

新能源汽车销量爆发

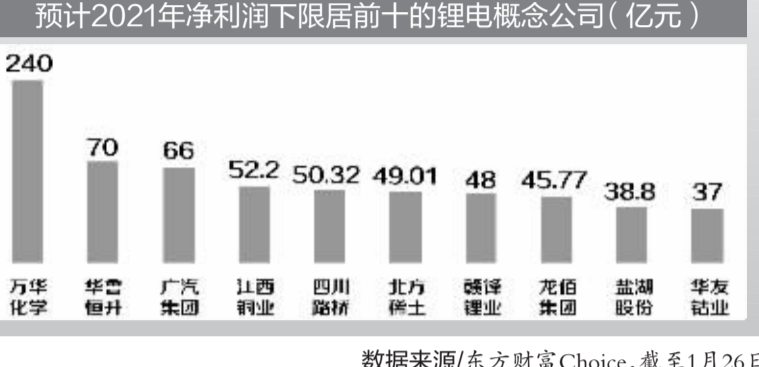
逾百家锂电概念公司去年业绩预喜 占比近九成

近九成公司业绩报喜

作为2021年最热门的行业之一,受益于新能源汽车产销量爆发式增长,锂电池产业相关上市公司的业绩预告表现亮眼。据中国证券报记者统计,截至1月26日,逾百家锂电上市公司2021年业绩预喜。其中,锂电原料上游企业利润增长幅度最大,中下游材料厂和整车端利润承压。随着比亚迪、特斯拉等企业先后宣布涨价,上游成本压力有望获得疏解。

市场机构认为,新能源汽车产销量高速增长,电池厂商产能将得以释放,有望迎来量价齐升的良好局面。预计2022年动力电池全球装机量将达到450GWh,国内装机量将达到230GWh。

●本报记者 金一丹



数据来源/东方财富Choice,截至1月26日

锂矿公司业绩分化明显

对锂矿资产的控制和开采权,成为锂矿上市公司业绩分化的关键。资料显示,截至2021年12月,赣锋锂业电池级碳酸锂产能为4.3万吨/年,电池级氢氧化锂产能为8.1万吨/年。长江证券表示,近两年赣锋锂业锂资源布局已明显提速,国内布局了一里坪/锦泰等盐湖项目,海外布局了Goulamina 锂辉石矿、增持了Sonora粘土提锂项目股权,同时已分批安排技术专家前往阿根廷支持Cauchari Olaroz项目建设,确保项目于2022年内投产。

成本压力向下传导

有人欢喜有人愁。在锂电上游赚得盆满钵满的同时,新能源汽车中下游动力电池制造商以及下游整车企业承担了较大的成本压力。动力电池生产商亿纬锂能预计,公司2021年归属于上市公司股东的净利润为27.26亿元至30.56亿元,同比增长65%至85%。中金公司表示,

东方财富Choice数据显示,截至1月26日,共有123家锂电产业相关上市公司披露2021年业绩预告。其中,107家业绩预喜,占比约87%;12家预计亏损。天际股份、鼎胜新材、德方纳米、天齐锂业、延安必康等14家上市公司业绩扭亏为盈。

多家上市公司表示,2021年全球新能源汽车市场火热,动力电池需求增长带动公司产品需求量攀升。据统计,2021年我国新能源汽车全年销售完成352.1万辆,同比增长1.6倍。2021年,我国动力电池产量累计219.7GWh,同比累计增长163.4%。

2021年,磷酸铁锂电池市场需求量超过三元电池,带动相关生产商家业绩提升。中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,2021年我国三元锂电池装车量累计74.3GWh,占总装车量48.1%,同比累计增长91.3%;磷酸铁锂电池装车量累计79.8GWh,占总装车量51.7%,同比累计增长227.4%。

六氟磷酸锂生产商天际股份表示,新能源汽车行业快速增长,市场对六氟磷酸锂的需求大增,导致六氟磷酸锂市场销售价格上涨;同时,六氟磷酸锂产品产量大幅增长,带动公司2021年经营效益同比大幅增长。

德方纳米表示,2021年公司新建产能释放,产销量相比2020年有大幅度增长;上游原材料价格的上涨及磷酸铁锂市场供需偏紧等因素带动公司产品价格上涨;同时,得益于公司成本控制的有效推动及规模效益的显现,公司盈利能力相比2020年有较大幅度提升。

动力电池铝箔铜箔需求持续攀升。鼎胜新材预计,2021年公司归属于上市公司股东的净利润为4.1亿元到4.5亿元,2020年净亏损1499.43万元。铜冠铜箔预计,2021年公司归属于上市公司股东的净利润约为3.49亿元,同比增长387.26%。

深耕“她经济”:看欧拉如何前瞻性预判消费趋势

2021年,中国车市的最大亮点是什么?答案无疑是新能源板块!

2021年是国内新能源汽车产业的“元年”,全年新能源汽车销量达352.1万辆(工信部数据),同比增长1.6倍,增速已经远超燃油车,同时13.4%的市场渗透率,已然让新能源成为汽车行业最具增长价值的赛道。长城欧拉品牌在这条赛道上成为现象级的成长品牌,已经成为车企新能源品牌成功的典型案例。

根据欧拉品牌公布的2021年销售数据,欧拉全年累计销量135028辆,同比增长140%,稳居国内新能源汽车市场头部阵营。欧拉好猫实现全年累计销量50931辆,12月单月销量达到历史新高10685台,不仅单月销量破万而且成为A0级BEV市场2021年销量居首,实现了速度惊人的成长与蜕变。

业内普遍认为,长城欧拉之所以能在同质化严重的汽车市场竞争中脱颖而出,除了硬核的产品力之外,“更爱女人的汽车品牌”的定位,极具设计感、品质感和“女性思维”的产品力,其“女性友好”的品牌营销策略也是不可或缺的重要引擎。



作为对比,2017年,女性驾驶人数量为1.11亿,占比接近30%,3年间新增女性驾驶人数量3700万人。女性已经从家庭购车主要决策者的角色逐步转为主要用车人。

女性消费者在汽车消费中地位的凸显推动了车企的营销变革。

长城汽车旗下的欧拉品牌率先占据女性汽车竞争赛道,一直围绕“她力量”展开独特营销。从品牌色调、产品风格等维度,形成自己的专属风格,并创新构建女性研究团队,从心理学和行为学层面洞察女性的底层需求与期望,从社会学角度,研究出8类主流女性用户,并围绕好看、好开、智能易用、人性化关怀等关键词,有针对性地她们开发多元化品类猫系家族产品。

与男性消费者不同,女性消费者在注重产品质量和实用性的同时,更加注重情感的愉悦和满足。基于此,欧拉在针对女性消费者的营销方面更加注重情感共鸣和心灵契合。

其中,为新世代女孩打造的“智美潮跑”欧拉好猫,洞察当代女性用车痛点,提供定制化的功能设计,成为当代女性购车首选。

新世代小姐姐追求潮流、丰富、精致的生活,所以欧拉好猫打造了乐活局,欧拉好猫和用户一起走秀、变装、撸猫、追逐星空,让新世代的小姐姐在“局”中尽情释放自己的情感;新世代追求独立、勇敢、自信的都市小姐姐有向往自由、释放内心的追求,欧拉好猫GT木兰版带着都市小姐姐们私奔到川西,在上市发布会带着用户私奔到上海、广州、北京、成都、郑州,让她们尽情寻找心中的自由之地;在好猫生活志,欧拉好猫和女性用户心灵相倚,共赴人间美好……

从“乐活局”到“生活志”再到“私奔之旅”,欧拉所做的不仅以产品满足女性的实际需求,更时刻关注着她们的的情感需求,从产品到精神层面都打造了个性化的女性体验。基于对“女性”这一群体的深度思考和理解,打造出了一款专为女性用户设计的座驾。

业内人士认为,女性正逐渐成为车市存量竞争下新的增长极。欧拉品牌之所以能够在竞争异常激烈的新能源汽车市场中脱颖而出,除了硬核的产品力之外,不断向女性靠近的品牌营销也是不可或缺的重要引擎。

打造中国车市全新品类

欧拉作为“更爱女人的汽车品牌”,旗下爆款热销车型欧拉好猫,正是欧拉“更爱女人”的落地与兑现。

通过对女性需求的深入探索,欧拉好猫选择了在纷杂的世间复刻经典。欧拉好猫车型传承充满复古色彩的独特造型风格。车身呈现复古自由曲线,搭配梦幻复古猫眼灯,凸显出玲珑美感;侧面以圆润线条营造出多层次的视觉效果,配以辨识度极高的轮毂造型,尽显优雅从容;尾部则采用了流水光幕尾灯,点亮时犹如璀璨星河,给人以强烈的视觉冲击。

值得一提的是,欧拉好猫在车身颜色上颇下了一番功夫。这款车提供布偶白、大桶金、万人米、高跟红、蓝波万、睿智棕、原谅解绿、暹罗黑等八款车身颜色,每种靓丽的颜色都与女性的时尚潮流风格相配合,为女性书写更多元的风采。

在产品力方面,依托于长城汽车“柠檬平台”,欧拉好猫在三电系统和智能化方面表现尤为出色。从动力配置来看,“柠檬”平台纯电架构赋予了欧拉好猫更轻量化且更高效的三电系统。搭载国内领先磷酸铁锂电池级国内首发无钴电芯,实现更优异续航表现,500KM超长续航,让你更安心行驶。同时,欧拉好猫支持直流快充,12分钟即可快充100km,在日常慢充状态下,满电也只需85分钟。

通过先进的科技,欧拉好猫为女性的出行提供贴心的保驾护航。车内一键舒享模式,可以进行个性化预设,定制专属于“她”的守护,包括自动调整空调温度、座椅角度,开启座椅按摩加热等。同时这款车还拥有L2级智能辅助加持,ACC自适应巡航系统,AEB紧急制动、360度全景影像等安全设置,对车辆周围情况一目了然。对于部分女性停车困难,欧拉好猫拥有自动泊车系统,即便是新手也能从容倒入车位。通过OTA云端升级技术,欧拉好猫可基于生态优化、用户需求与功能迭代,远程推送更新数据包,对车辆硬件/软件进行优化和升级,实现全生命周期用车体验提升。

安全方面,欧拉好猫也以全方位的贴心关怀打造了独特的女性友好特质。整车安全设计以2021版C-NCAP五星/中保研GOOD级别为标准,全车超416项整车电安全防护。可以说,欧拉好猫将复古设计与先进科技相结合,打造了中国车市从未出现的全新品类。

推动市场良性发展

欧拉“全球更爱女人的汽车品牌”的定位,不仅让合适的用户与合适的产品相匹配,更是前瞻地把握了消费趋势。

专家认为,A0级市场是电动车企发展的必然选择。该细分市场的份额前景以及对于电动车企的销量等级提升作用,都有着巨大的潜力。这也意味着,谁能率先在该蓝海市场里打造出一款或几款精品车型,那么该车企便在中拥有无法量化的品牌优势和话语权。

一直以来,A0级新能源汽车消费市场中,同质化严重。欧拉好猫的到来,无疑填补了这一市场空白,以精准的品牌定位、前卫大胆的设计和同级领先的功能,为用户提供了兼顾性价比和个性化的选择。

在短短一年时间实现月销破万,打破了合资车型在A0级细分市场的垄断地位,好猫成为真正的“搅局者”和“颠覆者”。从售价来看,欧拉好猫主销10万-15万元价位区间,也打破了中国品牌A0级车型的价格“天花板”,带领欧拉品牌实现价格突围和品牌向上。有效拉升欧拉主销产品价格带从6-8万元到10-15万元区间,助力欧拉品牌向上。

“她经济”的确是一条独特的赛道,但需要好产品支撑,需要对用户敏锐的洞察,真正解决女性用户的用车痛点,需要真正懂女性、爱女性的“她营销”力量……欧拉好猫无疑是以上各项优势的集大成者。



生活志,欧拉好猫和女性用户心灵相倚,共赴人间美好……

从“乐活局”到“生活志”再到“私奔之旅”,欧拉所做的不仅以产品满足女性的实际需求,更时刻关注着她们的的情感需求,从产品到精神层面都打造了个性化的女性体验。基于对“女性”这一群体的深度思考和理解,打造出了一款专为女性用户设计的座驾。

业内人士认为,女性正逐渐成为车市存量竞争下新的增长极。欧拉品牌之所以能够在竞争异常激烈的新能源汽车市场中脱颖而出,除了硬核的产品力之外,不断向女性靠近的品牌营销也是不可或缺的重要引擎。

打造中国车市全新品类

欧拉作为“更爱女人的汽车品牌”,旗下爆款热销车型欧拉好猫,正是欧拉“更爱女人”的落地与兑现。

通过对女性需求的深入探索,欧拉好猫选择了在纷杂的世间复刻经典。欧拉好猫车型传承充满复古色彩的独特造型风格。车身呈现复古自由曲线,搭配梦幻复古猫眼灯,凸显出玲珑美感;侧面以圆润线条营造出多层次的视觉效果,配以辨识度极高的轮毂造型,尽显优雅从容;尾部则采用了流水光幕尾灯,点亮时犹如璀璨星河,给人以强烈的视觉冲击。

值得一提的是,欧拉好猫在车身颜色上颇下了一番功夫。这款车提供布偶白、大桶金、万人米、高跟红、蓝波万、睿智棕、原谅解绿、暹罗黑等八款车身颜色,每种靓丽的颜色都与女性的时尚潮流风格相配合,为女性书写更多元的风采。

