

北京车展折射行业趋势

车企转型提速 全球产业链加速融合

第十八届北京国际汽车展览会正如火如荼地举行。作为今年国内首个国际A级车展，2024北京车展被视为国内乃至全球汽车技术发展和产业趋势的风向标。

在本届车展上，新能源汽车依然唱主角，共有278个新能源车型亮相，我国自主品牌实现电动化转型，新老势力齐发力；产业链企业纷纷展现电动化最新技术成果；国际产业链公司则加快“在中国、为中国”的战略，全球产业链加速融合。

● 本报记者 李媛媛



“多品牌战略”

中国证券报记者在北京车展探访发现，“多品牌战略”逐渐成为车企在新能源赛道中竞争的趋势。

在2023年问鼎新能源汽车全球“销冠”后，比亚迪将“新能源汽车领导者”的口号进行了升级。4月26日，记者在比亚迪展台注意到，比亚迪在展台上挂出“新能源汽车世界冠军”的横幅。

自2021年5月第100万辆新能源汽车下线至今3月25日，不到3年，比亚迪便达到了第700万辆车下线的历史新高，跑出了中国品牌的“加速度”。比亚迪在全球新能源汽车市场取得的成就，成为我国汽车产业从“汽车大国”向“汽车强国”跃升的一个缩影。

不断完善的产品矩阵，是比亚迪成为全球销冠的重要因素。在北京车展上，比亚迪旗下四大品牌比亚迪（含王朝、海洋网）、腾势、方程豹、仰望携全新车型及技术产品亮相。例如，比亚迪王朝全新中级轿车——秦L DM-i全球首发亮相，搭载

比亚迪第五代DM-i（混动）技术，将于今年第二季度上市。该车型的上市，将进一步丰富比亚迪的产品。

另外，东风汽车在整车领域进行了全域布局，新能源矩阵不断丰富。豪华电动汽车越野品牌东风猛士、高端智慧电动汽车品牌东风岚图，以及面向主流市场的“东风”品牌下的东风风神、东风奕派、东风纳米，构建起东风汽车在乘用车市场全域布局的多维品牌矩阵，清晰地进行了差异化区分，开创全新的市场格局。

同时，造车新势力小鹏也有大动作。4月25日，小鹏汽车正式发布了全新品牌MONA，面向主流市场。小鹏汽车董事长何小鹏表示，子品牌寓意Made Of New AI，定位全球AI智驾汽车普及者。

正如奇瑞控股集团董事长尹同跃在车展首日所言，奇瑞希望通过不一样的品牌、技术来打造差异化的产品，远离车市“内卷”的区域。多品牌打造差异化产品，正成为车企角逐战略。

消费者依然存在“里程焦虑”。动力电池厂商宁德时代和欣旺达等在北京车展上都带来了最新动力电池产品及技术。

4月25日，宁德时代正式面向大众主流市场推出全球首款兼具1000公里纯电续航和4C超充特性的磷酸铁锂电池——神行PLUS。续航里程上，相比于神行电池700公里续航，神行PLUS能为车主提供超1000公里的超长续航使用体验，相当于从北京开到南京而无需中途充电。

同日，欣旺达发布全新快充电池3.0版，带来3.0的6C LFP欣星锂电池、6C NCM欣星锂电池，引领新能源汽车产业加速迈向超快充时代。

案，助力整车厂商加速将“软件定义汽车”转变为现实。

安波福中国及亚太区总裁杨晓明表示：“中国在汽车电气化和智能化方面已经处于领先地位，中国汽车市场的发展速度，以及厂商和消费者对新技术的适应速度和接受意愿在全球各大市场中都是独一无二的。为此，安波福持续推进‘在中国、为中国’的本地化战略，进一步深化国内业务布局，积极打造中国汽车生态圈，助推中国汽车品牌‘出海’，赋能中国汽车引领电气化，用软件定义汽车的未来。”

另外，部分国际汽车品牌也在加速布局中国市场。其中，大众汽车集团（中国）董事长兼首席执行官贝瑞德表示，大众将不断提升中国本土研发能力，并同领先的本土科技企业和汽车制造商强强联合，以“中国速度”加速发展。“我们将每三年推出一代新车型，每两年升级一次电子架构、每个月进行一次OTA远程升级，这是大众汽车集团在中国市场的全新节奏。”

贝瑞德说。据悉，大众汽车与小鹏汽车将共同开发两款大众汽车品牌的纯电动车型，将于2026年走向市场。

▲ 华为和北汽合作车型享界S9亮相北京车展
▶ 比亚迪方程豹纯电动超跑SUPER 9
本报记者 李媛媛 摄

更高端 更智能

汽车厂商掀起全方位竞争

● 本报记者 李媛媛 见习记者 王婧涵

时隔四年，北京国际车展再次举行。四年前，新能源汽车还是车展中的后起之秀，而如今已经成为展厅内无可争议的焦点。本届北京车展上，展出的新能源车型达到了278款，相较于2020年的160款增加超过七成。

随着行业快速发展，汽车厂商的竞争也愈发激烈。小鹏汽车董事长何小鹏此前表示，2024年是中国汽车品牌进入“血海”竞争的第一年，也就是淘汰赛开打的第一年。北京车展展示了企业竞争的冰山一角。为求生存，汽车厂商们正全方位寻找突破口，在宣传、技术、品牌矩阵上发力，给出自己“不会被淘汰”的底气。

高管比音量

拥有一位“自带流量”的董事长，有利于品牌曝光，对车企而言或许是一件幸运的事。

近期，向小米集团董事长雷军学习营销手段已经成了车企老板们的必修课。车展首日，小米汽车的发布会成为车展的第一个爆点。雷军在现场宣布，小米SU7在特斯拉全系降价、友商“截胡”订单的情况下，截至4月24日锁单量超过75723辆，发布28天交付5781辆。每更新一个数字，现场都会得到一片欢呼声。

一天内，雷军先后前往比亚迪方程豹、奔驰、理想、蔚来和小鹏等多个展台，和比亚迪董事长王传福、蔚来CEO李斌、理想汽车CEO李想、小鹏汽车董事长何小鹏等进行交流沟通。无论出现在哪里，都引起无数围观。

车展的另一个焦点则是被戏称为“2024北京车展首日唯一车模”的360集团创始人周鸿祎。作为哪吒汽车的投资者，周鸿祎近期虽然在汽车行业热度颇高，但更多的并非为哪吒造势，而是展示了一位互联网从业者对热点话题的极高敏感度。

近日，周鸿祎因其准备卖掉迈巴赫换国产新能源车的话题而广受关注。“换车”视频发出后，蔚来、华为问界、小鹏、极氪等多个国产新能源汽车品牌直接将汽车开到了360总部大楼楼下。小鹏汽车宣布，把360总部楼下变成了一个“小型车展”，其话题创造能力可见一斑。

正如此前奇瑞董事长尹同跃在直播间所言，当下市场环境，需要车企“利用新的互联网思维，向余承东学习、向雷军学习，亲自去讲解、去介绍（汽车）。”

有条件的企业推创始人、CEO、董事长出来当品牌“代言人”，求其次也要跟上各类网络热点的东风。传统的明星代言、广告投放已经不能满足车企在竞争中的需要，以互联网思维创造话题、塑造品牌形象，培养消费者忠诚度成为汽车厂商的重要课题。

争夺高端市场

2024年，汽车价格战趋势有了新变化。一方面，主流品牌依旧风声鹤唳，仅4月，就有特斯拉、小鹏、问界等几十家车企接连降价，头部品牌价格上的任何风吹草动都会带来一连串连锁反应；另一方面，在北京车展上，多个新能源品牌携新的高端车型亮相。比亚迪方程豹、仰

望、红旗都推出了新能源高端车型，其中部分车型定价达到了百万元级。

主流车企降价的同时，头部车企正在针对各类细分市场推出特定车型或子品牌，其中不少瞄准中高端市场，以获得更多利润。

回顾起来，进入高端汽车尤其是高端新能源车市场并非易事。四年前的北京车展上，高合是国产豪华电车代表品牌，其夸张的造型带给人们极强的豪华车震撼感。不过，长期低迷的销量带给高合沉重打击。2024年初，高合汽车宣布停工停产6个月，缺席本届车展的同时，资金链断裂的高合汽车也还在等待它的“救命稻草”。

四年后的今天，高端市场似乎迎来了更好的发展机遇。比亚迪品牌销售人员告诉记者，眼下头部品牌都会尽力更全面地布局细分市场，防止在某个领域出现产品的空白；而随着国产新能源车得到更多人的认可，新能源高端车型的发展也更加被看好。

乘联会秘书长崔东树表示，此次北京车展中自主品牌推出大量的高端新能源车型。在消费者需求多元的情况下，拥有更多品牌能更好地满足不同类型的消费者需求。

“智能驾驶”成关键词

无论是宣传营销或是品牌布局，对公司都只是锦上添花。最终决定企业发展的，仍旧是产品本身的质量和水平。

本届车展上，多家车企公布了智能驾驶相关技术。

何小鹏在车展现场表示，汽车行业下一个十年是智能化的十年，智能汽车软件发布会将发展成行业常态。

乘联会数据显示，2023年全年新能源乘用车中，装备L2级及以上辅助驾驶功能的比例达到55.3%。

智己汽车公布，智己L6将全系搭载智能生态驾驶舱系统IMOS 3.0，以灵犀数字底盘、IMOS 3.0和类SUV的多功能智能化空间为显性标志，打造高阶智能电车产品。

小鹏汽车宣布，AI天玑系统将全球首发，将AI技术全面应用于智能座舱与智能驾驶的操作系统。基于AI大模型的深度应用，小鹏汽车的生活助理——AI小P将具备更高级别的理解能力，并实现100多项座舱功能。

在智能驾驶技术企业中，于车展前一日刚刚发布的华为乾崮，带着“乾崮ADS”、“乾崮智驾”、“乾崮车云”等解决方案入驻了未来智驾展区。华为智能汽车解决方案BU CEO靳玉志在发布会上表示，预计到2024年底，搭载华为智驾系统的车辆将超过50万辆。

同时，黑芝麻智能也带来了武当系列高性能跨域计算芯片C1200家族。黑芝麻智能工作人员向记者介绍，武当C1200系列包含支持单芯片NOA行泊一体的C1236和支持多域融合的C1296。其中，C1296系列会对智驾域、座舱域、控制域和网域进行四面融合。

“C1296芯片在座舱方面可以带动5块屏幕。我们预计到2025年-2026年，一车五屏的需求将会增大，车辆将配备主副驾驶屏幕、中控屏和后排两块娱乐屏。”黑芝麻智能工作人员介绍。

上市企业一季报向好

机构看好化工行业景气度

● 本报记者 何昱璞

近期，多个化工板块上市公司一季报业绩大增。截至记者发稿，已有199家基础化工上市公司披露了今年一季报，其中一季度净利润增幅超过100%的公司达35家。

值得注意的是，今年一季度以来，化工产品纷纷掀起涨价浪潮，叠加不少公司发布的业绩表现超预期，化工板块近期表现渐入佳境。中信证券表示，目前基础化工行业整体位于估值底和盈利底，板块投资安全边际较高，细分化工产品向上趋势已显，看好细分行业景气度。

多公司一季度业绩超预期

鲁北化工一季度业绩堪称“王炸”，当季净利润增速超30倍。公司2024年一季度报显示，报告期实现营业收入15.38亿元，同比增长39.08%，同期净利润5054.14万元，同比增长3131.39%，扣非后净利润4854.05万元，同比涨幅4515.99%。

鲁北化工的主要产品为钛白粉、甲烷氯化物、原盐、溴素、化肥、水泥。对于业绩增长的原因，鲁北化工表示，本期钛白粉产品、甲烷氯化物产品同比收入增加。

除鲁北化工外，中触媒一季度业绩也同比大幅增长。根据中触媒2024年一季度报告，公司1-3月实现营业收入1.99亿元，同比增长61.19%，实现归属于上市公司股东的净利润3506.56万元，同比大增1610.19%。

中触媒主要从事特种分子筛及催化新材料产品的研发、生产、销售及化工技术、化工工艺服务等业务，公司主要产品为特种分子筛及催化剂、非分子筛催化剂、催化应用工艺及化工技术服务三大类，应用领域包括环境保护、能源化工等多个行业。受市场需求下降影响，2023年中触媒产能利用率下降，毛利率下滑，业绩同比出现一定幅度的下降。特别是2023年一季度，业绩基数较低。随着市场需求的回暖，今年一季度公司业绩同比增长超16倍。中触媒表示，公司将围绕中长期发展目标，在持续深耕原有客户群体的基础上，积极加强与国内外优质企业的进一步合作，稳步提升自身核心竞争力和盈利能力。

化工巨头恒力石化一季度业绩表现同样亮眼，恒力石化一季度实现营业收入584.1亿元，同比增长4.02%；归母净利润21.39亿元，同比增长109.8%；扣非净利润18.19亿元，同比增长211.5%。

产品价格上升

值得注意的是，鲁北化工业绩暴增30倍与年内钛白粉产品提价高度相关，在钛白粉产品提价的背景下，多家钛白粉上市公司业绩表现亮眼。

行业龙头中核钛白一季度实现营业收入14.42亿元，同比增长16.99%；净利润1.32亿元，同比增长25.99%；扣非净利润同比大增204.09%。值得注意的是，从2023年下半年起，中核钛白已经连续三个季度实现了净利润的增长。

数据显示，2023年钛白粉价格总体呈逐步回暖态势，1-4季度国内钛白粉每吨均价分别为15152元、15769元、15724元和16388元。

龙佰集团2024年一季度实现营业收入72.88亿元，同比增长4.52%，实现净利润9.51亿元，同比增长64.15%，扣非后的净利润9.25亿元，同比增长67.21%。对于业绩增长，公司表示，今年一季度钛白粉均价16227元/吨，同比提升7.10%，保持在较好位置。受此影响，公司一季度净利润同比大幅增长。未来在出口快速增长以及国内汽车、工业等领域需求的带动下，钛白粉价格有望保持复苏态势，对公司盈利提供支撑。

值得注意的是，今年一季度以来，部分化工产品如制冷剂、TMA、粘胶长丝、硝基氯苯、麦芽酚、维生素和MMA等，价格出现了快速上涨的态势，业内人士表示，今年以来化工产品涨价与供需关系改善密切相关。受益于市场需求增长，部分化工产品盈利能力也得到修复。

关注细分领域

国盛证券表示，目前，化工扩产情绪已显著退潮，板块盈利能力或已筑底。本轮周期可对标2012年至2014年，同样是在需求低增速背景下，供给仍在加速释放，尚未拐头。在建工程到固定资产存在约一年半的传导周期，待固定资产增速下行，化工板块盈利有望迎来值得期待的新一轮上行，化工板块破晓将至。

在化工细分行业中，值得注意的是，近期磷化工板块表现亮眼，产品价格持续上行。消息面上，日前工信部等七部门发布《磷石膏综合利用行动方案》，对磷化工行业的发展起到了指导和促进作用，业内人士表示，方案的出台不仅有助于提升磷化工行业的资源利用率，实现经济效益与环保效益的双重提升，而且对于整个产业链的长期可持续发展具有里程碑意义。

中信证券指出，当前时点，基础化工行业整体位于估值底和盈利底，板块投资安全边际较高，细分化工产品底部向上趋势已显，看好化工细分行业景气度。