

政策持续加码 新能源汽车下乡“风起”

随着《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》发布,新能源汽车下乡再次迎来政策东风。业内人士表示,近两年来,农村新能源汽车市场快速发展,成为各大车企竞相追逐的新高地。

不过,新能源汽车下乡仍面临充电桩等基础设施短缺、适合农村市场的车型少等短板,今年以来价格的提升也给新能源汽车下乡造成不小挑战,相关支持政策的出台无疑给新能源汽车下乡注入了新动力。

●本报记者 李媛媛

政策大力支持

意见提出,鼓励和引导大型商贸流通企业、电商平台和现代服务企业向农村延伸,推动品牌消费、品质消费进农村。以汽车、家电为重点,引导企业面向农村开展促销,鼓励有条件的地区开展新能源汽车和绿色智能家电下乡,推进充电桩(站)等配套设施建设。

广阔的下沉市场正成为推动新能源汽车产业发展的政策着力点。2020年和2021年,工信部等部门两次发布通知,力推新能源汽车下乡。

2020年7月,工信部等三部门为促进农村地区新能源汽车推广应用,引导农村居民出行方式升级,出台《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》,拉开了新能源汽车下乡的序幕;2021年3月,工信部等四部门为稳定增加汽车消费,促进农村地区新能源汽车推广应用,又联合组织开展了新一轮新能源汽车下乡活动。

市场前景广阔

在政策大力支持的背后,新能源汽车下沉市场正呈现出广阔的市场前景。据中汽协数据,2021年新能源汽车下乡车型销售量同比增长169.2%。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示,进入机动化高速发展阶段后,中小城市和农村消费者的第一辆车将很有可能是新能源汽车。这会成为未来3-5年,继大城市之后,中国电动化市场的一个爆发点,并成为未来市场增量中一个最重要的领域。

招商证券研报表示,新能源汽车下乡车型以A0/A00级为主,续航集中在120公里-300公里,优惠后价格集中在3万元-8万元,符合农村消费者低出行半径、低预算的特点。

全国工商联汽车商会新能源汽车分会会长李金勇在2022电观大会上表示,2021年新能源汽车销量中,非限购城市贡献了70%的份额,其中58%的用户购买了A00级电动车。A00级电动车

今年以来,政策对新能源汽车下乡的支持力度进一步加大。1月21日,国家发改委等七部门发布的《促进绿色消费实施方案》提出,深入开展新能源汽车下乡活动,鼓励汽车企业研发推广适合农村居民出行需要、质优价廉、先进适用的新能源汽车,推动健全农村运维服务体系。

2月,国务院发布的《“十四五”推进农业农村现代化规划》提出,实施农村消费促进行动。鼓励有条件的地区实施家具家装下乡补贴和新一轮汽车下乡。

将依托比燃油车低一半以上的出行成本等优点,率先取代同级别燃油车,如果缺芯不严重,2022年产销将达150万至200万辆。

售价5万元上下、续航里程100公里至300公里、适合农村市场的新能源汽车更是成为下沉市场的“宠儿”。以长安汽车为例,公司旗下的长安新能源近两年推出多款奔奔E-Star车型,2021年该车型销量达7.64万辆,同比增速超三倍,其中60%至70%的销量来自三四线城市及农村。

“新能源汽车在农村地区极具推广优势。一方面,农村地区电价比较便宜,农民买得起,也用得起;另一方面,近年来新能源汽车的种类逐渐增多,从早期的A0级到A级、B级,再到SUV等,给农村地区用车提供了越来越多的选择,提升了农村消费者购车的积极性。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对中国证券报记者表示。



视觉中国图片
制图/韩景丰

痛点亟待解决

虽然新能源汽车在农村市场发展前景广阔,但仍有不少痛点需要解决。

张翔告诉中国证券报记者,“农村新能源汽车市场在充电桩等基础设施方面还存在不少短板,补齐这些短板,拓展更多使用场景,将成为未来释放农村新能源汽车市场消费潜力的关键。”

值得注意的是,相比2020年7月发布的《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》,2021年3月发布的《关于开展2021年新能源汽车下乡活动的通知》联合发起单位除工信部、农业农村部外,还增加了国家能源局综合司,进一步补齐农村充电基础设施短板的意图非常明显。

中国电动汽车百人会发布的《农村电动化调查报告》指出,尽管国内市场在售的新能源乘用车有较多车型、版本可供选择,但销售到农村的新能源汽车仍十分有限。究其原因,主要是在价格、用途和便利性等方面,现有车型与农村居民的预期有较大错位。

中国电动汽车百人会调研发现,

受红极一时的低速电动车影响,农民对纯电动车并不排斥,但也因为低速电动车价格普遍在3万元左右,价格敏感的农民由此产生参考“标尺”,而目前市面上符合农民主流价格预期(4万至7万元)的产品并不多。

同时,尽管纯电动专用车微面、微卡、轻卡众多,性能也基本满足载货量需求(2吨左右),但绝大多数都是针对城际、市内使用场景的物流、市政等需求,其车型设计、价格都难以匹配80%农村居民的期望值(低于5万元、续航里程200至500公里)。

此外,今年以来,受芯片短缺、原材料价格上涨等因素影响,多款A00级新能源汽车陷入停止接单乃至停产的困境,这也给新能源汽车下乡提出了新的挑战。

4月24日长安新能源发文称,“近期,受上游原材料短缺影响及整车和零部件产能限制,导致奔奔E-Star交付周期较长。为更好服务于已下订用户,现定于2022年4月25日00:00起暂停奔奔E-Star国民版车型订单收取。”

利润加速向上游转移 新能源汽车产业链喜忧参半

●本报记者 金一丹

据中国证券报记者统计,截至4月27日,新能源汽车产业链共有252家公司公布2022年一季度报,超9成上游原材料公司业绩大增,毛利率最高近80%;中游电池制造企业受原料价格上涨影响,利润受挤压,出现“增收不增利”现象。车企成为新能源汽车产业链盈利“倒三角”结构下的最大承压方。

机构表示,随着上游原料供给端产能释放、政策端和车企端的发力,新能源汽车在全球市场的渗透将迎来新一轮提速,行业景气度有望不断提升。

上游业绩大增

上海有色网(SMM)数据显示,2022年以来,电池级碳酸锂价格最高涨到50.3万元/吨,涨幅达83%。受益于锂资源价格飙涨,一季度赣锋锂业净利润达35.25亿元,同比增长640.41%,销售毛利率达66.65%;盛新锂能盈利10.7亿元,同比增长900.96%,销售毛利率近80%。

2022年一季度,新能源汽车市场需求旺盛。中汽协统计数据显示,1-3月,新能源汽车产销量达到129.3万辆和125.7万辆,同比增速均为1.4倍。在新能源汽车带动下,动力电池出货量大幅提升。1-3月,我国动力电池产量共计100.6GWh,同比增长206.9%。

不过,动力电池企业“增收不增利”。一季度,欣旺达实现营业收入106.21亿元,同比增长35.11%;盈利9492.32万元,同比下降26.13%,销售毛利率为13.45%。德赛电池实现营业收入49.02亿元,同比增长27.56%;盈利1.54亿元,同比增长14.36%,销售毛利率为8.82%。

欣旺达在业绩说明会上表示,现在动力电池上游原材料涨价问题是行业性问题。“多数电池厂跟车企按季度谈价,上一轮在去年12月底谈好了价格。今年一季度原材料暴涨令电池厂猝不及防,只能硬扛。”国内某电池厂采购部负责人张谦(化名)告诉中国证券报记者。

“供不应求成为锂价飙升的核心因素。一季度受气温等因素影响,盐湖产量下降;同时春节期间国内冶炼厂多处于检修状态,锂盐处于供给低位;加之疫情扰动下,进口受阻,加剧锂矿石紧缺。”上海有色网分析师表示,随着季节性减产结束,锂盐供给逐步改善,价格也在近期明显回落。

9成

截至4月27日,新能源汽车产业链共有252家公司公布2022年一季度报,超9成上游原材料公司业绩大增,毛利率最高近80%。

下游利润承压

车企是新能源汽车产业链盈利“倒三角”结构下的最大承压方。2022年一季度,长城汽车实现营业收入336.19亿元,同比增长8.04%;盈利16.34亿元,同比下降0.34%;销售毛利率为17.18%。比亚迪一季度盈利8.8亿元,同比增长240.59%;销售毛利率为12.4%。

“芯片是汽车的‘大脑’,至关重要。但受疫情持续影响,供给短缺问题到现在也没缓解。车身电子稳定系统的核心芯片价格从20元涨到了2800元。”某车企市场部负责人陈亮(化名)表示,“一辆车标配涉及600枚左右芯片,随着车辆智能化加速,芯片需求量飙升至1000枚以上。除了减配、提价,车企在当下很难消化巨大的成本压力。”

占40%汽车制造成本的动力电池价格近期在全行业进行了两次调整。“去年12月底调了一次,今年3月又调了一次,每次调价幅度在15%左右,优质供给涨幅可高达20%以上。”张谦表示,“尽管价格上涨,但电池厂依然满产满销。不少车企很多积压订单由于电池厂产能受限无法交付,已经开始参股或自建电池产线以供自给。”

“缺芯少电”背景下,3月以来新能源汽车行业掀起了涨价潮。据中国证券报记者统计,截至4月27日,官宣涨价的汽车品牌已经超过40家,包括特斯拉、比亚迪、长城汽车、广汽埃安、“蔚小理”等头部企业,单车涨幅在1000元至30000元不等。

此外,中低端新能源汽车更因成本上涨过快及原料短缺,宣告停产或停止接单。“国民神车”长安奔奔E-Star国民版于4月25日起暂停收取新订单。长城汽车旗下欧拉品牌黑猫、白猫也于2月14日宣布停止接单。

“虽然欧拉品牌背后有产业链的优势,但这款时尚亲民的小车仍然给公司带来了巨额亏损。”欧拉品牌CEO董玉东表示,以黑猫为例,2022年原材料价格大幅度上涨后,黑猫单车亏损超万元。

开源证券表示,提价会导致部分中低端车型目标用户延缓购车进程,但考虑到下游客户结构的分化,疫情区域分布结构性显著,复工复产政策指引、车企生产端与销售终端的努力、支持性政策保持持续性、油价持续高企、新能源车产品力提升等因素,对新能源车产销格局的总体冲击或有限,不会动摇新能源汽车发展的长期向好趋势。

消费潜力待释放

进入4月,新能源汽车上游成本压力有所缓解。百川盈孚数据显示,4月磷酸铁锂(动力型)主流市场价格报16.3万元/吨,比上月减少0.6万元/吨;近期上游碳酸锂市场反应平淡,价格有所回落。

中信建投表示,受下游需求走弱及供应环比增加等因素影响,锂、钴、磷酸铁锂等价格步入下行通道;六氟磷酸锂、电解液等环节则因产能陆续释放,价格不断走弱。中下游盈利有望小幅改善。

同时,相关部门近期密集出台相关政策促进汽车消费。华龙证券认为,新能源汽车消费政策持续落地,为新能源汽车产业发展营造出更加积极的环境。随着国内造车新势力加入,自主品牌竞争优势逐渐显现,造车技术短板逐渐补足,市场消费需求提质升级趋势将延续。

上市公司加快锂电池产业链投资步伐

●本报记者 李媛媛

近日,杉杉股份、厦门钨业、天奇股份等多家上市公司宣布加码锂电池产业链投资。

业内人士表示,虽受疫情、上游原材料价格上涨等因素影响,锂电池产业链短期承压,但中长期发展前景依旧向好。产业链上市公司希望通过加快扩产,持续扩大市场份额,强化一体化产能规模优势,提升盈利能力。

多家公司扩产

负极材料龙头杉杉股份4月26日晚公告称,下属子公司上海杉杉锂电材料科技有限公司拟在云南安宁设立项目公司并投资建设年产30万吨锂离子电池负极材料一体化基地项目,计划固定资产投资总额约97亿元。

同日,厦门钨业公告称,因公司高性能三元材料产品销售需求增加,当前产能已无法满足市场需求,拟在下属公司厦钨新能海璟基地新建综合生产车间,实现年产1.5万吨高性能三元正极材料产能,投资金额为4.71亿元。该项目建成后,海璟基地将达到年产8.5万吨的产能。

厦门钨业一直在加快三元材料项目的投产步伐。近日,公司在机构调研中表示,正极材料方面,公司预计2022年下半年有3万吨三元材料投产,2023年下半年再有3万吨三元材料投产。另外,公司已经在四川基地启动了首期磷酸铁锂项目。

不光是前期投产,随着新能源汽车行业的快速发展和动力电池装机量的迅速提升,动力电池回收市场的规模不断扩大。东吴证券研报预计,2025年、2030年和2035年,动力电池回收的市场空间



新华社图片

分别达675亿元、1387亿元和2946亿元,2020年至2035年复合增长率达18%。

在此背景下,上市公司也加快了动力电池回收环节的投产步伐。天奇股份日前宣布,公司拟投资不超过3.8亿元,建设年处理15万吨磷酸铁锂电池环保项目。公司表示,此举有助于推动公司形成更加完整的锂电池循环再利用业务体系。

上市公司还通过战略合作,联手布局锂电池产业链。日前,当升科技与力神电池签订了战略合作协议,在锂电正极材料产品供货、锂离子电池资源回收、上游资源开发等方面建立全方位、多层次的战略合作伙伴关系。当升科技表示,此次合作有助于公司后续新产能的充分释放,进一步巩固公司在全球市场的优势

地位。

提升盈利能力

根据中国汽车动力电池产业创新联盟的数据,3月我国动力电池装车量达21.4GWh,同比上涨138%,环比上涨56.6%,呈现快速增长趋势。

这成为锂电池产业链公司加快布局的最大动力。杉杉股份表示,投建年产30万吨锂离子电池负极材料一体化基地项目符合锂电池行业未来发展前景,项目建成后有利于满足客户不断增长的需求,持续扩大市场份额,巩固公司行业龙头地位。同时,有利于强化一体化产能规模优势,显著降低生产成本,提升盈利水平。此