

一季度车市“开门红”：新能源汽车高增长 车企出海步伐加快

4月11日，中汽协发布的数据显示，今年一季度，国内汽车产销量分别完成756.1万辆和747万辆，同比分别增长14.5%和11.2%。其中，新能源汽车产销量完成318.2万辆和307.5万辆，同比分别增长50.4%和47.1%。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示：“一季度，提振汽车消费政策措施得以延续并加速落地，消费市场提质向好，企业产品密集焕新，消费者信心增强，汽车产销呈现两位数增长，汽车行业开局运行良好。”

专家表示，相关政策组合效应将持续释放，车企开启新品密集发布周期，多地促销活动火热进行，有助于进一步释放消费潜力，延续市场增长态势。

● 本报记者 李媛媛

部分车企销量创新高

今年一季度，乘用车市场延续良好态势，商用车市场呈现回暖趋势；新能源汽车产销继续快速增长。

中汽协数据显示，今年一季度，我国汽车产销量累计完成756.1万辆和747万辆，同比分别增长14.5%和11.2%。

其中，乘用车产销量分别完成651.3万辆和641.9万辆，同比分别增长16.1%和12.9%；商用车产销量完成104.8万辆和105.1万辆，同比分别增长5.1%和1.8%。可以看出，商用车市场回暖态势渐浓，其中客车和货车产销量呈不同程度增长。

新能源汽车方面，一季度，新能源汽车产销量分别完成318.2万辆和307.5万辆，同比分别增长50.4%和47.1%，新能源汽车新车销量占新车总销量的41.2%。其中，一季度，纯电动车销量同比增长47.7%；插电式混合动力车销量同比增长46.1%。

值得一提的是，今年一季度中国品牌乘用车销量占比较上年同期进一步提升，中国品牌乘用车销量436.9万辆，同比增长28.8%，市场占有率68.1%，较上年同期提升8.4个百分点。

另外，中汽协表示，中国高端新能源品牌持续快速发展，促进高端品牌新能源汽车占比大幅提升，引领消费升级。

一季度车市实现开门红，各车企公布



视觉中国图片

的销量及业绩预告成为有力佐证。比亚迪、吉利汽车、小鹏汽车、零跑汽车等一季度销量均创历史新高。比亚迪一季度销量达100.08万辆，其中，纯电动车销量为41.64万辆，远超特斯拉，坐稳全球新能源汽车领军企业的位置。

在销量拉动下，吉利汽车和比亚迪一季度盈利能力预计大幅增长。比亚迪预计，一季度盈利85亿元-100亿元，同比增长86.04%-118.88%。

新能源汽车出口增速亮眼

今年一季度，我国整车出口保持稳步增长，其中新能源汽车出口增速尤为明显。

中汽协数据显示，一季度，汽车出口142万辆，同比增长7.3%。其中，传统燃料汽车出口97.8万辆，同比下降3.7%；新能源汽车出口44.1万辆，同比增长43.9%。

新能源汽车出口方面，新能源乘用车出口41.9万辆，同比增长39.6%；新能源商用车出口2.3万辆，同比增长2.3倍，商用车出口增速大幅增长。

我国新能源汽车出口销量快速增长，彰显出强劲的国际竞争力。吉利汽车集团CEO 淦家阅在接受中国证券报记者采访时表示：“中国产品的全球竞争力非常具有优势，尤其是新能源汽车，其核心技术实

力已超越所有合资品牌。”

在此背景下，不少车企均加快了出海步伐。中汽协数据显示，今年一季度，比亚迪出口增速最为显著，出口达21.4万辆，同比增长1.2倍，实现跨越式增长。4月初，比亚迪在瑞士举办品牌上市发布会，正式进入瑞士市场。到今年年底，比亚迪计划在瑞士设立15个销售点，不断拓展欧洲市场销售布局。

淦家阅表示：“吉利汽车加速推动全球化布局，着力开发全球化产品。以吉利银河品牌为例，基本按照全球标准同步开发，同步部署。”2025年，吉利汽车的出口目标为46.7万辆，同比增长12.5%。

同时，小鹏汽车和小米集团、理想汽车等均透露，将加快汽车出海业务。中国证券报记者了解到，今年小鹏汽车规划，在海外建立新的研发中心，同时，图灵AI智驾将在海外市场进行研发和测试。今年，小鹏汽车海外销量目标，实现翻倍增长。

理想汽车表示，2025年是理想汽车海外市场正式开启的元年，年初公司成立了独立的海外市场拓展部门，将依托目前在中亚等市场建立起来的豪华品牌形象，进一步加大市场拓展力度。

新产品供给丰富

中国证券报记者注意到，近期多家车

企发布新车型，为即将到来的上海车展“造势”，进一步丰富了市场供给。

4月10日，吉利银河星耀8正式启动预售，推出雷神EM-P超级电混和雷神EM-i超级电混的双动力版本，作为吉利银河品牌的电混豪华旗舰车型，吉利银河星耀8搭载吉利多项最新科技。

同日，零跑汽车全新B系列首款全球化车型——零跑B10正式上市，共推出5款车型。值得注意的是，零跑B10把搭载激光雷达车的价格拉到12万元以内，其激光雷达智驾版售价为11.98万元。

4月8日，2025款小鹏X9正式亮相并开启预售，预售价39.98万元起，并推出限时预售权益，订车享2000元意向金抵扣5000元车款。

“政策对于整个汽车市场的驱动，发挥着非常关键，甚至是决定性的作用。今年，以旧换新仍将产生较明显的政策效应，预计将拉动汽车报废、置换新增消费200万辆。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青日前表示。

陈士华坦言，不过也要看到，当前外部环境复杂多变，企业经营压力加大，行业运行总体仍面临较大压力。要深入贯彻落实国家扩大内需战略，密切关注外部环境变化形势，有效应对出口方面的负面冲击，助力行业平稳增长。

实探储能国际峰会：AI驱动储能行业收益提升 基础数据和算法亟待深挖

● 本报记者 刘杨

在4月10日至12日举办的第十三届储能国际峰会暨展览会上，中国证券报记者从天合储能、阳光电源、宁德时代等多家头部上市公司方面了解到，AI在提高储能电池安全性、能效以及产品收益率上，均起到了显著的功效，储能行业正在从“规模扩张”向“价值驱动”转变。

受访的业内人士对记者表示，储能电站在使用过程中，会产生大量的数据，如果这些数据能够被挖掘分析，就可以有效地提升电站的收益。然而，当前整个行业严重缺乏基础数据和恰当的算法，希望今年有更多的企业步入储能与AI的深度融合中。

行业洗牌加剧

国家能源局能源节约和科技装备司司长边广琦在本届国际峰会开幕式上表示，我国新型储能产业快速发展。截至2月底，全国新型储能装机规模超过7500万千瓦，2024年新型储能等效利用小时数约1000小时，较2023年提高一倍，有力支撑了新型电力系统建设。

在装机规模快速增长的同时，储能产业也面临着系列的挑战。“近三年，储能相关企业的注册量大幅增加，但2024年储能企业注销、吊销的数量翻番，行业洗牌加剧。”中国科学院工程热物理研究所所长陈海生表示。

针对当前价格内卷的问题，远景储能总裁田庆军对记者表示，价格内卷不仅影响企业的利润空间，更关乎储能行业的可持续发展。为此，他呼吁，行业应更加关注内卷问题，避免非理性竞争对行业的可持续发展造成伤害。

田庆军认为，构网型储能与交易型储能的双轮驱动是突破价格内卷的重要方向。“可以肯定的是，软硬件能力更强的企业未来将在市场竞争中占据优势，交易型储能通

过智能化手段，可实现高度智能的电力交易，摆脱对人工经验的依赖。”田庆军称。

为此，边广琦表示，下一步，国家能源局将坚持问题导向，立足行业健康有序发展要求，持续推动新型储能技术和产业发展。一是加强对新型储能行业的引导，更好发挥新型储能的系统性作用；二是大力支持科技创新，持续鼓励新型储能技术多元化发展，同时加快完善新型储能标准体系；三是引导科学合理调用，促进产业健康发展。

从“规模扩张”走向“价值驱动”

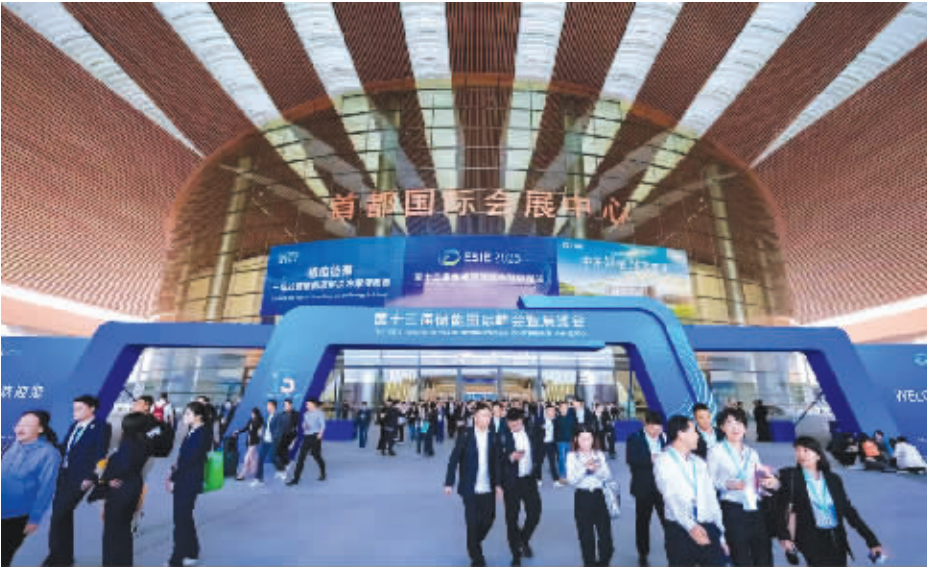
在政策的引领下，储能行业正在从“规模扩张”向“价值驱动”转变。

今年2月，国家发展改革委、国家能源局联合发布的《关于深化新能源上网电价市场化改革 促进新能源高质量发展的通知》明确提出，“不得将配置储能作为新建新能源项目核准、并网、上网等的前置条件”，此前实施多年的新能源强制配储政策被叫停。

“此前，新能源场站把配储当作获得并网资格的‘入场券’，为降低投资成本，电站业主自然会选择低价的电芯产品，进而因低质付出更多的风险成本。”天合储能市场部负责人王森对记者表示。

“为此，我们在系统内的每一个电芯上都接入了电子监测点，基于AI的实时数据收集和预警功能，每个电芯实时的运行状态清晰可见，从源头保证储能电站的安全性。”王森对记者表示，“此外，随着储能市场进入‘交易化’时代，交易模式更加复杂。过去，公司会配备专职运营人员下达运维交易决策，现在利用AI大模型优化算法进行辅助决策，同等容量收益和效率比过去显著提高。”

“储能电站在使用过程中，会产生大量的数据，如果这些数据能够被挖掘分析，就可以有效地提升电站的收益。”宁德时代储能解决方案总监梁耀对记者表示，通过AI



第十三届储能国际峰会暨展览会现场

本报记者 刘杨 摄

算法，宁德时代把故障预警时间提前了7天，电站综合效率平均提升3%，可用损耗平均下降25%。

吸引更多企业参与深度融合

陈海生表示，虽然国内外不确定因素增加，但总体上新型储能将从规模化发展向全面商业化转变。

值得一提的是，2024年，有更多的新技术从实验室进入了市场。“比如半固态电池率先实现量产，宁德时代、比亚迪等头部企业密集公布技术进展，能量密度突破400Wh/KG，成本同比下降30%。钠离子电池在储能市场开始商业化应用等。”陈海生称。

根据《储能产业研究白皮书2025》的数据，2024年，AI算法实现电池健康度预测精度超过95%，延长寿命10%-15%。虚拟电厂通过AI算法聚合分布式储能资源，参与电力现货市场交易，欧美试点项目收益提升20%。

“储能系统本质上是针对能源供应侧

和需求侧进行调节的手段，特别是对需求侧采取灵活的能源管理策略。这个过程是对能源数据与算法的处理。”中关村产业技术联盟常务副理事长余振华坦言，“现在，整个行业严重缺乏基础数据和恰当的算法。2025年，我们希望更多的企业步入AI+储能的深度融合中。”

阳光电源光储集团副总裁徐清清对记者表示，过去行业一直在增大电芯、提高能量密度上下功夫。未来，如何面对高度不确定性的电网，更有智慧地为电网进行动态服务将成为企业间寻求价值增量的关键。

“过去一年，中国储能产业经历了高速发展，新型储能历史上首次超过抽水蓄能，实现了规模化发展，但竞争加剧态势明显。展望2025年，中国储能有望在攻坚克难中继续高速发展。虽然国内外不确定因素增加，但总体上将从规模化发展向全面商业化转变，固态电池开始进入市场，压缩空气储能、液流电池有望进入吉瓦级项目落地阶段。”陈海生说。

硅宝科技：坚定百亿产值目标不动摇 培育第二业绩增长曲线

● 本报记者 康曦

眉山是硅宝科技布局的第六大生产基地，这里正孕育着公司的第二业绩增长曲线——硅碳负极材料业务。在硅宝（眉山）新能源项目上，一排排厂房井然有序地分布其中，厂房内部，工人正有条不紊地进行设备调试。按照规划，今年硅宝科技将实现3000吨/年锂电池用硅碳负极生产线的投产。

硅宝科技双主业的发展格局正日益完善。硅宝科技董事长王有治在接受中国证券报记者采访时表示：“随着3000吨/年锂电池用硅碳负极生产线建设推进，公司正重点发力预锂硅氧和新型硅碳产品，深化与战略客户从研发到量产的全程合作，加速硅碳负极材料在高端电池市场的商业化进程。同时，公司将继续坚守主业，深耕有机硅密封胶行业，通过创新驱动，力争2025年实现营业收入同比增长30%的经营目标。”

硅碳负极业务取得突破

以硅碳负极为代表的硅基负极作为突破锂电池能量密度瓶颈的关键性材料，正处于产业化发展的关键阶段。硅基负极的理论容量是石墨负极的10倍以上，被认为是下一代锂电池的理想负极材料选择。

“我们是第一批从事硅碳负极材料研发的企业，从2016年开始从事锂电池用硅碳负极材料的研究，并在2024年实现重大突破，完成从技术研发到规模化销售的关键跨越，产品通过多家工具电池和3C电池客户的测评认证。目前1000吨/年锂电池用硅碳负极中试线稳定运行，已累计实现百吨级销售，2024年建成3000吨/年锂电池用硅碳负极生产线，将于2025年投产使用。”公司董秘李媛媛说道，“2025年出货量，我们希望能达到千吨级。目前硅碳负极主要用于3C电池领域，未来最重要的市场是在动力电池领域，一旦这个市场打开，其需求将迅速放量，我们也随时做好了产能扩建的准备。”

《中国锂离子电池负极材料行业发展白皮书（2025年）》显示，2024年全球负极材料出货量达到220.6万吨，其中，以硅基负极为代表的新型负极材料出货量占比达到3.3%，产业化进程显著加快。

对于市场拓展，硅宝科技充满信心。“对于宁德时代、比亚迪等动力电池生产企业来说，更看重产品性能。我们在硅碳负极材料领域已经深耕多年，无论是技术、工艺还是产品性能都处于行业第一梯队。”李媛媛表示。

工业胶亮点纷呈

光伏、新能源汽车、锂电“新三样”产业的快速发展，为硅宝科技的工业胶产品提供了新的增量空间。2024年，硅宝科技工业胶产品销售重量同比增长22.66%，实现销售收入8.27亿元，同比增长17.45%。

“在工业胶领域，我们的竞争对手主要是国外巨头。”李媛媛表示，“在工业领域每个细分行业对于胶的需求各不相同，产品除了要能解决问题外，客户还更看重生产企业的管理水平、产品性能、后续配套服务，我们以‘材料+解决方案’为客户量体裁衣，逐步实现工业胶的国产化。”

具体细分领域来看，在电子电池板块，硅宝科技销售收入同比增长37.88%。在比亚迪、宁德时代、中兴通讯、华工科技、禾赛科技、大疆无人机等大客户上，公司进一步提升市场份额。

“我们自主研发的低密度、高阻燃有机硅密封胶材料，以轻量化设计和UL94 V-0级阻燃性能填补国内空白，支撑锂电池能量密度提升与无人机安全性能升级，获得了比亚迪、大疆无人机等头部客户批量采购。”李媛媛说道，“在低空领域，我们当前主要配套下游无人机生产企业进行电池用胶产品的研发，但收入规模较小。”

汽车用胶方面，2024年，公司成功导入赛力斯、海拉车灯等头部企业，并保持与宇通客车、金龙汽车、法雷奥、华域视觉、星宇股份等国内外知名企业的深入合作。

在电力行业，公司加强与中国五大电力公司的业务合作，首次进入金川集团和中国铁塔公司工程项目。

今年力争实现营收同比增长30%

硅宝科技提出力争在公司创立的第三个十年实现产值百亿目标。2025年是公司实现“百亿目标”的关键之年，公司将一如既往地以市场为导向，以客户为中心，努力实现营业收入同比增长30%的经营目标。

“1998年公司成立，在成立后的第一个十年实现了上市目标，第二个十年实现收入突破10亿元，我们提出在第三个十年实现产值突破百亿元。”李媛媛说道，“公司提出百亿产值目标是在2019年，当时有机硅密封胶行业发展前景较好。现在虽然市场环境发生了变化，但我们对实现这一目标也有着清晰的规划和路径。”建筑胶坚持“经销为主，直销为辅”的销售模式，抢抓优质客户，开拓市场空间，继续提升市场占有率，巩固建筑胶行业龙头地位。工业胶重点拓展公司产品在光伏新能源、电子电器、动力电池、汽车、电力等领域的应用，与行业标杆客户、头部企业深度合作，继续提升在核心客户中的市场份额，快速扩大市场占有率。

外延并购也是硅宝科技实现百亿产值目标的重要手段之一。“我们将积极开展投资并购，重点在有机硅材料、粘合剂、锂电材料等行业实现多元化发展，拓宽业务领域，提升公司整体规模和实力。”李媛媛说道，“我们先后并购了安徽硅宝、拓利科技和江苏嘉好，都是百分百控股。我们以合作式并购为主，并购后仍由原管理团队负责经营管理工作，通过双方优势互补，实现共赢发展。拓利科技被并购后，业绩不断创下历史新高，江苏嘉好2024年也是超额完成业绩承诺。”

公司坚持“走出去”策略，积极拓展海外市场。2024年，公司实现出口销售收入2.93亿元，占公司总营业收入比例为9.28%，其中，出口美国业务量占比较小。李媛媛表示：“随着未来公司产品出口规模的逐步增长，关税及汇率波动可能对公司业绩有一定影响，但影响较小。我们也会随时关注国际局势，适时调整优化产品结构及境外地区销售结构。”