

小米入场 新能源汽车产业“内卷”加剧

3月28日晚间至3月29日,小米汽车上市发售活动在全网持续刷屏。小米汽车入场,让新能源汽车市场竞争更趋激烈。当前,新能源汽车销量、渗透率以及出口节节攀升,同时国内车企的创新能力提升。中国证券报记者采访了解到,面对市场竞争更趋激烈的态势,国内新能源车“进退结合”:在技术创新、出口、差异化发展方面继续进攻,在弱势车型、弱势市场发展选择战略收缩。

业内人士表示,今年以来中国新能源汽车产业在继续上扬的同时,更多市场亮点不断凸显。新能源车产业空间广阔,车企需要持续创新,巩固自身竞争优势避免掉队。

● 本报记者 王辉



小米汽车生产线

新华社图文

小米汽车引发高度关注

小米汽车上市引发高度关注。小米汽车首款电动产品SU7共分为3个版本:具备700公里长续航和智驾功能的SU7标准版,定价21.59万元;标配830公里超长续航、激光雷达以及小米智驾Max城市NOA的SU7 Pro版本,定价24.59万元;被小米汽车创始人雷军称为“性能猛兽”的SU7 Max版本,定价29.99万元。上述三款车型已开启预订。

在3月28日晚间的小米汽车上市发布会现场,“几乎半个新能源车圈掌门人”汇聚于此。“蔚小理”三家造车新势力的创始人李斌、何小鹏、李想,长城汽车董事长魏建军,北汽集团新任董事长张建勇均出现在发布会上。面对“小米SU7超预期定价”,发布会现场第一排就坐的几位车企掌舵人诸如“微笑”“苦笑”“含蓄的笑”更被网友制作成“表情包”,并迅速走红网络。

小米“下锅”,让行业五味杂陈。从数据上看,今年第一季度,我国新能源车市场表现依旧快速上扬。

乘联会最新监测数据显示,3月1日至24日,国内乘用车市场零售102.8万辆,同比增长11%;新能源车市场零售49万辆,同比增长39%,环比增长84%。今年以来累计零售155万辆,同比增长38%。乘联会预计,3月国内新能源汽车渗透率

将提升至45.5%。出口方面,乘联会数据显示,2024年1至2月中国汽车实现出口83万辆,出口增速达22%。

针对第一季度中国新能源汽车产业表现,中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者表示,在销量增长的同时,新能源车市场价格竞争硝烟四起,多家车企陆续跟进。特别是“10万元价格带”的竞争,已进入白热化。从产业技术创新角度看,章弘认为,中国新能源汽车产业延续技术创新势头,尤其在智能化方面展现出强劲动力,辅助驾驶、网络数据下载使用、语音控制等技术得到广泛应用。48V电子平台的推出,进一步促进电动车从机械产品向机器人方向转化,从而极大提升自动驾驶的性能。

国泰君安证券研究所认为,2023年至今年第一季度,自主品牌在乘用车市场的份额提升明显。一方面,中端市场国产替代进口加速推进;另一方面,自主车企的“价格带”提升趋势明显。该机构认为,2024年新能源车出口和零售销量仍有较大增长潜力,自主品牌将在中高端市场进一步发力,单车均价有望持续提升。

业内人士表示,国内销量快速增长、“出海”继续加速、自主品牌与技术创新同步崛起,产业迎来小米汽车等重磅新势力下场,成为今年第一季度国内新能源车产业突出的“四大亮点”。

点优势,开启攻略全球市场新征程。

上汽国际党委书记、副总经理赵爱民在接受中国证券报记者采访时表示,智己品牌代表整个上汽集团的“智造向上”,上汽海外团队有信心将这一高端电动品牌和相关高端产品推向全球市场。

舒畅表示,今年以来,除了比亚迪等较早布局海外业务的车企继续开发新市场投建新工厂,新势力车企包括理想、小鹏等也纷纷高调进入或者扩张海外业务。当前,中国车企“出海”仍处于起步阶段,未来有望继续快速增长。

从政策面看,沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔称,“今年以来,绿牌、购置税等方面的政策仍然保持支持态势。另外,一些地方出台以旧换新补贴政策,将带来新的市场空间。总体而言,对于新能源车企而言,2024年将是不容错过的宝贵发展窗口期”。

部分企业做好两手准备。3月27日晚间,蔚来汽车发布公告,下调其2024年一季度交付展望。据悉,2024年蔚来汽车制定了23万辆的交付目标。此前的3月21日,理想汽车发布公告,由于销售订单不及预期,公司将一季度交付量展望下调至7.6万辆至7.8万辆,下调约24%。

关键,也是产业竞争焦点,中国新能源车产业需要紧跟自动驾驶“风向标”。

不过,“从盈利层面看,中国车企还有努力提升的空间。”章弘表示,例如,从今年一季度的市场竞争形势看,降价促销、“赔本赚吆喝”争夺市占率,长此以往一些车企难以投入更多资源进行技术创新。

此外,舒畅认为,在“软件定义汽车”时代,新能源汽车技术迭代越来越快。“提质降本”“补偿保障”和“智能创新”三位一体发展,将帮助车企在激烈的市场竞争中形成“护城河”,巩固自身竞争力优势。在智能创新方面,中国新能源车企业需要在大型、多模态交互、舱驾合一等重点方向继续发力。

“出海”方面,章弘表示,在当前的全球经济环境和地缘环境下,中国新能源汽车“出海”将面临新的考验。同时,随着出口规模扩大,售后服务的重要性日益突出,客观上要求中国车企尽快解决好售后服务的配套问题。

张翔认为,全球持续致力于碳减排、碳中和,这意味着中国新能源车产业“出海”迎来机遇。如何更好地提升中国品牌在海外市场的知名度和认可度,更好地应对贸易政策,提升中国新能源汽车出口规模和效益,是产业界需要重点考虑的问题。

头部动力电池厂商优势进一步扩大

● 本报记者 乔翔

得益于原材料成本整体下行,2023年动力电池企业整体盈利表现相对稳定。从产业链利润分配看,动力电池利润占整个新能源汽车产业链的比重较2022年有所提升,但企业之间分化较为明显,头部企业的优势进一步扩大。

头部企业竞争力凸显

2023年以来,碳酸锂价格大幅波动,呈现明显下降趋势。同时,锂电池上游其他环节亦由于供需错配价格下行,综合作用下使得锂电企业成本持续优化。其中,头部企业凭借显著的技术优势和规模优势,在2023年实现了不错的业绩表现。业内人士认为,头部企业与二三线厂商的差距将持续拉大。

新能源汽车市场快速发展,带动动力电池市场增长。作为全球动力电池龙头,宁德时代2023年年报显示,公司实现营收4009.17亿元,同比增长22.01%,归母净利润为441.21亿元,同比增长43.58%。电池业务层面,宁德时代2023年实现锂离子电池销量390GWh,同比增长34.95%。其中,动力电池系统销量321GWh,同比增长32.56%;储能电池系统销量69GWh,同比增长46.81%。根据SNE Research统计数据,2023年

宁德时代全球动力电池使用量市占率为36.8%,较上年提升0.6个百分点,连续7年排名全球第一。2023年,公司全球储能电池出货量市占率为40%,连续3年排名全球第一。

比亚迪日前发布的2023年年报显示,公司实现营业收入6023.15亿元,同比增长42.04%;归母净利润为300.41亿元,同比增长80.72%。比亚迪在年报中表示,尽管2023年汽车行业面临竞争加剧等诸多挑战,但凭借不断提升的品牌力、快速增长的“出海”销量、持续扩大的规模优势和强大的产业链成本控制能力,叠加上游原材料价格回落,公司继续保持稳定的盈利能力。

国轩高科预计2023年净利润至少同比增长157%。公司供应链布局成效初显,原材料成本价格进一步下降。公司全面引入大众集团管理体系,实现降本增效,锂电池业务高速发展。此外,亿纬锂能表示,持续加大研发投入和创新力度,促进国内外动力电池及储能产业持续增长。随着新工厂、新产线进入量产阶段,公司出货规模增长迅速,实现了良好的业绩。

库存跌价影响盈利表现

头部企业通过规模和研发优势,在愈发激烈的市场竞争中享受核心技术带来的产品溢价。与此同时,因上游原材料价格下跌

带来的库存跌价损失不可忽视,叠加整个行业竞争持续加剧这一重要因素,电池产业链部分企业2023年业绩表现不佳。

“期初高额库存导致毛利率受到挤压,并计提资产减值损失。”孚能科技在2023年业绩快报中坦言,期初存在大量高成本库存商品和原材料,而产品销售价格随原材料现货价格下调,导致毛利显著下滑。据披露,孚能科技按存货成本与可变现净值孰低,计提了2023年存货跌价准备逾5亿元。

鹏辉能源存在类似情况。公司称,由于上游材料碳酸锂价格大幅下跌,加上市场竞争加剧,公司锂电产品单位售价降幅较大,叠加下游企业去库存等因素,从而影响了公司2023年业绩表现。此外,产品降价导致期末计提了较大金额存货跌价准备,从而影响了盈利。

值得一提的是,针对2023年经营过程中暴露出来的问题,孚能科技及时进行了管理团队调整,更换或新聘了总经理和营销、财务、研发、海外负责人,并制定了以降本增利为核心的系列举措。

孚能科技表示,截至2023年末,期初高成本库存产品基本销售完毕,期末存货账面价值大幅下降至合理水平,库存压力显著减轻。同时,完成了原材料供应商新一轮谈判工作,战略绑定了原材料供应渠道。

何处寻觅增长空间

新能源汽车赛道竞争加剧,产业还有哪些潜力可以挖掘?

“一季度车市尤其是新能源车市保持整体稳定向上的态势,本土品牌比如比亚迪、长安等表现抢眼。除了政策端和价格端利好,业界观察到车企在产品端持续技术迭代为消费者带来更顺畅的体验。”安迈咨询董事总经理舒畅告诉中国证券报记者。

首先,车规级大算力芯片性能大幅提升,智能座舱在功能和场景上更多元化。更高分辨率的屏幕、更高效的运行,AI拓展应用更顺畅,很大程度上提升了用户体验。预计2024年会有更多新能源车型进行技术升级和迭代。其次,今年以来越来越多的车企陆续推出800V平台车型,未来两年800V平台车型占比预计会进一步提升,而价格将进一步下探。

“出海”方面,随着更多头部车企在海外市场持续发力,相关“增量市场”“品牌提升”同样值得关注。以国内最大车企上汽集团为例,今年春节之后,上汽集团就宣布,旗下高端电动自主品牌智己汽车将在2024年正式“出海”,并利用上汽现有的体系化“出海”能力和全球超过2000家销售网

多方共识“巩固竞争优势”

近年来,凭借着强大的产业链优势、制造成本优势和持续不断的技术创新,中国汽车工业逐步在全球竞争实现“弯道超车”,在新能源汽车领域取得不俗成绩。当前,新能源汽车市场竞争更趋激烈,已有多家头部车企调低了今年销量预期以及海外销量目标。在此背景下,中国新能源汽车产业如何更好巩固自身先发优势、持续保持领先,这是产业界需要思考的重要课题。

近日,中国证券报记者在上海浦东特斯拉体验中心实探,一位销售人员表示,今年以来特斯拉在中国的销量仍然保持小幅增长。不过,该销售人员坦承,面对中国本土车企的激烈竞争和未来发展需求存在的不确定性,特斯拉的确感受到一定压力。相关信息显示,截至3月29日,特斯拉中国今年以来已进行了两次调价,并在车险等方面对消费者给出幅度不小的补贴。

如何更好地保持长期竞争优势?章弘表示,中国车企需要继续在新能源汽车“三个技术系统”(电动系统、机械系统和智能系统)上继续创新迭代,不断稳固自身的竞争“护城河”和先发优势。例如,在电动系统方面,继续加大固态电池、高压快充等技术的研发;对于机械系统,推动一体化压铸和轻量化技术进步,降低制造成本。另外,智能化将是今后新能源汽车发展的

新能源车渗透率有望提升 机构看好产业链投资机会

● 本报记者 李梦扬

根据乘联会发布的最新数据,3月1日至3月24日,新能源车市场零售49万辆,同比增长39%;今年以来累计零售155万辆,同比增长38%。乘联会预测,3月新能源车零售渗透率可达45.5%。

业内人士预计,新能源车渗透率将保持稳中向上趋势。随着行业景气度逐步提升,电池、材料、充电桩等多个产业链细分环节投资机会涌现。

一季度总销量增长可期

乘联会预测,3月新能源车零售75.0万辆左右,同比增长37.1%,环比增长93.2%。

“3月上半月乘用车销量受低基数影响环比高增长,一季度总销量增长可期。”开源证券分析师任浪表示,3月以来,车企继续推出多种形式优惠,尤其是新能源车综合促销幅度有扩大趋势。例如,比亚迪推出元PLUS、宋Pro DM-i、海鸥等车型荣耀版,小鹏全系降价。降价主要受新能源车原材料降本、抢占燃油车市场份额等因素驱动。短期来看,受降价潮影响,消费者存在观望情绪。长期来看,待价格相对企稳后,切实的优惠有望提振终端销量。

新能源车渗透率方面,中国银河证券分析师石金漫认为,新能源车对燃油车的领先优势愈发明显,推动消费者向新能源产品持续转化,叠加老款燃油车去库存进展顺利,新品上市进程显著放缓,新能源车将持续形成对燃油车的替代,预计自3月起新能源车渗透率将回升至2023年底的高水平之上,且全年有望保持稳中向上趋势。

国泰君安分析师吴晓飞亦称,预计3月开始新能源车渗透率将加速恢复。自主品牌市占率有望再上新台阶。同时,2024年自主品牌将发力海外市场,将提升整车企业盈利水平。部分自主品牌一季度业绩有望超预期。

中长期看,据3月28日国家信息中心学术年会上发布的报告,预计新能源车渗透率将从2023年的35.2%提升到2033年的60%,渗透率提升幅度预计在2028年后大幅放缓。

挖掘产业链投资机会

根据中信证券研报,新能源汽车产业链上游主要包括上游资源、锂电设备等;中游包括三元正极、铁锂正极、负极材料、隔膜、电池等材料;下游包括整车、客车、充电桩等环节。“随着新能源汽车市场回暖,3月电池厂商和材料厂商排产环比回升明显,产业链迎阶段性修复。”东莞证券分析师黄秀瑜表示,建议关注受益产业链利润重构的电池环节,拥有优质产能的材料环节头部企业,以及电池技术迭代带动需求增量的环节。

针对新能源汽车产业链上游领域,“2023年锂电行业受到产业链大幅降价、行业去库存、排产不及预期等多种因素影响,

板块整体下行。短期看,随着3月排产复苏,锂电板块有望迎来反弹。展望2024年,在行业量增、价格止跌以及出口提升等多重积极因素综合作用下,我们认为机会大于风险。”东方证券研报显示。

海通证券分析师马天一认为,随着锂电产业链原材料成本不断下降,政策支持叠加终端需求不断提升,新能源车销量有望持续增长,锂电产业链需求将逐步提升。

下游细分方向的投资机会会成为券商分析师关注焦点。东方证券分析师卢日鑫表示,国内新能源车保有量预计将持续高速增长,叠加政策刺激,充电桩布局较深的运营及制造公司有望迎来较大弹性。建议围绕三个方面布局:一是充电桩设备端;二是充电桩运营端;三是超充产业链。

西南证券分析师郑连声表示,随着北京车展临近,汽车行业将迎来新一轮催化,整车销量有望在新车供给和政策推动下持续提升,建议关注整车板块阶段性机会。



新华社图片