

造车新势力销量集体大增 新能源车市谁执牛耳

近日,多家新能源车企公布了11月成绩单。蔚来、小鹏汽车、理想汽车等头部造车新势力销量均过万,二线造车新势力亦表现不俗。同时,传统车企纷纷加大在新能源车领域的投入,销量大幅增长,“反击战”全面打响,未来新能源汽车市场谁执牛耳?

● 本报记者 崔小粟



视觉中国图片 制图/韩景丰

销量数据亮眼

“周末来看车的人很多,七八人同时围着一辆车提问,试驾也要排队。”一位刚从北京某小鹏汽车体验店试驾回来的杜女士对中国证券报记者表示。

销售市场火爆直接体现在小鹏汽车的月度交付量数据上。11月,小鹏汽车交付量为15613辆,环比增长54%,同比增长270%,连续3个月交付量过万,月度交付量再上新台阶。今年前11个月累计交付量为82155辆,同比增长285%。

多家造车新势力11月新能源汽车交付量亮眼。理想汽车11月交付13485辆理想ONE,同比增长190.2%。11月蔚来总交付量为10878辆,同比增长105.6%。二线造车新势力也表现不俗。其中,哪吒汽车11月交付量挺进“万辆俱乐部”,交付10013辆,同比增长372%。威马汽车11月交付5027辆,同比增长66.6%。

二胎“奶爸”杨先生近期购入了一辆理想ONE。“平时上下班用电力,充电成本低;

偶尔带老婆孩子回老家,上高速还可以加油。新能源车是趋势,造车新势力在智能座舱方面有很多场景十分人性化。”杨先生告诉中国证券报记者。

汽车行业资深分析师梅松林认为,与传统燃油车不同,智能电动汽车属于新的品类,打破了传统思路的束缚。汽车已经不是机械产品,而是可进化、有生命力的智能终端。造车新势力在运营方式、流程、理念、人才结构等方面具有快速适应变化的优势。

广发信德智能制造与高科技投资部总经理杨立忠告诉中国证券报记者,汽车行业变革前所未有的,整合了材料、传感器、芯片等维度的创新。在新能源车领域造车新势力没有包袱,且具有互联网思维,选取车型和核心零部件的策略相对激进,更新迭代步伐快,充分考虑末端用户的体验。造车新势力面临挑战。某头部车企高管郭峰(化名)向中国证券报记者表示,造车新势力在传统制造体系管控方面需要“补短板”。

探索差异化路径

“辅助驾驶功能很吸引人。造车新势力在智能化领域更加激进,比较符合年轻人尝鲜的心态。智能电动车价格不断降低,提前享受最新科技成果是购买智能电动汽车的一个重要原因。”小鹏P5车主李厉告诉中国证券报记者。

业内人士指出,消费者的关注点更多从过去的发动机、底盘、变速箱转向自动驾驶、智能娱乐以及特色服务能力等。

日前,蔚来宣布电池按月升级项目全

面启动,在不换车的情况下用户可以体验新电池的更长续航。2022年或2023年上半年,蔚来将实现向上、向下的跨级灵活换电。蔚来汽车联合创始人、总裁秦力洪表示,灵活换电是蔚来可充、可换、可升级的NIOPower版图上最后一块拼图,形成了自身的商业闭环。

相较传统车企,造车新势力在营销层面更具互联网基因,建立品牌直营中心是造车新势力与用户直接建立联系的重要方式。理

想汽车近日披露,截至今年11月底,公司已经建立80家直营交付中心,覆盖全国77个城市。接下来,理想汽车将进一步拓展交付中心网络。此外,哪吒汽车、小鹏汽车等也在积极扩大直营销售网络,打破传统4S店经营模式。

中国汽车流通协会会长沈进军认为,传统汽车销售模式正在面临前所未有的考验,汽车产品和技术在变,市场结构在变,消费者需求在变,渠道必然发生变革。

特斯拉、“蔚小理”等造车新势力,以及传统汽车的电动车品牌都在进行渠道创新,试水直营或代理等销售模式,探索多渠道营销,寻找用户体验与成本效率之间的平衡点。

郭峰指出,车企能否找到差异化路径十分关键。从技术、商业模式等维度而言,车企都在围绕产品表现展开竞争,有的借助此前积累的产品质量和管控体系口碑,有的采取新的营销模式获得关注。

争抢细分市场

中国汽车工业协会数据显示,1—10月,国内新能源汽车销量达到254.2万辆,同比增长1.8倍。有观点认为,今年国内新能源汽车产销规模有望突破300万辆。

业内人士指出,纯电动技术成为车企的首选方向。值得关注的是,沙龙、极氪、智己、阿维塔、北汽极狐HI版等传统车企高端智能电动车型将陆续在2022年上市交付,与

蔚来、小鹏、理想等新势力的主要产品形成正面竞争。伴随纯电动车型的不断丰富,智能电动车市场在2022年竞争将越发激烈。

对此,岚图汽车CEO卢放认为,不管是传统车企的新品牌还是造车新势力,核心目标应该是如何实现能源结构的转化,让更多的燃油车被新能源汽车替代,共同把蛋糕做大。

A级车市场一直被看做是燃油车的

“舒适区”,占据整个轿车市场近一半份额,同时也是竞争最激烈的细分市场。

“同样,A级车市场的份额对于电动车企的销量提升作用巨大,目前该细分市场还没有绝对领先的精品车型。率先在该蓝海市场打造出一款或几款精品车型的车企,将拥有无法量化的品牌优势。”乘联会秘书长崔东树向中国证券报记者表示。

威马汽车创始人、董事长兼CEO沈晖预计,到2030年,15万元至25万元价格区间的电动车型将约占60%的市场份额,渗透率将从3%增长至40%。

天风证券分析师称,目前10万元—20万元区间的新能源汽车市场潜力大,亟待热销车型。随着搭载传统车企新一代混合动力技术车型的上市,纯电动车型将与混动车型正面竞争。

11月新能源车零售渗透率达20.8%

● 本报记者 崔小粟

12月8日,乘联会最新数据显示,11月新能源乘用车零售销量达到37.8万辆,同比增长122.3%,环比增长19.8%。11月新能源车零售渗透率为20.8%,1—11月渗透率为13.9%。乘联会判断,2022年新能源乘用车渗透率可突破20%。

乘用车零售量181.6万辆

11月,乘用车零售量达到181.6万辆,同比下降12.7%,环比增长6.0%。1—11月,乘用车零售量达到1804.1万辆,同比增长6.1%,较1—10月增速下降2个百分点。

分类别看,11月豪华车零售21万辆,同比下降19%,环比增长17%。11月自主品牌零售83万辆,同比增长2%,环比增长8%。

批发方面,11月汽车厂商批发销量215万辆,环比增长8.9%,同比下降5.1%。1—11月,汽车厂商累计批发销量1872.8万辆,同比增长7.2%。

生产方面,11月乘用车生产222.9万辆,同比下降2.1%,环比增长13.9%。其中,豪华品牌同比增长3%,环比增长20%;合资品牌同比下降14%,环比增长17%;自主品牌同比增长10%,环比增长10%。1—11月,乘用车累计生产1848.6万辆,同比增长7.7%。乘联会表示,近期芯片短缺影响明显改善,豪华品牌和合资品牌生产改善明显。

截至11月末,厂商库存环比增加8万辆,



视觉中国图片

渠道库存环比增加19万辆。由于经销商在售车型库存水平偏低,虽然库存回升,但仍未达警戒线。旺季即将到来,经销商有动力提车 and 囤积畅销车型。

车市新能源化转型加速

新能源乘用车方面,11月新能源乘用车批发销量达到42.9万辆,环比增长17.9%,同比

增长131.7%。1—11月,新能源乘用车累计批发280.7万辆,同比增长190.2%。

11月,新能源乘用车零售销量达到37.8万辆,同比增长122.3%,环比增长19.8%。1—11月,新能源乘用车累计零售251.4万辆,同比增长178.3%。乘联会表示,新能源车与传统燃油车走势形成强烈差异化的特征,将拉动车市加速向新能源化转型。

11月,新能源车厂商批发渗透率达

固态电池蓄势待发 多家企业提前布局

● 本报记者 金一丹

近期,固态电池产业备受关注。宝马、福特等多家头部车企大力推进固态电池商业化进程,预计在2025年进入固态电池道路实测或量产应用阶段。当升科技则与卫蓝新能源加强在固态锂电材料领域的战略合作。机构指出,固态电池将成为引领新能源汽车发展的技术潮流。

技术不断升级

12月7日,当升科技公告称,公司与北京卫蓝新能源科技有限公司(简称“卫蓝新能源”)签订战略合作协议,双方同意加强在固态锂电材料领域的战略合作。卫蓝新能源承诺,2022年—2025年期间向公司采购总量不低于2.5万吨固态锂电材料,并在高镍多元材料、富锂锰基、钴酸锂、磷酸锰铁锂等前沿技术领域加强合作交流。

当升科技在公告中指出,随着全球新能源汽车产业的快速发展,动力电池技术随之不断升级。除当前市场主流的三元锂电池和磷酸铁锂电池外,安全性更好、能量密度更高、使用寿命更长、体积更小的固态电池被视作下一代动力电池技术发展的主要方向。

除了当升科技,多家锂电产业链公司已布局固态电池产业。2016年,宁德时代宣布进军硫化物固态电池产业,2021年1月19日公开了两项固态电池专利。2017年,国轩高科着手研发固态电池及固态电解质,2019年公司推出半固态电池试生产线。2019年,赣锋锂业建成亿瓦时级第一代固态锂电池研发中试生产线。

近年来,宝马、福特、蔚来等车企均在加快布局固态电池业务,加速固态电池商业化应用落地。2020年,赣锋锂业与东风集团签订固态电池E70车型示范推广协议。2019年,辉能科技与蔚来合作,为其定制生产“MAB”固态电池包。2021年9月,宝马和福特两家汽车巨头宣布正在加速固态电池研发,并计划从2022年开始搭载车辆,并着手实际工况测试。

国金证券指出,蔚来等车企将在未来1—2年推出1000公里续航车型,有望加速半固态电池的应用进度,进一步促进动力电池由液态到半固态,再到全固态的路径演进。固态电池有望享受超越常规液态电池的估值溢价。

拓展产业空间

固态电池被认为是替代液态电池的下一代技术,并成为动力电池的重要发展方向。

信达期货研报指出,固态电池拥有更为稳定的电解质机械和化学特性,静态及循环寿命将得到极大提升;对温度不敏感,能在-50℃—200℃温度保持放电功率,可以较大程度缓解冬季电池容量衰减的问题;同时,能量密度得到极大提升,预计可以达到当前三元锂电池的2—10倍。

国信证券指出,软包形态更契合固态电池的发展要求。无机固态电解质膜相柔韧性相对较差,固态电池预计大多采用叠片工艺,而非圆柱封装路线。软包一方面能量密度更高,另一方面具有较为丰富的胶状物质封装,更易于固态电池发展。

国信证券预计,2025年全球软包电池出货量有望达到638GWh,全球铝塑膜需求量有望达到6.9亿平方米,对应市场规模约为118亿元。

丰田公司认为,在新一代电池中,固态电池最适合应用在电动车上。丰田和日本研究所正在加紧研发,制定固态电池的标准化生产流程。

中金公司指出,固态电池可以实现锂金属负极应用,解决电导率低、界面阻抗高、循环性能差等技术难题。不过,高一致性产品量产并适配车的需求仍需较长时间。2030年前,固态电池仅可能应用于小部分高端电动汽车中,难以对现有液态锂电池产业形成较大冲击。

提升安全性能

安全性是固态电池的一大优势。

国金证券指出,固态电池有望解决动力电池安全问题。目前锂离子电池所用电解质为有机电解液,因其热分解温度低、易燃、有毒,且电化窗口低,导致动力电池安全性能和能量密度的提升存在一定局限性。固态电池本质上是用稳定固态电解质代替易燃有机电解液,进而改善电池安全性能。

尽管优势显著,但现阶段固态电池发展仍有大量现实问题有待解决。信达期货指出,当前的固态电池界面电阻较高,在空气中的稳定性较差。就目前的技术而言,单位面积离子电导率较低,导致常温下功率密度并不理想;同时,循环过程中的电极与电解质的物理接触变差,面临充放电循环中的电极膨胀问题,突破这些技术壁垒需要大量的资金投入。

中国科学院院士欧阳明高认为,固态电池真正投入大规模商业应用大概在2025—2030年。当前锂离子电池的比能量上限大约是每公斤300瓦时。2025年将出现与现有液态电解质锂离子电池比能量大体相当的第一代全固态电池。2030年后,将出现第二代采用新型正负极材料的全固态电池,比能量会提升到每公斤500瓦时。