

频受国际巨头青睐

自主品牌新能源车迈向技术输出新阶段

7月27日小鹏汽车宣布，与大众汽车集团签订战略合作框架协议，双方将基于各自核心竞争力和小鹏汽车G9车型平台、智能座舱以及高阶辅助驾驶系统软件，共同开发两款B级电动汽车车型。同时，奥迪宣布与上汽集团深化合作，拓展高端市场智能网联电动车产品组合。

业内人士表示，相比传统燃油车时代，此次合作体现出我国车企在产品技术领域实力增强，话语权得到提升，可以视为中国汽车工业从技术引进迈向技术输出新阶段。车企出海模式需要开展创新设计，基于当前比较优势，形成一种新的国际分工。

● 本报记者 金一丹



视觉中国图片

增资造车新势力

据了解，在合作初期，小鹏汽车与大众汽车计划面向中国的中型车市场，共同开发两款大众汽车品牌的电动车型，用于补充基于MEB平台的产品组合，并计划于2026年投入市场。小鹏汽车公告称，与大众汽车集团联合开发的两款车型为B级纯电动汽车，将基于各自核心竞争力和小鹏汽车的G9车型平台、智能座舱以及高阶辅助驾驶系统软件。

作为战略合作的一部分，大众汽车集团将向小鹏汽车增资约7亿美元，收购小鹏汽车约4.99%的股权。交易完成后，大众汽车集团将获得小鹏汽车董事会一个观察员席位。

大众汽车集团旗下豪华汽车品牌奥迪同时宣布，与上汽集团签署战略合作备忘录，进一步深化现有合作。双方将通过共同开发，快速、高效拓展高端智能网联电动车产品组合。

据介绍，双方将共同开发电动车型，配备最先进的软硬件。此外，双方设想在未来联合开发用于下一代智能网联汽车（ICV）的全新本土化平台。

奥迪汽车股份公司董事李博睿表示：“奥迪在全球最大的汽车市场全力推进电动化。在过去两年成功合作基础上，我们将加强与上汽集团长期合作，快速、高效开发下一代高端智能网联电动汽车。与上汽集团

我国已成为全球最大的汽车生产和消费国。尤其是新能源赛道，涌现出小鹏汽车、蔚来、理想汽车等一批造车新势力品牌。同时，比亚迪等传统自主品牌加快电动化转型。电动化、网联化、智能化和共享化驱动全球车企转型。

今年以来，比亚迪新能源汽车月销量保持在20万辆以上，稳居新能源汽车销量榜榜首。理想汽车月交付量从造车新势力中脱颖而出，6月月交付量超过3万辆。

在新能源汽车领域，自主品牌的创新能力和技术实力越来越受到传统国际汽车品牌巨头的重视和认可。宾理汽车创始人、曾任大众中国执行副总裁苏伟铭表示：“中国车企从以往的技术引入者角色正转变为技术输出者。我们需要在

大众汽车集团成立于1938年，总部位于德国沃尔夫斯堡，是欧洲最大的汽车公司之一，旗下拥有奥迪、斯柯达、捷达、保时捷、宾利、兰博基尼等独立品牌，实现从顶级豪华汽车到实用经济型汽车全覆盖。

此次是大众汽车集团首次与中国造车新势力品牌进行深度合作。大众汽车乘用车品牌中国首席执行官孟侠表示：“大众汽车品牌在中国市场长期推进电动化战略。伴随电动汽车市场强劲增长，我们希望开拓更多市场机会，将与实力雄厚的本土合作伙伴开展联合开发，迅速扩大我们的产品组合。”

这样的本土合作伙伴展开更加紧密的合作，有助于奥迪实现在中国开辟高端智能网联电动汽车细分市场的目标。”

上汽集团副总裁、总工程师祖似杰表示：“结合双方优势，我们将加快上汽奥迪全新电动车型开发，满足中国客户对高端电动智能网联汽车的需求。上汽集团将利用技术优势，参与联合产品开发。”

近期，大众汽车集团及奥迪与中国一汽之间的合作也得到强化。7月14日，中国一汽与大众集团、奥迪公司举行深化战略合作谅解备忘录签署仪式。中国一汽和大众集团将协力进一步强化大众品牌产品阵容，推动

出海模式上开展创新设计，基于当前比较优势，形成一种新的国际分工模式。”

作为燃油车时代龙头，在新能源时代大众汽车集团优势并不明显。数据显示，今年上半年，大众汽车集团在全球的纯电动汽车交付量为32.16万辆，同比增长48%，在其总交付量中的占比从2022年同期的5.6%增长至7.4%。而今年1—6月，比亚迪新能源汽车累计销量达到125.56万辆，同比增长95.78%。

在造车新势力品牌中，小鹏汽车以智能化见长。在何小鹏看来，智能驾驶是新能源汽车发展下一个五年的决胜关键。“今年下半年，基于XNET深度学习算法的XNGP将不再依赖高精地图，将具备能力覆盖全国范围多个城市的道路。小鹏汽车

小鹏汽车董事长兼首席执行官何小鹏表示：“大众汽车集团和小鹏汽车高度互补的优势是双方长期战略合作的基础。我们将互相分享智能电动汽车技术和世界一流的设计及工程能力。小鹏汽车一直坚持全栈自研电动汽车平台以及车联网和自动驾驶软件，很高兴能为双方战略合作贡献我们的技术专长，同时为小鹏汽车以及股东创造价值。”

花旗银行认为，预计小鹏G9的软件和XNGP智能辅助驾驶系统将开放给大众汽车。另外，双方可能共同开发下一代电动汽车平台和软件，并进一步丰富供应链。

电动化车型发展，并强化中国本土技术引入。双方将继续支持捷达子品牌的可持续发展及充电合资企业开迈斯的发展，进一步推动中国新能源汽车生态系统及基础设施建设。

中国一汽和奥迪将合作进一步扩大在华高端产品阵容，并加强在生产制造及销售领域的合作。其中，奥迪一汽新能源汽车有限公司将按计划于2024年底为中国市场投产基于PPE平台的奥迪车型。

大众汽车集团表示，公司正在强化在中国汽车市场的地位，不断推进电动化战略，快速拓展全新客户群体及细分市场，全面参与蓬勃发展的中国电动汽车市场。

自动驾驶技术和用户使用率将迎来拐点。”

大众汽车集团（中国）总裁兼CEO贝瑞德表示：“与小鹏汽车携手，让我们在关键技术领域有了一个强有力的合作伙伴。我们的核心竞争力将结合在一起，创造协同效应，更快推出符合中国客户独特需求的新产品。同时，优化合作方的开发和采购成本。”

天风证券认为，此次合作属于国内汽车行业里程碑式事件，标志着国内车企电动智能化能力得到认可，为后续国内整车及零部件出海打开了想象空间。东吴证券认为，产业新老玩家联合开发，自主品牌技术已具备全球影响力。在电动智能车时代，中国汽车品牌已经具备全球重大影响。

电池级碳酸锂价格下行

● 本报记者 李媛媛

7月27日上海钢联数据显示，电池级碳酸锂现货均价报28.5万元/吨，整体呈现小幅震荡下跌趋势。从相关上市公司业绩看，受电池级碳酸锂价格下跌影响，融捷股份、藏格矿业等锂矿企业上半年业绩表现不佳。

上半年业绩承压

自2022年11月以来，电池级碳酸锂价格整体呈现下跌态势，一度跌至20万元/吨。今年4月—5月，电池级碳酸锂价格快速上涨至30万元/吨以上，近期又回到30万元/吨以内。

电池级碳酸锂价格下跌，导致锂矿企业业绩表现不佳。截至7月27日，已有11家锂矿企业披露了2023年上半年业绩预告，2家企业预增，9家企业预减。

多数锂矿企业上半年业绩并不佳。以融捷股份为例，公司预计2023年上半年实现归母净利润2.7亿元—3.3亿元，同比下降42.7%—53%。而2022年上半年公司归母净利润同比增速达到4444%。融捷股份表示，报告期内，锂盐价格持续下跌，联营锂盐企业利润大幅下降，公司确认的投资收益大幅减少。同时，公司锂盐业务销售量同比大幅减少，锂盐业务净利润同比大幅下降。

雅化集团预计，上半年归母净利润下降53.59%—62.43%。雅化集团表示，受锂行业供需变化等因素影响，锂盐价格大幅下降。而锂原料价格仍处于高位，锂盐产品盈利空间被压缩，导致公司经营业绩整体较去年同期下滑。

吉翔股份业绩预告显示，公司预计上半年归母净利润为800万元—1200万元。吉翔股份表示，2023年上半年锂盐价格下行，公司及时预判市场变化，一季度加速出货，合理控制存货跌价风险。同时，公司锂盐业务及时调整为以加工为主的模式。截至目前，吉翔股份年产45000吨锂盐项目一期稳定运转，二期已于2023年4月开工。

加快布局下游

目前，国内碳酸锂处于生产旺季，而需求处于淡季，供需矛盾突出，现货市场价格承压。业内人士预计，短期碳酸锂市场或维持偏弱运行态势。

国泰君安研报显示，碳酸锂供给得到改善，夏季青海地区气温回升，碳酸锂季节性增量明显。盐湖企业陆续放货，同时江西云母矿陆续开工。而需求端短期承压，下游动力电池需求增速不及预期。

值得关注的是，中国证券报记者梳理发现，上游锂矿企业加快布局产业链下游环节，加快一体化战略。

锂矿龙头赣锋锂业日前公告称，子公司赣锋锂电拟在敕勒川乳业开发区投资建设锂电池生产项目。项目分两期建设，其中一期建设年产10GWh锂电池项目，计划投资金额不超过60亿元。

赣锋锂业表示，本次投资有助于提升公司锂电池产品的生产规模、市场份额和研发能力，推动公司锂产业链结构优化升级，增强公司核心竞争力，符合公司上下游一体化发展战略。

另一锂矿龙头天齐锂业近日公告称，全资子公司天齐锂业香港拟1.5亿美元参与smart Mobility Pte.Ltd.（简称“SM”）A轮融资，入局整车领域。SM现有主要股东为吉利控股集团及梅赛德斯—奔驰。

天齐锂业表示，新能源汽车作为锂电产业链末端，最接近需求端的窗口。本次投资预计将为公司未来业务发展带来积极影响。

强化综合优势

客车企业发力海外市场

● 本报记者 宋维东

近期，部分客车制造上市公司介绍了海外业务发展情况。宇通客车称，随着新能源客车认可度不断提高，在环保要求、国际形象提升以及新能源车辆技术进步、经济性不断提高等因素推动下，海外市场新能源车需求持续快速提升。

业内人士表示，客车生产企业要抓住机遇，聚焦自身综合竞争优势，不断加大出口力度，持续发力海外业务，培育新的盈利增长点。

拓展海外业务

7月，客车生产企业海外业务不断传来好消息。

宇通客车在哈萨克斯坦业务拓展再获丰收。日前，哈萨克斯坦引进一批宇通客车，共计224辆，其中包括20辆18米纯电动客车，这是该国目前引入的最长公交车。从2005年至今，宇通客车累计向哈萨克斯坦出口客车超4300辆，覆盖公交、校车、医疗、旅游等细分领域。

常隆客车日前向欧洲批量出口新能源客车，实现从“示范尝鲜”到“批量销售”的跨越。据悉，此次交付的12米纯电动客车是常隆客车针对欧洲客户重点研发的产品，安全、可靠、高效且环保。车辆采用全承载车身结构和整车阴极电泳，更加防腐防锈、安全耐用。

宇通客车、常隆客车等企业在海外市场斩获订单，体现出海外市场对中国客车企业的高度认可。

近年来，随着中国商用车企快速发展，在产品、技术、服务等方面竞争力越来越强，为拓展更大国际市场奠定了坚实基础。当前，中国新能源商用车渗透率不断提升，国内市场竞争越发激烈。面对未来汽车行业发展新趋势，补齐短板、加速抢滩国际市场已成为国内客车生产企业发展的必经之路。

业内人士表示，海外市场需求增加，对国内客车出口带来提振作用。凭借相对成熟的技术及较高的性价比，中国客车赢得越来越多海外客户青睐，从而推动相关客车出口市场发展。

融入当地市场

为更好地抓住海外市场机遇，国内客车生产企业在提升产品力的同时，充分发挥自身综合优势，推动业务升级，从单纯销售产品发展到提供全方位解决方案，逐步实现从“走出去”到“走进去”转变，更加贴合并融入当地市场，深化与海外客户的合作关系。

以宇通客车在哈萨克斯坦的业务布局为例，公司充分发挥产业链及创新链优势，在当地与合作伙伴筹建工厂，并带动上下游产业链快速发展。据悉，宇通客车已在哈萨克斯坦、巴基斯坦、埃及、马来西亚等多个国家和地区通过KD组装（散件组装）方式进行本土化生产，实现由产品输出走向技术输出，创新业务模式。

第一商用车网分析称，要在海外市场取得突破，只在产品上下功夫远远不够。中国商用车厂商走向海外，必须抓住新能源机遇。在新能源汽车领域，我国走在全球前列，新能源汽车销量、保有量远超其他国家和地区。同时，中国车企要提前了解当地市场，因地制宜提供定制化产品，并做好配套服务，为海外客户提供新能源车系统解决方案。

在国内客车企业摩拳擦掌，加大力度开拓海外市场的同时，投资者也在关注客车企业海外业务开展情况。安凯客车7月21日在回复投资者关于公司新能源汽车出口情况提问时就表示，公司目前已在法国、韩国、泰国、乌拉圭、牙买加、以色列等10多个国家和地区实现新能源产品出口。若出台相关支持新能源汽车出口政策，将进一步促进公司新能源产品出口。

助力业绩提升

今年以来，客车出口市场保持良好势头。随着国内客车企业国际竞争力不断提高，出口业务将对提升企业盈利能力起到重要作用。

宇通客车日前披露的业绩预告显示，公司预计2023年上半年实现归属于上市公司股东的净利润3.8亿元至5.6亿元，同比增长82%至137%。对于业绩预增原因，中通客车表示，报告期内，随着中国客车产品竞争力不断提升及海外客车市场需求持续恢复，公司出口销量实现大幅增长。

中通客车预计，上半年实现归属于上市公司股东的净利润4000万元至5200万元，同比增长82%至137%。对于业绩预增原因，中通客车表示，报告期内，公司调整销售策略，聚焦优势产品，高附加值产品销量增加，特别是出口规模扩大，推动公司经营业绩好转。

当前，客车企业对海外市场发展持乐观态度。部分企业表示，随着全球经济的恢复和公共交通出行需求改善以及各类大型赛事、展会如期举办，预计行业需求将持续恢复性增长。此外，海外各国陆续出台新能源产品购置相关激励政策，预计海外新能源客车市场将呈较快增长态势。

