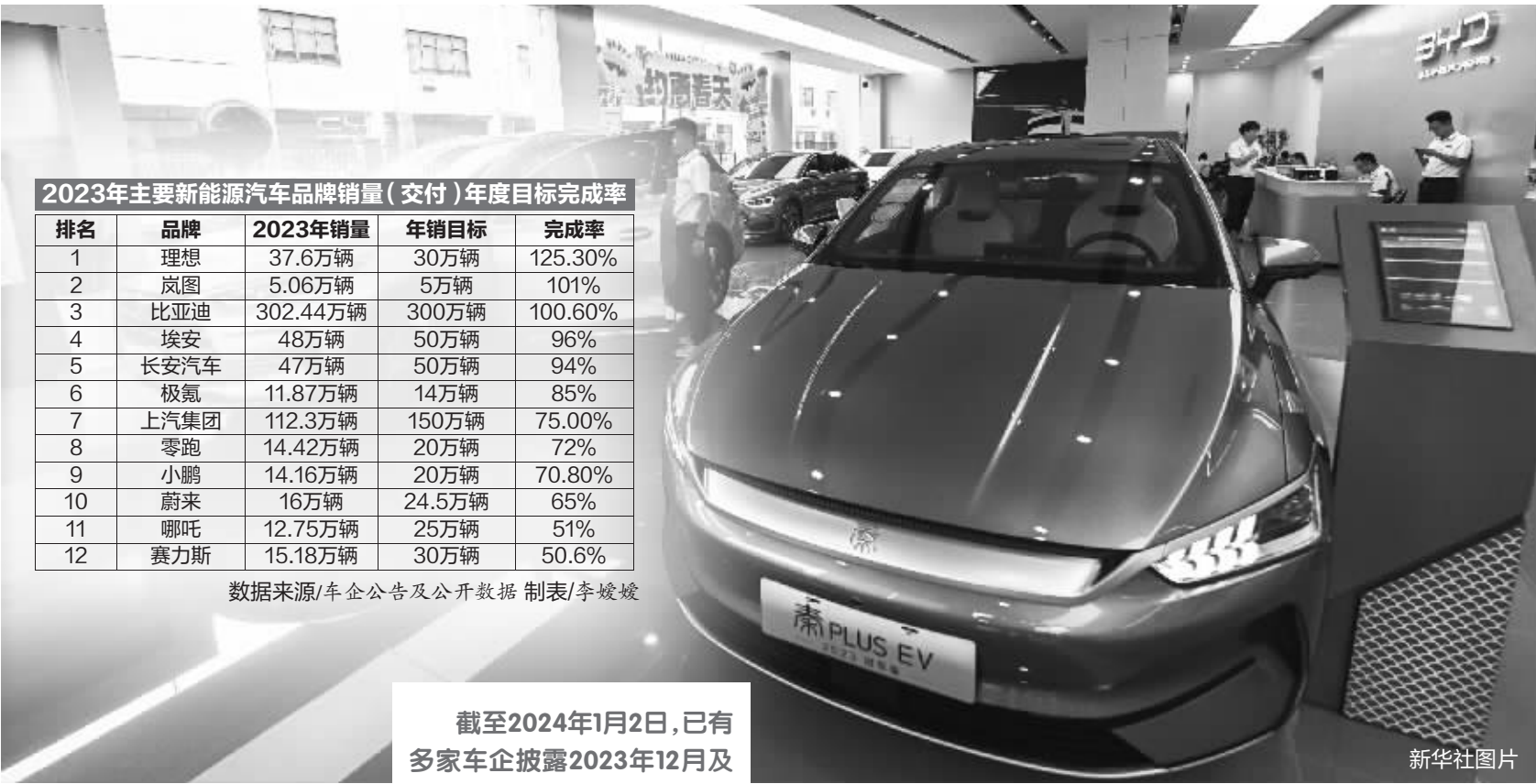


哪吒汽车掉出新势力第一阵营

近八成新能源品牌未完成年度销量目标



哪吒汽车掉队

进入2023年下半年,新势力车企月度交付榜单逐渐趋于稳定,理想汽车、零跑汽车、小鹏汽车、蔚来汽车稳居第一梯队。而2023年上半年稳居第一梯队的哪吒汽车,下半年开始逐渐掉队,12月哪吒汽车交付量位居新势力第7名,仅交付5135辆。新势力中仅理想汽车完成2023年销量目标。

具体来看,新势力“销冠”理想汽车2023年12月交付5.04万辆,同比增长137.1%,月销量首次突破5万辆;全年交付37.6万辆,同比增长182.2%,超额完成年度30万辆的销量目标。

2023年12月位居新势力交付榜第二的是小鹏汽车,交付2.01万辆,同比增长78%。全年交付14.16万辆,同比增长17%,仅完成20万辆的年度销量目标的70%。

交付榜排名第三的是零跑汽车,2023年12月交付1.86万辆,同比增长119%;2023年累计交付14.42万辆,同比增超29%,仅完成20万辆的年度销量目标的72%。

紧随其后的是蔚来汽车,2023年12月交付1.8万辆,同比增长13.9%;全年蔚来共交付16万辆,同比增长30.7%,仅完成24.5万辆的年度销量目标的65%。蔚来表示,2023年公司全系产品完成代际切换,全年先后交付全新技术车型EC7、全新ES6、ET5T、全新ES8和全新EC6。

位居交付榜第五的是极氪,2023年12月交付1.35万辆,同比增长18.9%。2023年极氪累计交付11.87万辆,同比增长65%,完成了14万辆的年度销量目标的85%。

哪吒汽车销量表现不及预期早有端倪。截至2023年12月底,哪吒连续七个月销量同比下滑,在12月头部新势力中垫底;全年累计交付12.75万辆,同比下滑16.2%,仅完成年度目标

截至2024年1月2日,已有
多家车企披露2023年12月及
全年销量（交付）成绩。根据
车企已披露的数据梳理,新能
源汽车销量排名前12的新能
源品牌中,仅有比亚迪、理想
汽车、东风岚图完成了2023
年年度销量目标,近八成未完
成年度新能源汽车销量目标,
且哪吒汽车和赛力斯刚刚跨
过销量目标的一半。尤其是哪
吒汽车在全年销量不及预期
的同时,2023年6月至12月连
续七个月销量同比出现下滑,
掉出新势力第一阵营。

2023年,车企“以价换
量”的价格战几乎持续了一
整年,但是从各家车企销量
目标完成情况来看,结果并不
理想。值得一提的是,传统
车企“创二代”表现十分亮
眼,广汽埃安、极氪2023年销
量同比均增超60%。

● 本报记者 李媛媛

的一半。

对于2022年新势力“销冠”哪吒汽车来说,用“大起大落”来描述其销量“滑铁卢”最合适不过。哪吒汽车销量的“大起大落”意味着,哪吒汽车从最初的B端市场与低端车型切换到C端市场与中高端市场并非易事。业内人士分析称,哪吒汽车部分车型相比竞品的竞争优势不突出,或许成为其销量不佳的原因。

综合来看,2023年新势力交付量前六位分别为:理想汽车、蔚来汽车、零跑汽车、小鹏汽车、哪吒汽车、极氪,仅哪吒汽车2023年销量出现同比下滑。

传统车企“创二代”表现不俗

传统车企方面,比亚迪、上汽集团、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、赛力斯已披露2023年销量数据,其中多数车企完成全年销量目标八成以上,“创二代”表现十分亮眼。

比亚迪2023年12月新能源汽车销量34.1万辆,同比增长45%,其中,12月海外销售新能源乘用车合计3.6万辆。2023年累计销量302.44万辆,同比增长62.3%。比亚迪超额完成全年300万辆的销量目标,稳坐2023年全球新能源汽车“销冠”宝座。

2023年上汽集团销售新能源汽车112.3万辆,位居中国车企第二。吉利汽车2023年新能源汽车销量达48.74万辆,同比增超48%,完成年销量60万辆目标的八成,位居中国车企第三。

长安汽车2023年新能源汽车销量达47万辆,同比增长74%,完成年度销量50万辆目标的94%。

广汽埃安、东风岚图等传统车企“创二代”表现不俗。广汽埃安2023年销量超48万辆,同比增长77%,距离年销量50万辆的目标仅一步之遥。东风岚图2023年交付5.06万辆,同比增长160%,超额完成全年5万辆的销量目标。

长城汽车2023年12月新能源乘用车销量达2.98万辆,同比增长168.59%;2023年新能源车销量达26.15万辆,同比增长98.39%。

此外,凭借AITO问界系列,赛力斯2023年12月及全年新能源车销量均大增。全年销量15.18万辆,同比增长1240%,不仅仅完成年度销量目标的一半。赛力斯旗下的AITO问界系列2023年12月共交付245万辆,其中问界新M7交付突破2万辆。问界M9上市七天累计大定突破3万辆,但是交付速度仍是摆在赛力斯面前的一道难题。据悉,新M7仅个别车型在春节前可以提车。

等多场景考验,总体运行平稳有序,累计疏导发电成本超550亿元,煤电、气电、核电、新能源和独立储能多类型电源全部参与现货市场交易,有效发挥了市场价格优化资源配置、保障电力供应和可再生能源消纳的积极作用。

多地加速推进电力现货市场建设

眼下,多地正在加速推进电力现货市场建设。

2023年10月,国家发改委、国家能源局印发《关于进一步加快电力现货市场建设工作的通知》,提出推动现货市场转正式运行。各省/区域、省间现货市场连续运行一年以上,并依据市场出清结果进行调度生产和结算的,可按程序转入正式运行。

《关于进一步加快电力现货市场建设工作的通知》要求,福建尽快完善市场方案设计,2023年底前开展长周期结算试运行;浙江加快市场衔接,2024年6月前启动现货市场连续结算试运行;四川结合实际持续探索适应高比例水电的

2024年竞争加剧

车企纷纷发布对2024年的展望。1月1日,理想董事长兼CEO李想在社交媒体发文称:“2023年目标全部达成。”此外,他还透露,“2024年将挑战更高的目标800000、100000、30000、2000。”业内人士猜测,2024年理想汽车将挑战80万辆年销目标。

吉利汽车表示,集团2024年的销量目标为190万辆。此外,新能源汽车的销量目标预计较2023年所实现的总销量增超66%。东风汽车相关负责人表示,对中国证券报记者表示,非常看好集团2024年新能源汽车的市场表现,2024年将有系列新能源车产品发布。

在各家车企乐观期待2024年新能源车市场的同时,不可忽视的是,随着小米、华为等科技公司的入局,新能源汽车市场竞争将愈发激烈。2024年,小米SU7、小鹏X9、理想MEGA等新车型将陆续上市。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟日前在接受记者采访时表示,新能源车市场新车型密集发布的同时,新车型的迭代周期也在加速缩短,“单车销售规模已不再是企业发展的重要目标,取而代之的是上新速度,高频的创新速度推动汽车行业进入‘摩尔时代’。”汽车由之前的耐用消费品属性转变成快消费品属性,对很多车企而言,必须要缩短汽车产品迭代的生命周期,不断满足新的需求。

对于车企而言,张永伟表示,2024年将是大浪淘沙的关键时期,行业洗牌会加速,有的企业获得成长机会,有的企业日子会更加难过。

中汽协预计,2024年中国汽车市场总销量将达到3100万辆,其中新能源汽车销量将达到1150万辆;汽车出口量将达到550万辆。新能源汽车和出口仍是支撑汽车市场增长的重要力量。

竞逐数字经济赛道

中国联通加速锻造“硬科技”本领

● 本报记者 吴科任 杨浩

在改革中成长,在创新中壮大。近日,中国证券报记者走进中国联通了解到,中国联通正紧抓经济社会数字化变革的重要机遇,着力推动技术创新、产业赋能和生态共建,联通云、物联网、大数据、数字化应用等创新业务蓬勃发展,为数字经济输出新动能。

中国联通相关部门负责人员对记者表示,中国联通牢牢把握“数字中国”建设的时代方位、主要目标和重点任务,充分发挥国企“顶梁柱”作用,着力提高核心竞争力,加快建设世界一流企业,以数字化网络化智能化为中国式现代化贡献联通力量。

改革助力 下好数字经济“先手棋”

竞逐全球数字经济赛道,国内运营商当仁不让。建成全球首张、规模最大的5G SA共建共享网络,全面承接“东数西算”重大工程,加快“5+4+31+X”算力资源布局,累计打造超过2.4万个5G应用商业化项目,服务超过7000个5G行业虚拟专网客户……一张张“数智”成绩单,正是中国联通把握“数字中国”建设机遇的成果体现。

中国联通被赋予多重角色。既是筑牢数字底座的“大国顶梁柱”,也是以数字化网络化智能化为标志的产业“领头羊”;既是提供算力服务的云计算“国家队”,也是提供网络安全保障的主力“护航员”。

透视成就,改革与创新成为最大推手。上述负责人员表示,“改革”一直是推动中国联通不断成长和发展的关键词,近年来开启了全面深化改革新征程,在公司治理、产业布局、科技创新、企业活力、机制体制等诸多关键环节进行了大刀阔斧的变革。

比如,多元化高效治理更加成熟定型。中国联通持续推动多元化董事会高质量建设,积极探索中国特色现代企业制度“新治理”模式,促进了公司治理与中国国情更加契合、与市场经济更加融合的新格局。

再如,科技创新能力更加自立自强。中国联通持续布局和建设原技术策源地,近年来在关键核心技术攻关不断取得新的突破,网络安全、算力网络、大数据应用等重要领域取得一批达到国际先进水平和国内领先的创新成果。中国联通被国资委授予“网络安全现代产业链链长”“科技创新突出贡献企业”等多项荣誉称号。

面对数字经济快速发展带来的广阔蓝海,中国联通上述负责人员表示,中国联通将进一步发挥优势,坚定信心,用好网络和营服加速补齐的良好条件,抓住战略性新兴产业布局的重大机遇,锚定目标,加快高质量发展。主要从五方面落地:

一是更好发挥融合开放的治理优势。中国联通与产业链上下游合作伙伴全面开展合作,在数字信息基础设施、高品质生活、产业升级、科技创新、智慧运营、网络安全、人才培养等多个领域,展开更全方位、更宽领域、更深层次的合作,补强技术、产品、服务能力,提升运营效率,为合作双方高质量发展聚力赋能。

二是更好发挥“一个联通”的运营优势。中国联通在国内运营商中最早实现业务运营系统集约化、31省市区数据一点集中,建成了集约的数字化能力体系、智慧客服和5G核心网大区运营体系。公司将进一步深化数字化转型,引领人才、科技、网络、资金、资产、资本等要素发挥更大价值。

三是更好发挥南北互补、东西互促、内外互利的市场优势。发挥全程全网、属地服务优势,以设施联通、网络互通、数据流通服务构建全国统一大市场。

四是更好发挥数物车安等创新业务优势。近年来,中国联通“算网数智”创新业务已经成为推动经营增长的主要引擎。联通云持续加大科研投入,打造“更懂行业的云”;大数据差异化优势显著,保持行业领先地位;物联网具备先发优势,车联网前装产品市场占有率行业领先;安全领域以“墨攻”安全平台和安全云能力为抓手,不断升级安全服务能力。

五是更好发挥中国联通的品牌优势。立足新定位新战略,公司加快

提升品牌价值和影响力,积极发挥“信赖”“创新”和“安全”的品牌引领作用,全面塑造“国家首席、政府首选、人民首信”的品牌形象,奋力建设科技、温暖、智慧的一流央企品牌。

前瞻布局 做强科技创新“排头兵”

“当惊世界殊”,大国争相角逐科技高地。中央经济工作会议提出,要以科技创新推动产业创新,特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发展新质生产力。

“当前,中国联通在科技创新、产业控制、安全支撑三个方面发挥优势,助力传统产业转型升级,积极布局和服务战略性新兴产业和未来发展,促进数字经济与实体经济的深度融合,助力中国式现代化加速向前。”上述负责人员说。

——加速开展5G-A/6G技术创新,充分释放5G-A/6G价值红利。

5G-A是向6G过渡的承上启下技术。围绕5G RedCap、无源物联、通感一体等新技术,打造了山东电网电力、宝武钢厂等一批“新样板”;将5G-A低时延柔性生产线落地长城精工、美的集团等国内制造业龙头企业;组织成立业界首个RedCap产业联盟……在5G-A领域,中国联通大步向前,持续拓展5G发展新空间。

中国联通在集团层面成立6G工作组,围绕核心需求愿景、技术攻关、生态构建、先试先行四方面,推进产学研用联合创新。目前已储备重点技术方向相关专利百余项,承担多项6G国家重大专项。

——加快布局天地一体产业链,积极推动卫星应用技术的创新与发展。

中国联通高度重视卫星通信布局,联通卫星地面站已经具备数据、语音、视频、互联网等全业务保障能力。特别是近年来,公司持续加快推动卫星通信业务发展,先后完成了低轨卫星互联网+5G融合测试、低轨卫星5G专网融合实验及多星组网5G通信实验,建设并开通了自有高通量卫星信关站,承载“一带一路”沿线各类业务,助力联通网络迈向深海洋。中国联通卫星网络与光纤通信、移动通信一起组成了中国联通空、天、地、海无缝覆盖,通达全球的通信网络。未来,中国联通将进一步推进卫星通信关键技术及5G与非地面网络融合应用的研究,不断完善卫星通信统筹布局。

——把握通人工智能的技术革命机遇,推动人工智能与战略性新兴产业发展相结合。

中国联通一贯高度重视人工智能技术的研发与应用,积极推动人工智能与公司战略和主责主业相结合,实现“以智助网、以智强算、以智融数、以智赋网、以智固安”,构建“用得起、用得好、用得安全”的AI能力供给体系。

在内部,网络AI应用上线超过百款,全国集约化AI客服系统智能服务占比超过80%,年均节约成本近亿元。在外部,面向行业应用,覆盖11个重点行业、30+典型场景,带动收入数十亿元;面向个人客户,联通助理已上线100余种漏话智能代接场景,付费用户突破2500万,收入近10亿元。

国际开拓 共建互联互通网络数字底座

中国联通判断,随着全球经济逐步复苏,基础设施互联互通、跨境数字化服务、国际漫游三类国际需求向好,中国联通将进一步加大国际市场开拓力度,与共建国家合作伙伴一起建设“一带一路”立体互联互通网络数字底座,为“一带一路”国家数字经济发展贡献力量。

“在此基础上,我们认为未来国际业务有望成为推动公司业绩增长的重要推动力。”上述负责人员说。其中,基础设施互联互通需求增加包括三个方面:一是国际海陆缆的互联互通,中国联通积极建设数字丝绸之路,国际主要方向形成多路由主干连接通道。二是国际互联网互联互通,不断扩大与国际运营商的互联,提升国际互联网健壮性。三是5G互联互通,与合作伙伴在网络共享、国际漫游协议和5G技术创新等方面开展更多合作。