

再迎重磅利好 三家造车新势力交付量创新高

新能源汽车四大产业链值得关注

□本报记者 崔小粟 宋维东

10月9日,国务院常务会议通过《新能源汽车产业发展规划》(简称《规划》),明确充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,强化企业在技术路线选择等方面的主体地位,更好发挥政府在标准法规制定、质量安全监管等方面作用。引导新能源汽车产业有序发展,推动建立全国统一市场,提高产业集中度和市场竞争力。

业内人士指出,政策的持续激励有利于促进新能源汽车消费。长期来看,国内新能源汽车渗透率(销量)与发展目标差距仍然较大,国内新能源汽车长期增长趋势确定。特斯拉、大众MEB平台、宁德时代和LG化学四大产业链值得关注。

政策利好频出

《规划》指出了四个关键点:一要加大关键技术攻关,鼓励车用操作系统、动力电池等开发创新。支持新能源汽车与能源、交通、信息通信等产业深度融合,推动电动化与网联化、智能化技术互融协同发展,推进标准对接和数据共享。二要加强充换电、加氢等基础设施建设,加快形成快充为主的高速公路和城乡公共充电网络。对作为公共设施的充电桩建设给予财政支持。鼓励开展换电模式应用。三要鼓励加强新能源汽车领域国际合作。四要加大对公共服务领域使用新能源汽车的政策支持。2021年起,国家生态文明试验区、大气污染防治重点区域新增或更新公交、出租、物流配送等公共领域车辆,新能源汽车比例不低于80%。

乘联会秘书长崔东树对中国证券报记者表示,《规划》引领了中国新能源汽车产业未来的发展方向,体现了汽车产业向节能减排方向转型升级的发展思路。目前汽车产业在零部件体系支撑、关键技术项目支撑方面存在短板。下一步,应切实做好强链补链、技术攻关的核心工作,“应把制造业转型升级和强链补链组合到一起,推动未来新能源汽车产业持续发展”。

为应对行业困难和疫情影响,今年以来,无论国家层面还是地方政府,都出台政策支持新能源汽车产业发展。

3月,国务院决定将新能源汽车购置补贴和免征购置税政策延长2年。4月,《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》正式发布。根据通知,将新能源汽车推广应用财政补贴政策实施期限延长至2022年底。平缓补贴退坡力度和节奏,原则上2020年-2022年补贴标准分别在上一基础上退坡10%、20%、30%。为加快公共交通等领域汽车电动化,城市公交、道路客运、出租(含网约车)、环卫、城市物流配送、邮政快递、民航机场以及党政机关公务领域符合要求的车辆,2020年补贴标准不退坡,2021年-2022年补贴标准分别在上一基础上退坡10%、20%。原则上每年补贴规模上限约200万辆。

此外,今年以来,多个省市及地区陆续出台新能源汽车扶持政策,通过给予购置补贴、充电补贴、优化使用环境、汽车下乡等方式促进新能源汽车消费。

华西证券指出,中央与地方打出政策组合拳,政策的持续激励有利于促进新能源汽车消费。长期来看,国内新能源汽车渗透率(销量)与发展目标差距仍然较大,国内新能源汽车长期增长趋势确定。

市场景气度提升

根据GGII数据,从今年5月开始,全球新能源乘用车销量环比保持正增

长,呈现逐月修复的趋势。7月,全球新能源乘用车销量取得22.27万辆的优异表现,同比增长63.3%。值得一提的是,我国新能源车市场也在7月迎来今年首次正增长。

业内人士表示,随着政策的推动及疫情影响的变化,国内及欧美等主要市场有望持续发力,新能源汽车全年全球销量表现仍然可期。

作为汽车行业重要风向标之一的北京国际车展也透露了不少信号。透过近期闭幕的2020北京国际车展可以看到,自主品牌(含新势力)更加注重提升品牌形象,推出了更多智能化产品,在电动车领域先发优势显著;合资、外资车企以降低碳排放为主旨,正在向产业链生命周期可持续发展努力,加速向电动化转型;优质供给将驱动国内新能源车C端需求逐步提升。

值得注意的是,理想汽车、小鹏汽车近期相继赴美上市,引燃了造车新势力的IPO热潮,美股也呈现了蔚来、理想汽车和小鹏汽车三足鼎立的局面,市场也将更多目光投向新能源汽车领域。

近期,这三家造车新势力头部企业陆续发布了9月交付量数据。其中,蔚来9月交付4708台,同比增长133.2%,创品牌单月交付量新高,自3月以来连续第7个月实现同比增长。此外,蔚来三季度交付量达12206台,同比上涨154.3%,再创季度交付量新高。蔚来今年以来累计交付26375台,今年前三季度交付量已超越去年全年。

理想ONE在9月交付3504辆,环比增长29.3%,这是理想ONE连续第3个月实现交付量环比上涨。今年1-9月,理想ONE总计交付18160辆,其中,第三季度交付8660辆,环比增长31.1%,创季度交付量新高。

小鹏汽车9月总交付量达到3478台,同比增长145%,创2020年单月交付量新高;2020年第三季度交付量为8578台,同比增长266%,创季度交付量新高;小鹏7月交付2573台,创单月交付量新高,自其6月底启动规模交付以来,已实现连续三个月的稳定增长。

10月9日,位于安徽自贸试验区合肥片区经开区的蔚来中国总部正式启用。目前,蔚来中国的业务已经全面展

开,包括整车研发、供应链、销售与服务、能源服务在内的核心业务稳步推进。蔚来和江淮汽车也已正式启动了先进制造基地的扩建工作。据悉,随着蔚来中国总部的启用,蔚来将增加合肥团队规模,不断深化与本地供应链的合作。

最近,全球新能源车领域动作频繁,备受市场关注。10月1日,特斯拉中国官网显示,中国制造Model 3标准续航升级版补贴后售价为24.99万元,中国制造Model 3长续航后轮驱动版补贴后售价为30.99万元。这是特斯拉继5月1日后的第二次降价。

特斯拉的鲑鱼效应显著。中信证券认为,特斯拉市场的扩大将推动中国电动化供应链能力提升,有望带动比亚迪、蔚来、理想汽车、小鹏汽车等自主电动车企竞争力提升,共同推动汽车产业向电动智能方向普及。

奔驰近期也对外透露,将更全面地拥抱电动化,进一步扩大纯电产品序列,推出更多的纯电车型;将原有产品进行电动化改造,进一步减少内燃机车型数量。

恒大研究院首席经济学家任泽平指出,当前,汽车电动化、智能化、网联化、共享化浪潮开启,汽车产业正面临前所未有的大变局、大洗牌。其中,特斯拉等新势力崛起,互联网、半导体等科技巨头跨界进入,汽车产业竞争格局重塑、核心价值链重构;中国新能源汽车产业经过十年的规划和培育,已具备一定先发优势和规模优势;汽车产品属性更加多元,汽车将成为软件定义的智能移动终端。

任泽平建议,要进一步引导电动化转型;鼓励支持核心技术研发;加强电池

安全体系建设;发展扶持新能源二手车市场;加快私人充电桩建设,鼓励推广社区智慧充电。

产业链将受益

近期,新能源汽车成为市场中一条重要的投资主线。Wind数据显示,10月9日,新能源汽车指数大涨5.26%;7月以来累计涨幅达22%。

相关龙头企业股价也表现抢眼。截至10月9日收盘,比亚迪报收120.35元/股,上涨3.54%;宁德时代报收224.87元/股,大涨7.49%。两家龙头企业股价均创历史新高。

随着汽车行业“新四化”趋势的深入推进,以及政策及市场等综合因素驱动,新能源汽车产业链将迎来更大发展机遇。

华西证券研报指出,要寻找高成长性机遇,关注四大产业链,分别为特斯拉产业链(车型与产能持续投放,国产化率提升带来产业链机遇)、大众MEB平台(电动化转型提速,欧洲与国内车型表现可期)、宁德时代产业链(技术、客户结构和产能不断优化,助力全球优势地位稳固)、LG化学产业链(绑定优质车企,积极全球化布局,具备龙头竞争潜力)。

华西证券建议把握好两大行业趋势,一是新能源汽车有望呈现高端化与经济性双轨并行发展;二是充电设施开启建设大年,产业链迎来发展机遇,在政策的积极推动下,2020年充电设施全年保有量规模增长较为可观,车桩比有望进一步提高。

长城汽车轮值总裁孟祥军:加快向全球化科技出行公司转型

□本报记者 宋维东

长城汽车轮值总裁孟祥军日前接受中国证券报记者专访时表示,面对汽车行业新的发展趋势,公司将坚定不移地推进“新四化”及全球化战略,加速变革,巩固并扩大全球研发优势,深耕技术与产品领域,加快推动公司向全球化科技出行公司转型。

加快变革

长城汽车作为中国最大的SUV和皮卡制造企业之一,今年着重在组织治理、绩效管理、岗职薪酬、长短期激励、用人育人等方面推动变革。“从企业组织和企业文化等关系企业命脉的基础层动刀,实现再造,才能将公司打造成更高效、更开放、更有吸引力的平台化组织。”孟祥军说。

在具体操作中,一方面,长城汽车推动品牌、商企、研发的打通,在商品企划阶段就关注竞争、市场及客户,实现营销、品牌公司共同参与,为商品企划提供信息输入,打通和串联商品企划到产品开发的路径。

另一方面,公司推动作战单元的打通,通过流程及数字化变革推进,强化品牌公司管理。品牌公司各作战单元能够触达用户,由专业部门、职能部门进行资源支持。

孟祥军表示,长城汽车已成立企业数字化中心和产品数字化中心。前者对内重塑内部管理、流程、供应链研发,全面打通和串联从商品企划到产品开发的路径,为产品赋能;后者围绕用户实现“车在线、人在线、服务在线”,形成车端、厂家端和经销商端的三端融合,打通各作战单元,最终形成产品生命周期和用户生命周期双轮驱动管理,为市场赋能。

“公司要通过一系列的变革动作,加速人才创新,打造让专家、管理者、年轻人愉快工作并实现价值的优质平台。”孟祥军说。长城汽车今年还加快推进产品变革、技术变革和营销变革,坚持以用户为中心。“受疫情影响,上半年整体汽车市场的销量下降幅度较大,下半年正在全面恢复。”孟祥军表示,“为适应新形势,公司将追求合理的销量和市占率提升幅度,更好地保障公司利润率和品牌形象,实现同合作伙伴的共同成长。此外,基于新平台,公司进一步优化产品结构,加速新品导入,着力从市场端做好用户服务,强化品牌建设,提升品牌价值和市场竞争力。”

以产品命名为例,孟祥军认为,年轻用户是当前市场的重要组成部分,公司就要用年轻人喜欢的沟通方式和语言与他们同频共振。在产品命名时,长城汽车让用户投票选择自己喜欢的名字,让更多的人参与到新产品的命名中,真正让品牌、产品与用户共同成长,做到品牌共创。例如,“欧拉白猫”迎合了当下的猫文化,让车像猫一样成为用户的伙伴。这样的命名方式也是以用户为导向的体现。

“不同于快消品,汽车产品要到店体验,一定要开过或感受后才能促成交易实现。公司也将逐步推进相关工作,推动工作变革,适应新的市场形势。”孟祥军说。

强化研发

近两年来,中国汽车市场遭遇巨大挑战,竞争日益激烈,产品品质、科技含量及品牌知名度等成为重要竞争因素。坚持全球研发一直是长城汽车的重要战略之一。公司以“过度投入、精准研发”为原则,强化研发中心建设,不断丰富产品矩阵,全面提升全球研发水平。

目前,长城汽车在日本、美国、德国、印度、奥地利和韩国等国设有海外研发中心,承担着整车造型及内外饰设计、自动驾驶及传统技术模块工程开发、新能源项目研发、新能源控制器及自动驾驶软件开发、新能源驱动电机控制器产品研发等任务,构建了以河北保定总部为核心,涵盖欧洲、亚洲、北美的“七国十地”研发格局。

平安证券认为,长城汽车要实现销量门槛的突破,提高研发投入和推动车型平台化是必然选择。进军海外扩大销量基盘则有助于其摊销研发成本,提高盈利能力;成为全球品牌,在海外市场打出影响力有助于反哺国内,提高其品牌在消费者心中的认知度。

今年7月,长城汽车发布了“柠檬”“坦克”“咖啡智能”三大技术品牌,涵盖了汽车研发、设计、生产及汽车生活的全产业链价值创新技术体系。据悉,“柠檬”“坦克”两大平台是长城汽车整合了全球的优质资源、研发投入超200亿元、面向全球市场的智能化和模块化车型平台;“咖啡智能”是长城汽车整车智能化品牌,涵盖智能座舱、智能驾驶和智能电子电气架构,是面向未来出行的智能系统,也是驱动长城汽车向全球化科技出行公司转型的数字引擎。

“公司将坚定不移地稳步推进科技研发和创新,继续加强全球化研产供销布局,全面提升抗风险能力。”孟祥军说。

全球化布局

9月底,长城汽车俄罗斯图拉工厂与俄罗斯联邦工业和贸易部正式签署在俄特别投资合同(SPIC)。作为中国首家也是目前唯一一家签署俄罗斯SPIC的中国车企,该合同的签订标志着长城汽车将享受同俄境内车企同等的优惠政策,获得更加公平和开放的市场环境。

在此合同框架下,长城汽车预计总投资424亿卢布(约合人民币37亿元),建设具备核心零部件深度本地化能力的汽车制造厂,包括发动机、变速器、电子控制模块和车辆控制系统。

长城汽车近期还与通用汽车在曼谷正式签署了股权收购协议。根据协议,通用汽车泰国公司的罗勇府汽车制造工厂和动力总成工厂将于11月全部移交给长城汽车。

交割事宜完成后,长城汽车将对罗勇府汽车制造工厂和动力总成工厂进行智能化改造升级,并将其打造为全球统一标准的智慧工厂。新工厂将同时具备SUV和皮卡生产能力和条件,可满足包括传统燃油车辆和新能源汽车包括混合动力汽车、插电式混合动力汽车和纯电动汽车在内的多种动力生产需求,并将配备全新的自动化生产设施,充分应用智能科技,最大限度地提高运营效率。长城汽车还将扩大对泰国及东南亚市场的生产设备、产品研发、员工培养方面的投入。按照计划,新工厂将于2021年一季度投产,年产能可达8万辆。

值得注意的是,近年来,长城汽车重点强调前瞻性战略布局,不断拓展海外市场,降低研发、制造、物流、渠道、品牌推广等成本,全面落实全球化发展战略,打造强有力的全球研产销战略布局,实现在全球汽车市场的突围。

目前,长城汽车在俄罗斯、澳大利亚、南非、印度、泰国等国设立全资子公司。依托俄罗斯、澳大利亚、南非、南美和中东五大区域营销中心,产品销往俄罗斯、澳大利亚、南非等60多个国家和地区,建立了超过500家优质经销商网络。

孟祥军表示,从长远看,全球化大时代的进程是不可逆的,任何国家的汽车产业都不可能孤岛中求发展,必然要借助全球范围内的产业资源、技术资源和人才资源。中国汽车工业不论从市场还是产业层面看,都是全球汽车工业体系中不可或缺的关键一环。即便面对全球疫情影响,我们也不担心长城汽车的全球化进程会受到部分阶段性因素的冲击。

“未来,长城汽车将集中优势资源深耕战略性目标市场,特别是要强化在泰国等东南亚市场的布局,巩固并扩大在俄罗斯市场的领先优势以及在欧美市场的落地计划。”孟祥军说,“当前,我们要在克服短期困难的过程中提前做好充足准备,迎接新一轮全球化浪潮。”

滴滴公布十一出行大数据

三四线城市出行热度超过一线城市

□本报记者 崔小粟

10月9日,滴滴发布的2020年国庆中秋假期出行数据显示,“国庆、中秋”双节假期出行需求旺盛,相较此前端午小长假,双节期间旅游景点出行热度增长40%,大型交通枢纽出行热度增长超50%。北京、上海、成都、深圳、重庆、东莞、苏州、杭州、广州、天津为前十热门出行城市。

出行旅游下沉

滴滴数据显示,假期出行高峰时段主要出现在11点至16点,其次是晚高峰17点至20点,假期里最热门的出行场景依次为探亲访友、购物、美食和旅游。

数据显示,杭州西湖风景名胜景区、北京三里屯太古里、北京朝阳大悦城、成都宽窄巷子景区、天安门广场、上海外滩、

长沙五一广场、成都远洋太古里、天津大悦城、成都熊猫基地为全国十大热门目的地。

其中,西湖的滴滴网约车和快的新出租日均出行量较此前端午长假增长67%,成都宽窄巷子增长2364%,天安门广场增长7684%,外滩增长85%。此外,今年双节期间西藏旅游尤为亮眼,与2019年国庆假期相比,西藏阿里地区和阿坝藏族羌族自治区网约车订单同比增长10.3倍和3.9倍。

受春节疫情影响,今年双节期间不少人选择回家探亲,“过节如过年”,回家探亲活动带动出行旅游下沉。平台数据显示,三四线城市假期出行热度超过一线城市。

使用顺风车回家探亲或短途出游,也成为假期新趋势。数据显示,滴滴顺风车假期期间的跨城订单总里程达到3821.93万公里,平均每日里程数比平时提升

39.65%。此外,使用滴滴顺风车在车主同意的情况下可以带宠物一起出行,解决了很多人假期离家时宠物寄养的烦恼,假期期间共有4096只宠物随主人一起出行。

数据显示,今年双节期间,在北京八达岭长城、北京动物园、南锣鼓巷、天安门广场、颐和园等热门景点,滴滴公交查询量较节前一周增长179%;而在上海东方明珠广播电视塔、南京路步行街、上海城隍庙、迪士尼和外滩等热门景点,滴滴公交查询量较节前一周上涨143.5%。

西部夜经济恢复强劲

夜间经济也成为今年双节假期的新亮点。晚19点至次日6点的数据显示,双节期间,上海、北京、成都、深圳、东莞、苏州、广州、杭州、重庆、天津等城市夜间出行尤为活跃,夜间日均出行量在全国排名居前。此外,晚六点至零点,拉萨网约车夜

间订单同比增长超100%,贵阳、西宁、太原、兰州等中西部城市网约车订单同比增长超10%。双节假期有力推动了西部地区夜经济复苏。

今年9月,北京市商务局正式发布北京第一批“深夜食堂”特色餐饮街区,持续激发餐饮消费升级潜力。滴滴智慧交通大数据显示,假期带动首批“深夜食堂”消费持续活跃,和端午小长假相比,双节期间首批深夜食堂特色餐饮街区,滴滴网约车和快的新出租日均出行量增长了58.2%,其中,簋街附近日均出行量增长152%;五棵松商业街日均出行量增长141%。

夜间经济的活跃也使得双节期间代驾夜间订单进一步增长。今年双节期间,代驾夜间订单较去年同期增长32%,徐州、上海、潍坊、郑州、菏泽涨幅相对靠前,分别增长72.3%、66%、64.6%、54.8%和51.7%。