比下降39.3%。今年前两个月，比亚迪累计销售新能源汽车32.38万辆，同比下降6.14%。业内人士认为，比亚迪2月销量环比、同比下滑，或与春节长假有关。

吉利汽车2月总销量为11.14万辆（包含极氪），同比增长3%，环比下降47.82%。吉利汽车2月纯电、插电式混动汽车销量3.35万辆，上年同期为2.27万辆。

值得注意的是，2月吉利汽车插电式混动汽车销量增长572%，销量为13395辆，

去年同期销量仅为1994辆。

专家表示，新能源汽车市场将由纯电车型为主，发展到纯电和插电混动车型并举的局面，插电混动车型的市占率会慢慢跟上来。去年新能源车占A级车市场22%的份额，今年会大幅提升。

新车型加快上市

2024年以来，新能源汽车市场竞争加剧，价格战愈演愈烈。在此背景下，车企纷纷推出新产品抢占市场。

3月1日，理想汽车召开春季发布会，正式发布家庭科技旗舰MPV——理想MEGA。作为理想汽车首款5C高压纯电车型，其具备“12分钟500公里”的5C超充能力，全国统一零售价55.98万元。理想汽车商业副总裁刘杰表示：“理想MEGA月度交付目标8000辆，预计今年可交付8万辆。”

另外，理想汽车还发布了2024款理想L系列车型三款产品。刘杰表示，2024款理想L系三款产品，在增程电动、底盘悬架、家庭空间、AI智能等方面有了极大提升。

3月1日，蔚来2024款系列车型开启交付。2024款车型性能升级，包括中央计算平台ADAM集成一颗最新的高通骁龙8295智能座舱芯片等。

比亚迪推出多款新车型，起售价相比之前老款更低，并喊出“电比油低”的口号，引发市场热议。业内人士表示，新能源汽车和燃油车“决战”的时期已到来。

2月29日，比亚迪宣布，宋PLUS荣耀版、海豹DM-i荣耀版正式上市。其中，宋PLUS DM-i荣耀版售价为12.98万至16.98万元；宋PLUS EV荣耀版售价为14.98万至18.98万元；海豹DM-i荣耀版共计6款车型，售价为14.98万至21.98万元。

比亚迪表示，此次推出的荣耀版车型，在价格下调的同时，车型配置、产品力得到显著提升，为“电比油低”竞争格局再添活力新成员，加速推动各细分市场的新能源化进程。

中邮证券研报显示，比亚迪喊出“电比油低”的口号，受到冲击最大的将是10万元价格带的传统合资燃油车。

新能源车密集降价 行业“洗牌”加速

●本报记者 李媛媛
见习记者 王靖涵

3月1日，特斯拉、奇瑞、比亚迪、吉利等车企宣布降价。自2024年以来，新能源汽车市场“价格战”持续蔓延，部分车企进行了多轮降价。

价格持续下探

3月1日，比亚迪再次喊出“电比油低”的口号，推出比亚迪宋Pro DM-i荣耀版，起售价10.98万元。自今年2月以来，比亚迪连续推出多款“荣耀版”车型，均采用“降价增配”策略，相比老款车型，起售价均降2万元。

3月1日-3月31日，吉利汽车将推出2024春季购车节活动，现金优惠最高4.7万元以及1万元的置换补贴，计划限时累计优惠20亿元，涵盖星越L、星瑞、博越、帝豪等系列。

另外，奇瑞宣布旗下四大品牌奇瑞、星途、捷途、iCAR多款车推出补贴活动。其中，瑞虎8系、星纪元ES以旧换新最高可抵4万元。

3月1日，特斯拉中国宣布，两款主力车型Model 3和Model Y后驱版现车限时保险补贴，可以享受福利8000元；全系现车限时指定车漆福利，最高省10000元；后驱版现车限时低息金融政策，车费率低至1.99%，Model Y最高可省约1.66万元。3月底前提车，最多可享受优惠3.46万元。

值得一提的是，这是特斯拉今

年以来在中国市场的第三次降价。1月12日，特斯拉中国宣布特斯拉Model 3和Model Y起售价下调0.65万元至1.55万元。

3月1日，长安启源宣布，启源Q05 125km长续航版车型9.69万元起售，此前的起售价为13.19万元。长安汽车同日宣布，微型电动车长安Lumin车型最高优惠1.2万元。

汽车市场价格战愈演愈烈，尤其是20万元以下的车型。

车市竞争加剧

业内人士表示，2024年对中国车企，特别是新能源汽车而言是一场生死局。乘联会秘书长崔东树称，2024年是新能源汽车站稳脚跟的关键年，竞争注定非常激烈。吉利汽车集团CEO淦家阅在全员信中称，2024年将是车市最“卷”的一年。

头部品牌强势降价，往往带动多款同一价格区间的其他品牌车型跟随下调价格，以保持自己的市场份额。对于新能源汽车而言，规模将是决定成本的关键因素，销售量低的企业将被价格战拖垮，从而推动市场加快“洗牌”。

值得注意的是，随着新能源汽车不断降价，消费者出现一定观望情绪。中国汽车流通协会最新数据显示，2月中国汽车经销商库存预警指数为64.1%，同比上升6.0个百分点，环比上升4.2个百分点，库存压力较大。受春节前销量透支、消费者观望情绪浓厚等因素影响，超七成经销商认为2月车市需求及销量未达预期。

次高端白酒频频提价

●本报记者 杨祥岩

近期，剑南春、郎酒、今世缘等多家白酒企业宣布提高出厂价或供货价。白酒次高端品牌提价动作频频。专家表示，节后白酒动销、去库存承压。短期看，提价可以刺激经销商提前打款拿货。近年来，原材料、人力等成本不断增加，适当提高出厂价可以冲抵不断增高的生产成本。

库存压力较大

3月1日，中国证券报记者从今世缘获悉，此前传出的江苏今世缘酒业销售有限公司发布《关于调整国缘开系订单及价格体系通知》，对500ml42度国缘开系订单及价格体系作出调整的消息属实。

今世缘表示，从3月1日起五代国缘四开、对开、单开分别上调出厂价20元/瓶、10元/瓶、8元/瓶，建议区域市场同步上调终端供货价、产品零售价及团购价；国缘四开执行配额机制，计划内配额执行当期出厂价，计划外配额在当期出厂价基础上，按照上调10元/瓶执行。

此前，郎酒、剑南春纷纷发出提价通知。2月27日，记者从郎酒内部人士处获悉，郎酒旗下核心产品红花郎10年、红花郎15年渠道供货价将于4月1日起每瓶分别提价20元和30元。2月24日，剑南春核心单品水晶剑宣布将于3月1日正式涨价，出厂价每瓶上调15元。

剑南春的水晶剑、郎酒的红花郎、今世缘的国缘四开等均属于300元-800元次高端白酒价格带大单品，次高端阵营频频提价。

北京一位郎酒经销商告诉记者，2023年整体需求减弱，红花郎很长一段时间以来并不好卖，价格倒挂是常态。

白酒资深观察人士季鹤俊向记者表示，在整个行业动销明显变缓、库存压力加大的情况下，提价无非就是想让经销商提前打款多进一些酒，对于改善指导价格和零售价格的倒挂现象可能收效甚微。

“供货价提高了，专卖店的终端价格肯定要上涨。”成都一位郎酒经销商告诉记者，在终端价格没有提高的情况下，经销商收益将减少。

生产成本增加

公开资料显示，红花郎正在冲击百亿大单品，水晶剑年销售收入占剑南春营收八成，国缘品牌占今世缘销售总额的85%左右。知趣营销总经理、酒类评论员蔡学飞告诉记者，对占据一定市场份额的核心单品采取提价措施，体现出相关品牌的信心。

2020年酱香热潮下，郎酒通过多次提价，使青花郎跻身千元价格带高端酱酒行列，零售价直接对标53度飞天茅台。2021年红花郎甚至一度断货，多次提价后市场依旧供不应求。2023年“酱酒热”回归理性，茅台稳坐酱酒“头把交椅”，郎酒仍在酱酒第二梯队保持领先。

2023年底，红花郎事业部南部大区总经理夏永久表示，2023年红花郎有望完成75亿元到80亿元的销售目标，2024年将突破百亿元，成为又一个百亿大单品。郎酒集团董事长汪俊林表示，预计到2025年郎酒将实现300亿元以上销售收入，其中青花郎、红花郎单品均过100亿元。

蔡学飞告诉记者，近年来，原材料、人力等成本不断增加，对于一些成熟大单品，适当提高出厂价可以冲抵不断增高的生产成本，提高企业规模与盈利能力。

提高品牌形象

行业分化加剧将进一步推动白酒价格带格局变化。以剑南春为例，在川酒“六大金花”中，五粮液、泸州老窖以及郎酒早已拥有超千元价格带高端主力单品。而剑南春的大单品水晶剑却始终在400元-500元价格带，未能打开上升空间。面对行业加速分化、行业集中度逐步提高的趋势，剑南春无疑希望自己的核心单品迈向高端化。

白酒品牌呈现阶梯性布局，品牌占位在很大程度上会影响消费市场。部分区域酒企跟随头部名酒涨价节奏。“白酒是面子消费，价格是品牌价值的重要体现，提价可以促进白酒品牌形象提升。”蔡学飞说。

不过，有业内人士认为，提价对于品牌建设的影响需要理性看待，涨价是一把“双刃剑”。白酒企业提高产品售价，尽管能够缓解成本提高带来的压力，但还要看市场与消费者是否买单。

对于品牌高端化开拓，中国酒业协会理事长宋玉王表示，对白酒产品而言，高端就是高品质，是消费者对美酒风味的肯定、对酿造技艺的褒扬、对消费体验的认同、对文化内涵的传递。高端不应流于表面，要深入消费群体，探寻消费认知，获得消费认同，了解消费者在高品质美酒欣赏时的物质和精神需求。



新华社图片

政策力挺配电网智能化转型

打造安全高效、清洁低碳、柔性灵活、智慧融合的新型配电系统

●本报记者 刘丽祝

国家发展改革委3月1日消息，近日，国家发展改革委、国家能源局印发《关于新形势下配电网高质量发展的指导意见》。《意见》提出，打造安全高效、清洁低碳、柔性灵活、智慧融合的新型配电系统。到2025年，配电网网架结构更加坚强清晰、供电能力合理充裕、承载力和灵活性显著提升、数字化转型全面推进；到2030年，基本完成配电网柔性化、智能化、数字化转型，实现主配微网多级协同、海量资源聚合互动、多元用户即插即用，有效促进分布式智能电网与大电网融合发展。

提高装备智能化水平

配电网作为重要的公共基础设施，在保障电力供应、支撑经济社会发展、服务改善民生等方面发挥重要作用。

《意见》在电力保供、转型发展、全程管

理、改革创新方面提出了4项重点任务。如补齐电网短板，夯实保供基础方面，《意见》提出加快推进城镇老旧小区、城中村配电网设施升级改造，科学补强薄弱环节，并提高装备能效和智能化水平。《意见》强调合理提升核心区域和重要用户的相关线路、变电站建设标准，差异化提高局部规划设计和灾害防控标准，提升电网综合防灾能力。

在提升承载能力，支撑转型发展方面，《意见》提出有针对性加强配电网建设，评估配电网承载能力，引导分布式新能源科学布局、有序开发、就近接入、就地消纳。电动汽车的普及，带动充电需求快速增长，但部分商业区、居民区等配变容量不足，难以支撑大规模充电设施接入。为满足电动汽车等新型负荷用电需求，《意见》提出科学衔接充电设施点位布局和配电网建设改造工程，并开展充电负荷密度分析，引导充电设施合理分层接入中低压配电网，为进各类新主体更好发挥作用，《意见》提出推动新型储能多元发展和电力系统新业态健康发展。

在强化全程管理，保障发展质量方面，《意见》提出统筹制定电网规划，加强与城乡总体规划、国土空间规划的衔接，建立多部门参与的工作协调机制，协同推进工程建设。在优化项目投资管理方面，《意见》提出电网企业持续加大配电网投资力度，并鼓励多元主体投资配电网。在运行维护方面，《意见》强调完善调度运行机制、提升运维服务水平。

持续推进科技创新

在加强改革创新，破解发展难题方面，《意见》提出持续推进科技创新，加强配电网规划方法、运行机理、平衡方式、调度运行控制研究。为健全新主体、新业态的市场交易机制，《意见》明确分布式新能源、新型储能、电动汽车充电设施、微电网、虚拟电厂等新主体、新业态的市场准入、出清、结算标准，研究设计适宜的交易品种和交易规则，鼓励多样化资源平等参与市场交

易。健全多时间尺度和多层次电力市场，满足多元化需求。创新拓展新型电力系统商业模式和交易机制，为工商业电力用户与分布式电源、新型储能等主体开展直接交易创造条件。

在完善财政金融政策方面，《意见》提出，发挥好中央投资引导带动作用，深入推进农村电网巩固提升工程。通过地方政府专项债券支持符合条件的配电网项目建设。建立健全边远地区电力普遍服务投资和运维成本疏导机制，鼓励地方政府采用财政补贴、财税减免等政策，引导更多资源配置到薄弱环节和重点领域。鼓励金融机构提高金融服务能力，支持分布式新能源、充电基础设施、新型储能建设。

《意见》要求，建立地方各级能源主管部门和价格、住建、国土等相关主管部门，能源监管机构，各类电力企业，新业态项目单位，以及重要电力用户协同合作的工作机制，因地制宜制定实施方案，全面落实配电网高质量发展各项要求。