

重塑竞争格局 “新旧势力”鏖战中高端新能源车市



视觉中国图片

一汽解放董事长胡汉杰：商用车行业低谷期将大幅缩短

● 本报记者 宋维东

中国一汽总经理助理、一汽解放董事长、党委书记胡汉杰在日前举行的一汽解放2023年商务年会上表示，随着政策陆续落地，在消费复苏、投资的拉动下，物流、冷链等市场会逐步迎来向好变化。商用车行业本次波动低谷期将大幅缩短。面对行业发展新形势，公司将坚持品牌统领、技术领先、价值创领、变革鼎新，持续强化“中国第一、世界一流”的品牌站位，闯出“客户满意、商业成功”的新道路。

有利因素汇聚

2022年，面对复杂的内外部环境，商用车行业发展遭遇挑战，终端需求大幅衰退，由此引发连锁反应。自国六法规切换以来，行业库存持续处于高位。“拼抢终端、客户至上，行业进入买方主导阶段，商用车市场全面进入存量竞争阶段。”胡汉杰说。

进入2023年，商用车行业发展的有利因素不断汇聚。随着扩大内需、促进消费、优化投资等政策陆续落地，经济运行整体向好，市场需求有望迎来恢复性增长。

“我国发展具有诸多战略性有利条件，有超大规模市场，具有强大韧性和活力，长期向好的基本面不会改变。”胡汉杰说，“商用车市场正在向好发展。”

胡汉杰表示，商用车市场具备周期性，基本上四五年一个波动周期。随着政策陆续落地，物流、冷链等市场会逐步迎来向好的变化，本次的波动低谷期将大幅缩短。

根据相关预测，2023年中重卡市场需求会达到90万辆，同比增长17%。从细分市场看，物流、煤炭、冷链等领域有很大的市场机遇。

丰富产品布局

在胡汉杰看来，当前，中重卡市场处于存量竞争阶段，市场竞争愈发激烈。“一汽解放的深厚底蕴，技术积淀、体系能力具备优势。”胡汉杰说。

2022年，一汽解放终端领先优势持续扩大，终端份额达25.7%，实现品牌价值连续11年行业第一，稳居中国商用车第一品牌地位。2023年1月，公司以25.8%的市场终端份额稳居行业首位。

随着商用车市场逐步回暖，一汽解放抓住机遇，充分发挥自身研发优势和产品布局优势，推出一系列极具市场前景和竞争力的新车型。在本次商务年会上，一汽解放展示了牵引、载货、自卸、专用、客车及新能源等重磅车型。

根据一汽解放发布的相关信息，公司今年会陆续投入J7、鹰途、J6V等新产品，在干线物流、山区、畜禽等细分市场导入专属大马力车型，并在发动机的硬件、数据上进行升级优化，让油耗表现进一步领先，进一步巩固解放产品领先优势。

“我们坚持技术领先，对齐欧标布局了‘J7+鹰途’双高端车型组合，打造了J6V等爆款产品。”胡汉杰表示，随着J6G等新品全面投放市场，新能源系列产品全面焕新，公司将全面筑牢产品这条生命线。

以新上市的J6G载货车为例，这是解放J6家族的一款重磅新品。作为全球中重卡单一品牌销量冠军，解放J6创造了诸多佳绩。为适应中国市场高效、舒适、经济、环保等趋势，

解放J6先后推出百余种车型，用完备的产品布局和可靠的高端品质取得了国产高端重卡从无到有、从1辆到100万辆的战绩。历经16年的市场考验，J6系列卡车产销突破140万辆，并创造了365万公里无大修的行业传奇。

J6G载货车的定位是打造中卡高端标杆产品，在外观造型、出勤效率、可靠性能、降油耗、智能化等方面充分体现高端中卡水准。J6G载货车行业首发手机互联、双屏联动、智能账本等功能，赠送远近程控制、智能助驾等39项智能化功能，将给用户的智能化体验带来飞跃式提升，并大幅提高驾乘的舒适性。

在新能源领域，一汽解放按照“15333”新能源战略，全面开展纯电、混动、燃电三大技术路线下的整车及总成产品布局，同时在研发、产能、生态及新能源专属服务方面全面布局。

产能方面，一汽解放先期围绕长春、青岛加大新能源转型力度，完成电动卡车与传统卡车混合批量生产能力建设。截至目前，长春基地已具备新能源中重卡1.5万辆产能，青岛基地已具备新能源中重卡0.25万辆产能，轻卡1.25万辆产能，后期将逐步向红塔、广汉、柳州基地扩展，确保2025年实现12万辆能力。

提升营销能力

“营销起着至关重要的作用。”胡汉杰表示，面对新形势、新变化、新机遇，公司坚持以客户需求为中心，加大与渠道的协同力度，改善营销质量，强化营销创新，做好客户运营能力提升、营销创新能力提升、全维价值贡献提升及营销管理效能提升。

为此，要建立一整套直达终端用户的营销体系，以客户为中心，最大限度感知、捕捉用户需求；根据用户需求与痛点，加快解决方案能力提升，让解决方案更符合用户需求，更具竞争力。

“随着大数据、人工智能等新技术不断成熟，商用车市场愈加透明，客户需求差异化程度进一步加深。”胡汉杰表示，公司和商业伙伴深入到用户的运营场景，全面了解用户的运营模式和盈利模式，在此基础上加快产品定制、金融定制、解决方案定制等个性化策略成型，实现从“满足需求”到“创造需求”的商业模式跨越。

值得注意的是，商用车行业的利润分布加速向后端转移，未来在销售环节的利润会越来越低，后市场占比将越来越高。

“只有实现全价值链的业务覆盖，多维度参与客户运营的全过程，促成客户价值的深度捆绑，才能在白热化的竞争中牢牢抓住客户。”胡汉杰说，“我们必须加速经营重心转变，把后市场业务放到和销售同等甚至更高的地位考虑。”

胡汉杰表示，国家对商用车行业的标准和要求愈加严苛，市场需求快速迭代，每次迭代都是企业优胜劣汰的过程，快速响应市场成为致胜未来的关键。



一汽解放生产现场

公司供图

拓展中高端市场成为车企新能源战略重点。2月23日，吉利品牌发布新能源战略，将推出中高端新能源车系列“吉利银河”。此前，比亚迪、上汽集团等车企陆续推出了中高端产品。业内人士表示，在新能源车销量增速放缓情况下，车企加速由“量”向“质”转型，通过高端化提升单车毛利，改善企业盈利。

值得关注的是，相较传统车企，蔚来、理想汽车等造车新势力较早进入新能源汽车中高端市场，并取得较好表现。

● 本报记者 金一丹

拓展中高端市场

据介绍，“吉利银河”为吉利品牌中高端新能源车系列。吉利控股集团高级副总裁杨学良表示：“中高端新能源车系列拥有纯电、插电混动、增程式混动三种动力形式，采用全新的设计语言与智能化配置，并在运营方面强调用户直连。”

作为老牌汽车制造企业，吉利汽车集团近年来快速推进新能源转型，旗下吉利品牌、几何品牌、极氪品牌、领克品牌等在新能源汽车领域均有布局。数据显示，1月吉利汽车销量为10.35万辆，新能源车销量为1.1万辆。

目前，吉利品牌新能源车以插电式混合动力车型为主。业内人士表示，吉利品牌旗下燃油车和新能源车价差较大，用户对新能源车的接受度会受到影响。推出“吉利银河”新能源车系列，有助于吉利品牌新能源车尤其是混动车差异化推广，打造新品牌形象。

此次推出“吉利银河”系列，并非吉利汽车集团首次向中高端新能源汽车市场进军。2021年，吉利汽车集团推出极氪品牌，定位高端纯电动新能源车市场，并于同年4月推出首款产品极氪001，起售价为30万元。截至2023年1月，极氪001累计交付8.1万辆新车。

东吴证券认为，吉利汽车推出银河中高端产品、几何系列中低端产品，再加高端极氪品牌，布局新能源汽车市场全价位，纯电和混动双向发力，助推吉利汽车快速实现新能源转型。

差异化定位

中高端市场成为传统车企新能源转型的重要方向。

2月10日，上汽智己发布首款SUV智己LS7，进军智能纯电中大型豪华SUV市场，预售价为30.98万元起，2月中旬上市，3月将开启交付。

1月5日，比亚迪发布全新高端汽车品牌“仰望”及其核心技术“易四方”，旗下U8和U9同步亮相。仰望U8是该品牌首款量产车型，定位百万级新能源硬派越野车，意在用电机技术挑战户外越野场景。仰望U9定位百万级纯电动性能超跑，整车搭载易四方动力系统。

另外，广汽埃安于2022年9月推出高端品牌Hyper昊铂，旗下首款超跑车型Hyper SSR售价超128.6万元，预计于2023年10月交付。该品牌还将发布三款新车，分别是30万元级别的轿跑GT、大五座SUV以及MPV。

值得注意的是，相较特斯拉单车毛利率超25%，目前我国自主品牌单车毛利率相对较低。机构测算数据显示，比亚迪单车毛利率约5.26%，吉利汽车约为14.6%（含燃油车）、长城汽车约为18.38%（含燃油车）。

业内人士表示，自主品牌新能源汽车已经打开市场，形成了一定规模效应，尤其是以比亚迪为代表的自主品牌，2022年销量位居世界第一。高端品牌的推出有助于提升车企产品力，进而提升品牌竞争力及市场影响力，将对车企盈利带来较大改善，实现自主品牌由“量”向“质”转型。

英大证券表示，智能电动化的推进或重塑市场竞争格局，传统车企设立新能源子品牌，有望通过差异化定位实现品牌力与估值体系重构。

行业竞争激烈

相较传统车企，蔚来、理想汽车等造车新势力较早进入新能源汽车中高端市场。

中汽中心数据显示，1月，在30万元至40万元价格区间，蔚来ET5以6777辆销量居于榜首，均价为32.8万元；同时，极氪001、小鹏G9、蔚来ES6等销量超过奔驰EOB。

在40万元以上价格区间，蔚来ES7、蔚来ET7销量占据前两位，销售均价在45.8万元以上，销量超过保时捷Taycan、奔驰EQE、奔驰EQS以及宝马iX。

阿维塔科技是由长安汽车、华为、宁德时代三方赋能的新势力品牌，首款车型阿维塔11定价34.99万元起，标配双电机四驱系统及宁德时代三元锂电池。理想汽车持续加码中高端市场。理想汽车CEO李想日前表示，理想汽车除了已发布的理想L9定价在50万元以内，理想L7、L8将定价在40万元以内，理想L6将定价在30万元以内。

华西证券表示，车企纷纷推出高端智能电动汽车品牌，将从供给端撬动需求，尤其是爆款车型的推出，将带动新能源汽车渗透率加速提升。

4D毫米波雷达有望加速渗透

● 本报记者 张兴旺

4D毫米波雷达备受市场关注。保隆科技、欧菲光、硕贝德、联合光电等上市公司近日披露了4D毫米波雷达相关业务进展。中信证券称，业界推断特斯拉计算平台HW 4.0或接入4D毫米波雷达，4D毫米波雷达商业化趋势有望进一步确立。

4D毫米波雷达备受关注

2月22日，硕贝德在互动易介绍，4D毫米波雷达是指能够检测物体距离、长宽高及相对速度的传感器，公司能够研发生产4D毫米波雷达波导天线，相关产品已小批量供货。

中信证券研报称，4D毫米波雷达通过增加发射、接收通道数量，提升纵向分辨能力，从而解决传统毫米波雷达无法有效识别静止物体、测量角度误差范围较大的问题。现阶段激光雷达的产品单价约600美元-2000美元，4D毫米波雷达约为150美元-200美元，相比激光雷达性价比优势明显。国内市场方面，4D毫米波雷达已搭载于飞凡R7、深蓝SL03等量产车型，产品有望加速渗透。

门店客流量多了 车市持续升温

● 本报记者 李媛媛

“从2月开始，进店的客流量就多起来了，这周比上周有明显增多。”2月22日，北京海淀区一极狐直营店销售人员张逸（化名）向中国证券报记者表示。这成为车市回暖的一个缩影。受新能源汽车“国补”政策退出和春节假期等因素影响，1月车市遇冷，进入2月后逐渐回暖。乘联会预计2月乘用车零售销量环比增长4.3%。

业内人士表示，消费者信心持续稳定恢复，终端客流持续升温，叠加各地补贴持续发力，预计3月车市将步入正轨。

此外，河南省提出，将购车补贴政策延续至2023年3月底，在省内新购汽车按购车价格的5%给予消费者补贴，最高不超过1万元/辆。

申港证券表示，近期新能源汽车上游原材料价格走低，电芯成本随之下降，为新能源车企开启以价换量提供保障。同时，众多车企加入价格战以推动销量上涨，新能源汽车需求有望超预期。

乘联会数据显示，2月1日至2月19日，乘用车市场零售73.0万辆，同比增长16%。

乘联会表示，2月上旬车市处于温和恢复阶段，中下旬各地车市会逐渐步入常态，补贴的发放及新能源汽车价格调整逐步落地，将助推市场恢复正常水平。

东莞证券表示，2月乘用车市场回暖趋势显现，客流量回升明显。预计2月乘用车产销环比和同比均实现正增长。乘联会预计，2月狭义乘用车零售销量135万辆，同比增长7.2%，环比增长4.3%。其中，新能源车零售销量40万辆，同比增长46.6%，环比增长20.3%，渗透率

中信证券称，目前，威孚高科、经纬恒润正与4D毫米波雷达芯片供应商Arbe紧密合作，进行产品研发。华域汽车的4D毫米波雷达已实现小批量供货，保隆科技的相关产品处于研发测试阶段。4D毫米波雷达有望带动元器件量价齐升，上游元器件供应商有望受益。

上市公司披露业务进展

2月23日，保隆科技表示，公司于2021年底开始布局4D毫米波雷达研发，目前处于优化调试阶段，预计今年8月会开展客户推广，初步量产时间预计为2024年一季度。

欧菲光称，公司在4D毫米波雷达方向布局多款产品，包括4D中长距雷达、4D成像舱内雷达、4D数字成像雷达等。

雷科防务称，公司的4D毫米波雷达已初步完成研发，开始对接客户，尚未量产。联合光电表示，凭借技术优势，公司的毫米波雷达产品获得了整车厂定点。公司已储备4D毫米波雷达的相关技术，正在研发中。万安科技表示，公司与合作方共同研发4D毫米波雷达，目前该项目处于产品测试阶段。

为29.6%。乘联会强调，终端展厅客流持续升温，消费者信心将稳定恢复，预计车市将在3月平稳步入正轨。

政策助力