

11月交付数据表现亮眼

新势力车企打促销组合拳年底冲销量

12月1日，蔚来、理想、小鹏等多家新势力车企集中披露11月交付成绩单。其中，哪吒依旧领跑，理想、蔚来交付量增长迅猛。理想创出最高单月交付纪录，重回第一阵营。小鹏汽车交付情况环比有所改善。

中国证券报记者调研发现，随着新能源车购置补贴即将到期，众多车企为冲刺年终销量打出促销“组合拳”。业内人士表示，补贴到期带来的影响有限，汽车智能化电动化将加速演进，新能源汽车产业景气度将持续向上。

● 本报记者 李媛媛



视觉中国图片



新势力披露成绩单

作为新势力车企中的一匹“黑马”，哪吒汽车已连续5个月坐稳新势力月度销量冠军宝座。哪吒汽车11月交付量为15072辆，同比增长51%，环比下降16.34%。今年1-11月，哪吒汽车累计交付14.43万辆，同比增长142%。

理想汽车11月创下单月最高交付纪录，交付15034辆，环比增长49.56%，同比增长11.5%；今年1-11月，累计交付11.2万辆。另外，理想L9自开启交付以来，已经连续两个月成为国内大型SUV市场的销量冠军。

11月，蔚来创出月度交付量新高，继续坐稳交付榜前三位置，交

付14178辆，同比增长30.3%，环比增长40.9%。蔚来表示，搭载第二代技术平台NT2的三款新车型ET7、ES7和ET5交付量均稳步上升。今年1-11月，蔚来累计交付10.67万辆，年度交付首次超过10万辆，同比增长31.8%。

另外，极氪连续两个月交付量破万。11月极氪交付11011辆，位居交付榜第四，环比增长8.8%，同比增长447.3%。

零跑汽车和小鹏汽车11月分别交付8047辆、5811辆，环比分别增长1453%、14%。小鹏汽车表示，进入12月，G9的产能爬坡将进一步加速，积累在手订单将得到更快交付。

车企多策略冲销量

中国证券报记者调研发现，年末临近，多家车企通过降价、尾款减免、保险补贴等多元化促销政策，冲刺年度销量。

“现在优惠力度更大了，P7、G3i部分车型尾款直接减2万元，P5尾款减1.4万元；展车更优惠，可以叠加减5000元。”北京小鹏汽车某直营店销售人员告诉记者。

北京特斯拉某直营店销售人员郭新（化名）12月1日向记者表示：“新能源车国补政策即将到期，Model 3及Model Y的价格也比国庆时低；今年12月1日至12月31日，完成交付还可以享受4000元保险补贴，现阶段下单最合适不过了。”特斯拉10月24日宣布，国产Model 3和Model Y降价幅度为1.4万元-3.7万元。

根据财政部等四部门此前通知，新能源汽车购置补贴政策于2022年12月31日终止，在此之后上牌的车辆不再给予补贴。

对此，小鹏汽车、长安深蓝、极氪、AITO等新能源品牌推出“国补限时保价”政策。其中，小鹏汽车11月30日宣布，在2022年12月31日前完成定金支付的订单，可享受2022年新能源车购置补贴，由上牌时间导致的补贴差额由小鹏汽车承担。而零跑汽车推出5000元至10000元的“老友购车补贴券”。

比亚迪和广汽埃安则宣布涨价。比亚迪11月23日宣布，受新能源车购置补贴即将到期以及主要原

材料价格大幅上涨影响，将对王朝网、海洋网及腾势相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度为2000元至6000元不等，但在2023年1月1日之前付定金签约的客户不受此次调价影响。

广汽埃安宣布，将对旗下相关车型的官方指导价进行上调，上调幅度为3000元至8000元，2023年1月1日前支付排产定金的客户不受此次调价影响。

业内人士认为，比亚迪和广汽埃安在涨价计划中均强调，2023年1月1日前交付定金的客户不受影响，促销目的浓厚。

中汽协副秘书长罗军民在日前举行的2022中国汽车论坛上表示：“我国新能源汽车销量今年有望实现600万辆，占全球一半以上甚至60%的市场份额。”

业内人士看好2023年新能源汽车市场。小鹏汽车董事长、CEO何小鹏表示，明年一季度起，公司会陆续推出三款新品，小鹏汽车的产品竞争力将进一步提升。

业内人士表示，汽车智能化电动化将加速演进，新势力车企推出多种车型不惧补贴退坡，新能源汽车产业景气度将持续向上。预计2023年国内新能源车销量为900万辆，同比增长31%。随着行业进入稳定成长新阶段，持续的技术创新、安全性升级带来的产品体验提升和成本下降是行业未来发展的主要方向。

车企多元化布局新能源赛道

● 本报记者 金一丹

长安汽车日前发布“原力”技术品牌，正式进军增程式混合动力新能源汽车领域。转型新能源已成为汽车产业发展趋势，部分车企全方位布局新能源赛道，包括纯电动、燃料电池、混动等技术路径。

加码增程式混动

据介绍，长安汽车发布的“原力”技术品牌包含“原力智能增程”和“原力超集电驱”两部分。“原力智能增程”是长安汽车实现量产的自主轿车增程系统，在CLTC工况下，纯电续航里程为200公里，增程模式综合续航里程达到1200公里，而“原力超集电驱”效率最高可达95%。

中国证券报记者了解到，“原力”增程技术已经应用在长安汽车旗下车型上。今年7月，长安汽车旗下全新品牌长安深蓝发布首款新能源车——长安深蓝SL03，并推出搭载增程式、纯电动和氢燃料三种动力的4款车型。

长安新能源CEO邓承浩表示，2023年，长安深蓝的第二款SUV产品将上市，将搭载“原力”技术。未来，深蓝全谱系都会搭载“原力”技术，覆盖轿车、SUV等产品类型。

对于推出增程式电动车的原因，邓承浩表示：“电力驱动是我们最终的目标。对于纯电车型，目前消费者多少都会有一些里程焦虑，基础设施还不够完善，充电速度也不能满足消费者需求。而增程技术既保留电驱的优势，又规避了里程焦虑。”

邓承浩认为，插电式混动是传统能源车型电气化改造的思路，以油为主、电为辅，开起来更像油车。而增程式电动车以电为主、油为辅，能够更好地满足喜欢驾驶电动车的用户需求。

资料显示，长安汽车自主

品牌新能源车10月销量为3.65万辆，同比增长234.40%；1-10月累计销量19.3万辆，同比增长133.25%。据长安汽车透露，截至10月初，深蓝SL03订单超过4万辆，交付率约为13%，目前最大日产量近600辆。

研发关键技术

纯电动是造车新势力采用的主流技术路线，理想汽车、岚图、问界等品牌在增程式混动领域也有所布局。业内人士表示，纯电动车、增程式混动的动力系统结构相比燃油车及其他动力系统更简单，对于造车新势力而言“门槛”相对较低。

传统车企的新能源战略路线更加多元，技术相对复杂。比亚迪主推纯电动和插电式混合动力（简称“插混动力”）路线，并在两个领域均取得不俗销量。数据显示，今年10月，比亚迪DM车型（插混动力）销量为11.44万辆，略高于EV车型（纯电动）的10.32万辆。

插混动力也是长城汽车的战略重点。据悉，长城汽车旗下共有10款插混动力车型，售价集中在10万元至25万元，其中摩卡DHT-PHEV定位在30万元左右的高端市场。

吉利控股集团作为国内较早进行甲醇汽车研发并实现产业化的汽车企业，已形成200多项专利，开发甲醇燃料车型20余款。

此外，长城汽车旗下的未势能源近期完成了5.55亿元B轮融资。据了解，未势能源深耕氢能、燃料电池关键技术研发以及核心产品、零部件的制造，自主攻关了多项产品并推动其商业化落地，如大功率燃料电池系统、电堆、膜电极等。

东莞证券研报显示，展望2023年，全球新能源汽车销量将实现快速增长，自主品牌新能源车产业链先发优势凸显，全球竞争力提升。

一汽解放持续发力海外市场 巩固行业领军地位

● 本报记者 宋维东

一汽解放相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，面对商用车行业激烈的市场竞争，公司在强化技术研发和产品布局的同时，以高质量营销全力拼抢市场并取得积极成效。下一步，公司将瞄准新的市场增长点及巨大的海外市场空间持续发力，巩固公司在商用车行业的领军地位。

终端市场份额领先

今年以来，受市场需求收缩等多重不利因素影响，商用车市场表现不佳。同时，商用车作为生产资料，在油气价格攀升、运价低迷、货源不稳的背景下，客户运营收益收窄，对商用车行业发展带来一定的冲击。

一汽解放日前举行营销系统动员大会，号召公司营销体系要充分认清市场紧迫形势，积极达成共识，全面进入冲刺状态，抓住年底宝贵时间，全力拼抢市场，行动上见实效。

“面对商用车由增量市场转变为存量市场的白热化竞争格局，公司根据行业需求及客户生态变化，围绕客户痛点，强化生态合作，精准定制开发以客户为核心的多元生态价值产品，推动高质量营销。”公司上述负责人说。

该负责人表示，公司以整车产品为基础，以数据平台为技术支撑，面向企业、个人、生态合作伙伴及间接相关方提供覆盖“创-选-购-用-管-修-换”各环节的产品全生命周期服务。同时，重视市场需求和客户痛点，依托完善的产品结构优势强化精准营销。

此前，一汽解放发布了J6P经典版牵引车，抓住冬储煤市场机遇，抢占以运煤市场为主体的细分市场。公司以“节油赛”等特色活动作为市场推广路径，打造线上竞技平台。四季度以来，一汽解放以全面升级线上赛制作为突破口，开展了多场竞技比赛，全面提升J6V、J6P经典版车型在各自细分市场的关注度。

另外，公司顺应快递、冷链、农产品物流等行业快速发展趋势，积极推广相关产品，着力解决用户痛点。当前，越来越多的生鲜食品、速冻食品、鲜花等货物打破地域限制，流通到各地市场。一汽解放则大力推广J7高端冷藏车，全面提升车辆性能，有效兼顾动力、省油、舒适、安全、效率和收益，保障长距离冷链运输安全、可靠。

今年，一汽解放和宁德时代成立合资公司，面向新能源商用车全生命周期运营，创新商业模式，围绕资源运输、市政工程、城市环卫、物流配送等多场景需求，全面开展车电分离服务、整车租赁及运力承接服务、二手车及电池回收服务 etc合作，打造新型产业生态，抢占新能源优质赛道。

值得一提的是，为缓解低需求、疫情等因素对经销商的影响，一汽解放今年专门制定了金融支持、买断库存、线上活动等系列政策，为经销商解难纾困。这些拓市场、利长远的营销举措，对公司今后市场拓展及客户服务等工作将产生积极影响。

“目前，商用车行业正处于调整、转型及变革的关键时期。”上述负责人表示，在此背景下，公司积极推动营销从渠道运营向客户运营转变，从价格营销向价值营销转变，从关注批发销量向关注终端销量转变。

今年前10个月，一汽解放累计终端市场份额达26.1%，在激烈的市场竞争中稳居中重卡终端市场份额第一位置。

出口业务增速明显

今年以来，虽然国内商用车销量下滑明显，但出口市场表现亮眼。作为商用车行业领军企业，一汽解放在产品、技术以及服务等方面表现出越来越强的市场竞争力，为拓展更大国际市场奠定了坚实基础。

一汽解放进一步强化业务布局，整合商用车出口优势资源，设立商用车海外营销部，出口销量实现跨越式增长。

目前，一汽解放产品已出口东南亚、非洲、拉美、东欧、中东等地区，在11个国家建有14个海外KD工厂，设有31个办事处，拥有87家一级经销商、131家服务商和近300家分销商。公司出口产品包括J7、J6P、JH6、新大威、虎V等，覆盖牵引、载货、自卸、专用等品系，构建了立体化产品矩阵。

一汽解放打造了多元化的出口业务新格局。公司在服务场景布局、服务能力和服务渠道建设等方面深度谋划，针对不同市场制定不同策略，为战略合作伙伴提供从产品选型、整车生产到整备发运、服务保障的全业务链条海外项目用车解决方案。上述负责人表示，在海外市场，公司将进一步创新商业模式，系统绘制商用车海外业务蓝图，促进进出口业务实现更大突破。

为此，一汽解放通过体系协同“出海”，构建“人才+服务+汽车+金融”海外营销平台。公司凭借国内服务体系优势，打造海外市场“一站驻三网”服务模式，引导国内服务商在海外重点市场建立服务总站和国家备件中心库，强化服务网络、备件网络、客服中心网络统筹管理，提升维修、培训、备件建储等全方位保障能力。

此外，积极引导国内优质经销商“出海”，加快培育解放品牌国内经销商国际化，加大重点市场终端资源投入。一汽解放还不断创新金融工具，在渠道和终端两方面发力。

随着海外市场布局不断加速，一汽解放商用车海外业务发展全面提速，海外销量近三年复合增长率达90%，有力扩大了公司市场竞争优势。



一汽解放生产现场

公司供图