

“一车出海带动全链”

新能源汽车产业链出海提速

日前,能链智电宣布,拟6640万美元全资收购欧洲领先的电动汽车充电服务解决方案提供商瑞典Charge Amps,深入欧洲充电服务市场,开展欧洲本地化服务。

能链智电此举正是中国新能源汽车产业链加速出海的一个缩影。中国证券报记者梳理发现,今年以来,不仅仅是汽车自主品牌,新能源汽车产业链多个环节企业,包括动力电池、电池材料、充电桩等也加快出海,布局国际市场。

业内人士表示,随着中国汽车海外市场的影响力和竞争力不断提升,为保障供应链安全可控,“一车出海带动全链”的模式正加速显现,全产业链生态出海不断提速。

● 本报记者 李媛媛

抢抓海外发展机遇

能链智电公告称,目前公司已与瑞典Charge Amps完成协议签署,通过此次并购,能链智电将深入欧洲充电服务市场,开展欧洲本地化服务,并实现与Charge Amps在充电桩的自主研发、生产制造、市场营销以及充电服务解决方案等领域的业务协同与资源整合,为开展更大范围的全球化业务布局提供实践经验。

基于在中国新能源充电服务市场的成功实践,能链智电开启全球化战略布局,致力将中国充电服务行业解决方案带到全球。欧洲方面,能链智电在荷兰设立了欧洲总部,为当地合作伙伴提供完善的充电产品和服务。能链智电为新能源全产业链提供一站式服务,包括充电站选址咨询、软硬件采购、运营运

维等,于2022年6月13日在纳斯达克上市,是中国充电服务第一股。

国信证券研报显示,欧美市场作为全球较大的新能源汽车市场,相较于中国市场而言,欧美市场车桩比例较低。

以欧洲为例,数据显示,截至2022年,欧洲新能源汽车保有量达762万辆。然而,欧洲公共充电桩保有量仅从2016年的11.61万个增加至2022年的47.47万个,公共充电桩建设力度远低于新能源汽车增速。公共车桩比高达16:1,存在较大的充电桩缺口。

业内人士表示,相比于大多数国家,我国充电桩产业起步较早,产业较为完善,有条件的充电桩企业应该抢抓发展机遇,加快开拓海外市场,将优质产品和技术输出。

带动全产业链布局海外市场

国际能源署日前发布的《2023年全球电动汽车展望》报告显示,预计2030年,全球电动汽车的销量将超过7000万辆,保有量将达到3.8亿辆,全球年度新车渗透率有望触及60%。

业内人士表示,随着需求、政策、技术推动产业进入增长周期,中国新能源汽车产业链出海有望迎来发展机遇,“一车出海带动全链”的模式正加速显现,全产业链生态出海不断提速。

记者梳理发现,近期香山股份、科士达、特锐德等多家新能源汽车产业链相关企业正在加快开拓海外市场。

8月21日,香山股份发布可转换公司债券预案,拟募集7亿元,其中3.4亿元用于墨西哥等地产能提升项目建设。香山股份此前表示,为更好服务全球头部新能源客户,公司将继续扩建墨西哥工厂,支持新能源及相关产品出海业务快速发展。

科士达董秘范涛表示:“公司目前正在做海外市场的充电桩认证,待认证完成,公司将加大在海外

的销售力度,从而提升充电桩板块业绩。”

特锐德表示,在电动汽车充电网络业务领域,子公司特来电已进行海外充电产品的研发布局,并与海外大型车企、能源运营商、公交集团等客户合作,在中亚、东南亚、俄罗斯、欧洲等地区均有充电设备的出口。未来,海外市场有巨大增长空间,公司将会根据海外新能源汽车的发展以及战略发展规划,进行海外业务的拓展。

与充电桩相关企业出海相比,我国动力电池企业在海外布局较早,更为成熟。7月27日,亿纬锂能公告称,公司与EA集团拟在泰国共同组建合资公司,以该合资公司作为实施主体建设至少6GWh的电池生产基地。此外,宁德时代、蜂巢能源、国轩高科、欣旺达、远景动力、比亚迪等中国主流动力电池企业都已经在海外布局建厂。

当然,中国动力电池企业出海,并不止于海外建厂单一商业模式,也包括了技术支持、专利许可等多种多元化的方式。

多家车企出海“忙”

据中国汽车工业协会统计,今年上半年我国汽车出口量首次超过日本,跃居世界首位。与此同时,近期多家车企密集披露出海新动向。

7月4日,上汽集团相关负责人在媒体沟通会上透露,上汽集团已将在欧洲建厂的工作提上议事日程,目前正在选址。

1-7月,上汽集团海外市场累计销量63万辆,同比增长31.6%。上汽集团2023年的海外销量目标是120万辆,其中自主品牌占比超七成。

上汽集团介绍,上汽自主品牌MG在欧洲市场延续亮眼表现,前7个月累计销售13.5万辆,同比增长148%,在英国、德国、法国、意大利、西班牙、瑞典、爱尔兰等发达国家新车销量排名靠前。

极氪日前宣布,继登陆欧洲市场后,公司与以色列联合集团(Union Group)签署协议,双方将在以色列市场建立汽车经销网络。根据双方协议内容,Union Group旗

下的汽车业务部GEO Mobility计划将于2023年第四季度在以色列市场推出极氪品牌,并且组建专业管理团队,为极氪建立沉浸式体验中心和高标准服务体系。极氪将在以色列市场推出轿跑极氪001和SUV极氪X两款车型,预计在第四季度开启预售并随后实现交付。

随着中国汽车海外市场的影响力和竞争力不断提升,我国汽车产业实现了包括整车、技术、品牌、动力电池、充电桩等全产业链的出海。中国电动汽车百人会副理事长董扬认为,从过去的整车出口到目前在当地建厂,并且实现零部件、服务本土化落地,这是我国车企从过去简单的产品贸易转向“产品、技术、人才、管理”的全产业链输出的体现。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示,未来,我国汽车产业链企业在海外直接投资模式会进入一个快速发展的阶段,整个供应链体系也需要本地化。



视觉中国图片

各地继续出台促汽车消费政策

大力激发市场潜能

● 本报记者 宋维东

日前召开的沈阳市恢复和扩大消费政策措施新闻发布会透露,沈阳市拟提出一批新的突破性举措,持续激发汽车市场活力。近期,除沈阳外,不少地方继续出台促进汽车消费的政策举措。业内人士表示,政策支持对汽车消费市场有明显的促进作用,提振效应明显,有助于进一步释放消费潜能,保持汽车市场平稳增长态势。

政策红利持续

汽车消费体量大、潜力足、产业带动作用强,促进汽车消费对稳定我国消费大盘、促进产业链高质量发展具有积极作用。此前,不少地方推出政策举措,大力促进汽车消费,活跃市场氛围,效果可圈可点。近期,无论国家层面还是地方层面,又陆续送出政策“红包”,进一步稳定和扩大汽车消费。

国家发改委等部门日前印发《关于促进汽车消费的若干措施》,提出了优化汽车限购管理政策、支持老旧汽车更新消费、加快培育二手车市场、加强新能源汽车配套设施建设、着力提升农村电网承载能力、降低新能源汽车购置使用成本等10条措施,进一步稳定和扩大汽车消费,优化汽车购买使用管理制度和市场环境,更大力度促进新能源汽车持续健康发展。

同时,要求各地区、各有关部门要及时出台配套政策措施并抓好政策落实,支持有关行业协会、商会、汽车企业、金融机构等开展汽车促销活动,不得出台地方保护的政策,避免恶性竞争,共同维护行业秩序,营造有利于汽车消费的政策和市场环境。

“针对汽车消费细分市场,我们将研究优化更多大众化、普惠性的支持政策,更好满足人民群众多层次、多样化的消费需求,推动相关产业高质量发展。”国家发改委副主任李春临说。

据悉,今年以来,在各项促消费政策、汽车营销活动、新车型大量上市等因素共同助力下,上半年汽车类商品零售额达到22409亿元,同比增长6.8%。

各地也积极行动,推出更多有针对性、实效性的举措,促进汽车消费。

“我们锚定建设国家中心城市总目标,把恢复和扩大消费摆在优先位置,加快建设区域性国际消费中心城市,坚持有效市场和有为政府更好结合、坚持优化供给和扩大需求更好结合、坚持提质升级和创新发展更好结合。”沈阳市发改委总经济师姜晓华说。

为此,在稳定大宗消费方面,沈阳市提出了拟优化汽车购买使用管理、扩大新能源汽车消费等重点领域消费措施,特别是发放汽车消费补贴、对汽车下乡活动给予最高20万元补助等政策措施,将持续激发汽车市场活力。

从8月16日起,包括2023(第二十八届)大连国际汽车展览会期间,大连市再次向在大连购车人发放总额3300万元的汽车消费券,本轮汽车消费券活动将延续至今年9月30日。活动期间,满足条件的消费者单车(新车)购置满10万元以上即可享受政府的购车补贴,最高补贴5000元;满足条件的消费者购车(二手车)购置满5万元以上即可享受政府的购车补贴,最高补贴2000元。

汽车消费券的拉动作用立竿见影。据统计,大连市今年上半年开展的总额5000万元汽车消费券发放活动,整体核销比例达到95%,实现汽

车销售额23.89亿元,销售全新整车11127辆,进一步巩固了消费市场加快恢复的势头。

日前,福建省外贸外资(稳价保供)协调机制办公室出台《关于进一步促消费扩内需若干措施》,其中包括,在扩大汽车消费方面,继续开展汽车消费补贴活动,省市财政对消费者购买新车给予一定补贴;推动各地开展“百城联动”汽车消费节和汽车下乡等汽车展销活动50场以上等措施。

新能源汽车下乡成新亮点

今年前7个月,我国新能源汽车产销量分别达到459.1万辆和452.6万辆,同比分别增长40%和41.7%,继续保持较快增速。近期无论国家层面还是地方层面,在出台的促进汽车消费政策中对新能源汽车继续给予大力支持。

值得注意的是,不少地方推出的政策举措中,农村市场被作为促进新能源汽车消费的重点潜力增长点被提及,新能源汽车下乡成为一大亮点。

今年上半年,国家发改委、国家能源局印发《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》,推动新能源汽车下乡、引导农村地区居民绿色出行。

日前印发的《浙江省完善高质量充电基础设施网络体系促进新能源汽车下乡行动方案(2023-2025年)》,按照“政府引导、市场主导、企业化运作”要求,坚持规划统筹、适度超前,坚持县域统筹、市场运行,坚持政策统筹、两侧发力,推进供给创新与需求牵引相促进、产业链延伸与生态圈构建相结合,打造全省域畅行无忧、全生命周期服务管理、全场景丰富多彩的新能源汽车下乡“浙江模式”。

根据方案,到2025年,浙江省累计建成充电桩230万个以上、乡村不少于90万个。其中,建成公共充电桩12万个、乡村不少于2万个,满足400万辆以上新能源汽车充电需求。

福建省在《关于进一步促消费扩内需若干措施》中也特别明确,鼓励适销对路新能源车型下乡扩展市场,丰富农村新能源汽车市场供给;积极协调推动完善农村地区充电基础设施体系建设。

全年汽车消费可期

今年7月,在去年同期高基数影响下,叠加传统车市淡季,汽车产销节奏有所放缓,整体市场表现相对平淡,环比、同比均有所下滑。其中,乘用车产销环比、同比双降,新能源汽车和汽车出口延续良好发展态势。

中汽协方面表示,预计伴随新一轮汽车促消费政策的实施落地,汽车消费潜力有望得到进一步释放,有助于行业全年实现稳增长目标。

值得注意的是,近期,一些车企掀起了新一轮降价潮,叠加多地汽车促消费活动,提升汽车消费热情。业内人士表示,这将有利于汽车市场回暖,下半年的市场表现值得期待。

乘联会方面称,当前,我国汽车产业竞争格局发生了巨变,国内消费者对新能源车接受度持续攀升,市场上豪华车占比不断提高,汽车出口也进入了腾飞期,叠加国内对新能源车购置税将实施“两减两免”和多项汽车消费促销活动,也将对汽车市场产生全面而深远的影响。7月淡季需求保持较强的特征,也符合我们的预期,但年末的旺季需求仍有一定的不确定性。

“基于以上考虑,乘联会保持今年乘用车零售2100万辆和新能源乘用车批发850万辆预测量不变。”乘联会方面表示。

新品供给加大 传统车企加速拓展新市场

● 本报记者 金一丹

近日,长城汽车、吉利汽车先后宣布,将焕新升级旗下经典品牌哈弗H系列及领克品牌。同时,通过旗下全新新能源品牌极氪、吉利银河,吉利汽车还将密集推出多款新车型,拓展更多细分市场。

业内人士表示,传统车企具有燃油车时代积累的供应链、营销网络以及经典系列产品积累的存量用户优势,在品牌转型过程中,通过品类焕新,资源整合,有助于传统车企事半功倍深耕存量市场并快速打开新市场。

重启经典车型

在近日召开的长城汽车新哈弗H5上市发布会上,哈弗品牌经典番号H5得到重启,官方指导价为12.28万元-15.78万元,定位为大型全用途硬派SUV。

长城汽车介绍,相比老款哈弗H5,新哈弗H5在车身尺寸、动力系统等多个方面进行了升级,更好匹配用户在家用、长途旅行和玩车上的综合需求。尺寸方面,哈弗H5车长为5190mm、轴距3140mm,同时配备2630mm的超长铝合金一体式行李架,可以安放车顶帐篷、户外运动用品等,并且配有移动的高空钓台,行李架上预留了卡槽结构,可挂载钓竿支架,适配野钓露营爱好者需求。

动力系统方面,新哈弗H5搭载了2.0T汽/柴油+采埃孚8AT变速箱的动力组合,具备充足的动能及灵敏的动力响应系统。此外,新哈弗H5整车采用笼式设计,其中高强度钢材的应用比例达到73.79%,关键部位使用抗拉强度超1500MPa的钢材,提升了整车的安全性。

业内人士告诉中国证券报记者:“哈弗H5是长城哈弗品牌旗下最经典车型之一,2010年至2018年期间在市場热销,一度成为国内SUV市场的销量冠军。后来,随着长城的车型、品牌升级调整,逐步退出历史舞台。此次重回江湖,有望激活存量用户换车热情,同时以老牌子口碑吸引新用户。”

“在消费市场需求升级的重要节点,传统乘用车已经无法满足用户的进阶需求,传统商用车又无法满足用户的舒适性需求。”长城汽车相关负责人表示,“新哈弗H5在继承老款H5的品质和超过80万用户基础上,将进一步助力哈弗品牌全面焕新,开辟全新品类市场,不断丰富SUV市场的购车选择。”

哈弗品牌H系列专注城市生活,以经典SUV车型为主;狗系列专注轻越野品类;龙系列是全新的新能源序列,专注科技未来。值得一提的是的,全新新能源紧凑型SUV哈弗猛龙将在今年成都车展开启预售。

东吴证券表示,长城汽车新产品国内外推广进展顺利,智能电动化新周期开启,新能源智能化车型占比快速提升,豪华化领跑地位愈发清晰,非车业务收入有望加速释放。

加速新能源布局

近期,在2023年上半年财报业绩发布会上,吉利汽车不仅宣布旗下新能源品牌吉利银河、极氪将持续推出多款新车型,拓展更大的市场,也将进一步深耕领克等经典品牌,实现产品焕新。

吉利银河L7于今年5月正式上市,定位为A级智能电混SUV。作为吉利银河智能电混系列的首款产品,银河L7共推出5个车型,官方起售价为13.87万元,6月-7月销量分别达到了9673辆及10058辆。此外,新车型银河L6、银河E8将于今年三季度、四季度陆续上市交付。华西证券认为,伴随新车型上市,渠道完善,银河有望延续销量增长,加速新能源车转型。

吉利汽车集团董事长、吉利汽车控股有限公司执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧在业绩发布会上表示,极氪作为吉利体系内豪华纯电动汽车旗舰品牌,成立以来便持续聚焦于纯电领域。公司计划将于2025年实现65万辆的销量目标,同时从现在开始以每年2款全新车型的进度投放市场,以满足各个细分市场的需求,进而实现公司的第一个五年计划。

安聪慧还透露,目前极氪仅有三款车,以小众市场为主。今年底,极氪将推出轿车,明年将推出SUV,产品将覆盖到容量更大的细分市场。据悉,今年上半年,极氪累计交付42633辆新车,同比增长124%,全年销量目标为14万辆。

领克作为吉利汽车高端系列品牌,也正加速焕新步伐。吉利汽车集团CEO、吉利汽车控股有限公司执行董事涂闯表示,领克08的推出将是领克2.0阶段的开始。

“自8月8日发布以来,领克08的预定量已经超过1万辆。到明年,还将有三款以上领克新产品投放市场。我们坚定不移让领克品牌快速新能源化,也会把一些好的技术、全新的造型、全新的动力总成都用在领克身上。”涂闯说。

申万宏源证券表示,今年下半年,随着吉利银河、极氪品牌多款重磅车型密集上市,有望成为市场爆款产品,期待吉利汽车的销量和品牌再次向上突破。



极氪品牌旗下首款车极氪001

本报记者 金一丹