

■ 年终报道

有的加速飞驰 有的失速熄火 中国新能源汽车步入“淘汰赛”

◎记者 俞立平

日前,中国汽车工业协会相关负责人对上海证券报记者确认:今年中国汽车产销量有望创历史新高。这一喜讯的背后,中国新能源汽车产业无疑是拉动增长的“动力源”,新能源车月度产销首次双双突破百万辆,新能源乘用车月度渗透率历史性突破40%,均位居世界第一。

宛如一辆持续加速的电动车。2023年崛起中的中国新能源汽车行业,虽然经历了降价等“插曲”,但伴随市场需求恢复以及促进消费政策等助力,全行业顺利“驶过弯道”,延续产销增长之势,渗透率、出口等各项主要数据不断刷新纪录。

不过,回顾这一年来的新能源汽车“竞技场”,行业内企业境遇则各有不同,有的加速飞驰,也有失速熄火。一方面,比亚迪、理想等主流新能源车公司领跑行业,规模化等优势亮眼;另一方面,威马、爱驰、雷丁等企业深陷危机,纷纷倒下,行业竞争的激烈程度超乎预期。

华为、小米等消费电子头部企业也加快速度,跨界进入新能源车赛道,引发行业格局的巨变。大浪淘沙,更残酷的“淘汰赛”即将开始。

购车需求释放

主流新能源车企驶入快车道

岁末的武汉经济技术开发区,虽已是凌晨两点,但东风旗下岚图汽车工厂车间内依然是机械手飞转、电火花耀眼的繁忙景象。“我们已开启24小时工作制。”岚图汽车工厂负责人乐学凯说,6月以来,专注新能源汽车的岚图新车交付实现五连涨。为完成12月销量突破1万辆目标,车间加快生产排期,缩短交付周期。按排产计划,这里每天可以下线400辆新车。

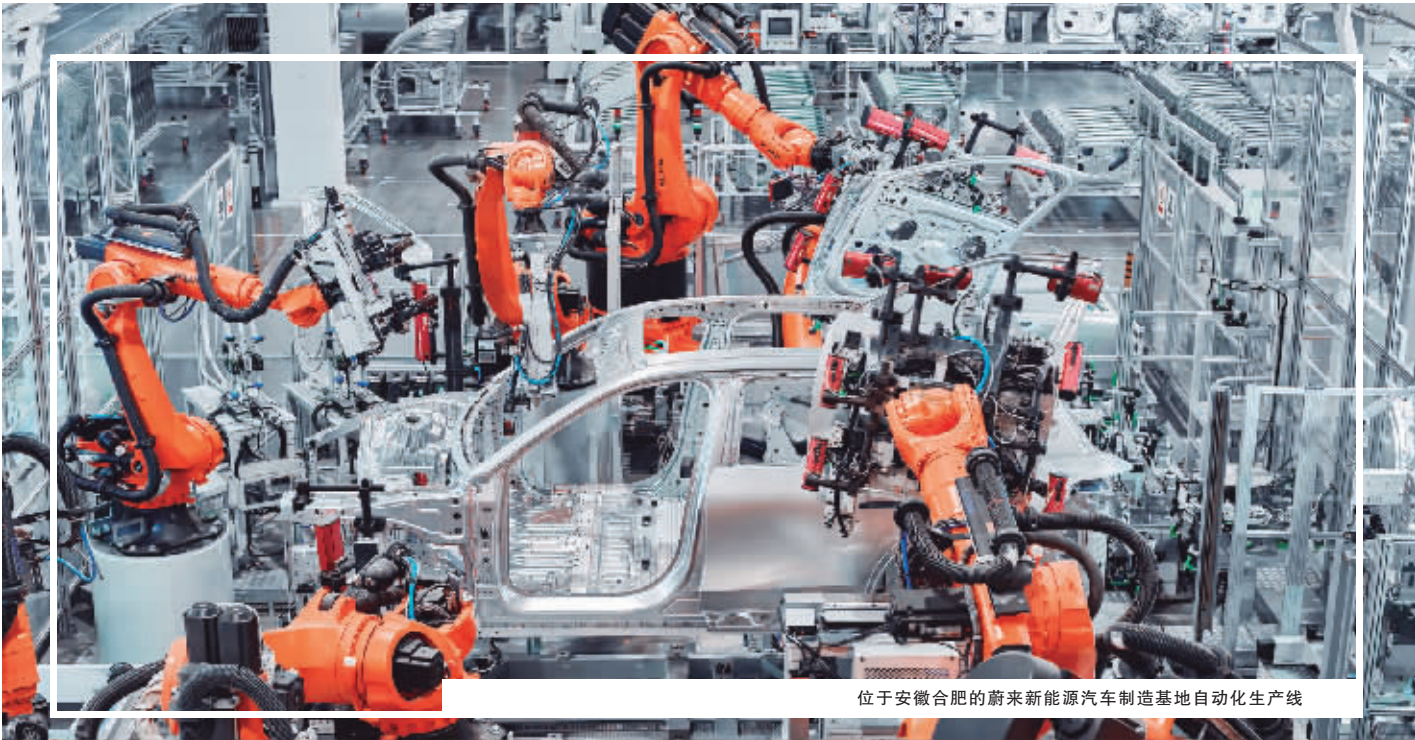
“24小时工作制”是中国新能源车产销两旺的缩影。11月,理想汽车在造车新势力中位列榜首,不仅连续两个月交付量突破4万辆,而且已提前一个月达成全年30万辆销量目标。“市场需求增加,我们将挑战12月交付5万辆的目标。”理想汽车董事长李想说,在30万元以上市场,理想交付量已经超越燃油车时代强势国际品牌宝马和奔驰的国内交付量。

在大众普及型赛道,比亚迪也在“快速奔跑”。11月24日,比亚迪员工代表们迎接公司第600万辆新能源汽车在郑州工厂下线,比亚迪成为全球首家达成600万辆新能源车下线的企业。比亚迪方面介绍,公司从“第500万辆”到“第600万辆”仅用时3个多月,进一步推动行业进入规模化、全球化高质量发展阶段。1-11月,比亚迪销量达268万辆,同比增长64.8%,距全年300万辆目标仅一步之遥。

“我国新能源车销量占汽车总销量比例已经接近40%,发展迅速,这与消费电子产品周期性发展趋势类似。”岚图汽车CEO卢放分析,具备性价比优势的纯电动和插电式混合动力新能源车将不断取代传统燃油车。主流新能源车企在2023年的快速发展受益于行业大势和政策鼓励。目前销量增长很大一部分原因是传统燃油车用户在加速向新能源汽车用户转换。“中国新能源汽车在体验上优于燃油车,政策补贴后的价格和燃油车差不多。”

中汽协统计显示,11月,中国新能源汽车产销同比分别增长39.2%和30%,月度产销首次双双超百万辆。中汽协副秘书长陈士华表示,伴随购车需求进一步释放,新能源汽车正引领整个中国汽车业增长,预计将出现年底“翘尾”现象。2023年汽车产销有望创新高,超额完成新能源车销量900万辆的全年预测目标。

行业加速发展的背景下,“淘汰赛”大幕已然拉起。10月9日,威马汽车被申请破产重整,曾是造车新势力第二的威马汽车,已深陷停产欠薪的困境。雷丁汽车、爱驰汽车等多家新能源车企也陷入破产、停产泥潭。吉利控股总裁安聪慧对记者表示,2024年的中国



位于安徽合肥的蔚来新能源汽车制造基地自动化生产线



比亚迪 U8



重庆赛力斯汽车智慧工厂

新能源汽车市场竞争将更加激烈,价格战和优胜劣汰加剧在所难免。

“我认为2024年会是高端纯电动新能源车市场的爆发年。”蔚来董事长李斌对记者分析,过去两年因为高售价和基础设施等原因,混合动力新能源车相比纯电动车发展更快。纯电动车很多是负毛利,企业很煎熬,尤其20万元至30万元价位。但从7月开始,蔚来高端纯电动车在上海市场的销量已经超过国际车企,发展趋势向好。伴随充电网络普及和锂价调整,高端纯电动新能源车新一年的表现值得关注。

华为“搅局” 消费电子企业加速跨界布局

谁是2023年中国新能源汽车市场的“黑马”?多位业内专家首推华为和赛力斯合作的问界品牌。华为常务董事余承东对问界“遥遥领先”的评价迅速破圈,跨界“搅局”的华为引发汽车业广泛关注。“金九银十”后,问界销量继续“高歌猛进”,11月销量首次突破2万辆并跻身国内前十。

随着销量提升,华为汽车“朋友圈”持

续扩容。12月1日,江淮汽车公告,公司与华为签署《智能新能源汽车合作协议》,双方将强强联合,优势互补,基于华为智能汽车解决方案,打造豪华智能网联电动汽车。“通过合作车型不断升级、迭代,满足用户对智能网联汽车的更高需求”。

华为汽车业务此前有三种模式:标准化零部件模式、HI模式(Huawei Inside模式)、智选车模式。智选车模式中,华为深度参与产品定义和整车设计,产品进入华为渠道销售。余承东表示,华为会与更多战略合作车企携手合作,探索开放共赢新模式,抓住电动化智能化转型机遇。

有接近华为的人士向记者介绍,2023年新搭建的华为智选车“朋友圈”里整车企业所扮演角色各不相同。华为与赛力斯打造的问界品牌覆盖新能源SUV车型,华为和奇瑞合作的智界品牌瞄准纯电轿跑车型,华为和北汽蓝谷将推出高端智能纯电动轿车,而华为和江淮汽车合作的则是更大型的新能源MPV车型。2024年,将有更多华为合作新车发布。

同样跨界进入新能源车领域的小米也在加快造车步伐。“小米人局汽车赛道,希望花15年至20年时间,进入世界前五,这是非常宏大而具有挑战性的目标。”小米集团总裁卢伟冰日前表示,小米汽车明年上半年量产目标不变。据最新计划,小米新能源汽车将于2024年上市。与华为不同的是,小米会自建直销销售与服务体系。

有汽车行业分析师表示,华为、小米等在2023年加速推出新能源汽车创新业务的背后,是传统手机消费电子产品和汽车融合发展的趋势。中国汽车业发展的两个最重要的方向就是新能源电动化和智能化,智能化相对于电动化而言尚在初期,华为、小米希望凭借智能化优势切分汽车产业的庞大“蛋糕”,从而让新能源汽车的“淘汰赛”加速。

国泰君安研报分析称,作为具备强大流量群体的消费电子龙头,小米汽车初期并不缺乏客户基础,叠加小米智能生态和渠道优势,小米汽车上市初期表现值得期待。但新能源车市场竞争日趋激烈,小米汽车在中后期的市场竞争中需要发挥其产品塑造和产品定位的能力,才能获取更高的市场份额。

“实力科技企业的后发优势会一步步展现出来。只要能造出车,他们就能快速迭代出更好的车。”资深新能源车分析师梅松林向记者表达对小米、华为跨界前景的看好。他指出,从苹果、华为、小米智能手机等产品此前的发展来看,科技企业产品迭代的速度远传统汽车企业更快,他们跨界造车有望重塑整个行业生态。

2023年,中国新能源汽车市场渗透率已达75%。按规划,华为将继续加码智能车业务,问界品牌将于2024年上半年推出新M5车型,定位于M7与M9之间的全新车型问界M8也将于2024年下半年推出。面对新车型的增加,华为在渠道方面也开始采取行动,华为正在建设独立的“鸿蒙智行”门店,预计到2024年新门店数量将达到800家左右,新的门店将提供包括销售、交付和售后等服务,统一负责华为和车企合作的智能车产品业务。

产业链公司 有望受益智能车产能爬升

12月26日,华为常务董事余承东透露,问界M9的预订量已经达到5.4万辆,将于2024年2月26日批量交付。为了及时交付和华为合作的问界M9等车型,赛力斯重庆工厂已经投入3000多名工人两班倒生产,10月和11月连续两个月单车型交付突破万辆。赛力斯预计,12月将完成交付2.3万辆,2024年月度交付将超过3万辆。

赛力斯有关负责人对记者介绍,近期赛力斯董事长张兴海密集走访了常州星宇、博俊科技、昆山沪光等多家供应链企业,深入了解企业的各项业务进展和技术创新等情况,这几家企业均为AITO问界M9的核心供应商。张兴海表示要在高质量原则下缩短交付周期。

同时,多家企业披露了参与问界M9的情况。12月26日,科创板上市公司光峰科技有关人士介绍,作为激光显示科技领域企业,光峰科技在2021年就已成为华为智能汽车解决方案优秀合作伙伴,此后又成为赛力斯汽车车载光学解决方案供应商。此次问界M9新车上所搭载的32英寸车规级投影巨幕就是由光峰科技提供核心器件。

有汽车行业发展人士表示,目前汽车“新四化”已成为行业发展的主流,随着智能车型产能爬升,产业链公司有望获得更多订单。

出口增长

国际市场打开新能源汽车新空间

冬日的上海海通国际汽车码头,1945辆上汽名爵等品牌国产新能源汽车逐一驶上“克诺帕斯领袖”号外贸滚装轮,发往越南、泰国等共建“一带一路”国家。今年前10个月,已经有超过28万辆国产新能源车从这个中国最大的汽车出口码头出海。

凭借产品力和性价比,中国新能源汽车在2023年赢得众多海外消费者的青睐。澳大利亚贸易投资委员会(深圳)首席商务代表林怀李介绍,目前澳大利亚的中国新能源汽车供不应求,很多消费者购车需等候一年甚至一年半。“在澳最畅销的新能源车就是比亚迪和上海生产的特斯拉。”林怀李说,中国新能源汽车在当地的销量增长非常快。

作为新能源车出口大户,上汽1-11月海外市场销量达到106.7万辆,同比增长20.8%,已经超过2022年全年,上汽自主品牌销量占比超九成,在中国车企中领跑。上汽名爵MG4 EV电动车已成功销往80多个国家,海外销量“月月破万”。上汽集团预计公司将向120万辆海外销售目标冲刺。

中汽协统计,1-10月,中国汽车出口同比增长62.1%,新能源汽车出口143.9万辆,同比增长77.4%。中国新能源汽车出口前三位国家为比利时、泰国和英国。英国商业与贸易部国务大臣多米尼克·约翰逊(Dominic Johnson)日前表示,中国有强大的电动汽车产业,欢迎英国和中国之间的商业合作。

“全年来看,中国有望首次成为世界第一汽车出口大国。”上汽集团副总裁祖似杰表示,新能源汽车会在全球市场继续发展壮大,对企业而言意味着新的增长空间。他透露,上汽集团已经启动欧洲整车基地选址工作,力争实现当地制造、销售和服务,持续输出电动智能车。

国际巨头也在加码投资中国新能源车企。Stellantis集团日前宣布投资约15亿欧元以获取零跑汽车约20%股权。零跑汽车联席总裁武强对记者透露,2024年,双方将启动海外营销,“计划从欧洲开始”。

“出海不升级,就会出局。”哪吒汽车董事长方运舟对记者表示,出海是中国新能源车企升级的必由之路。但是,新能源车出海不等于简单将车卖到海外市场,而是要以技术、服务、品牌、制造共同出海的方式,打造一个全球化合作延伸价值链。2024年,哪吒汽车计划将销售网络拓展覆盖到全球60个国家的海外销售服务网点,生产更多的全球车型,力争达成一年10万辆的海外销量目标。

跨国药企 在华投资多点开花

◎记者 王墨璞嘉

2023年,跨国药企在全球经济下行的环境中不断寻找新机遇,而加大中国市场布局力度成为跨国药企的普遍选择,通过扩产能、助出海、强研发等方式,跨国药企在华战略布局进入新阶段。

加大在华建厂力度

随着健康中国行动的深入推进和普及,我国卫生健康事业成绩显著,医药市场规模不断扩大,这也为跨国药企布局中国市场带来了诸多机遇。弗若斯特沙利文数据显示,2030年中国医药市场规模预计将超过2.7万亿元。

今年以来,多家跨国药企在华落地新厂区、扩大产能,加大投资力度。12月初,诺华集团宣布拟投资设立第二个在华创新药生产基地,该基地预计总投资超过6亿元,并在2026年底开始放射性药物的生产。

诺和诺德也加大布局力度,继此前5亿元投资后,今年又再追加11.8亿元用于成品车间及预填充注射笔生产线引进项目;赛诺菲则投资近5亿元,新建一条无菌灌装生产线并升级改造现有组装生产线,持续扩大胰岛素产品的制造能力和本地产能。该项目预计2024年第一季度投入生产。

今年11月,莫德纳在华首个药厂“莫德纳中国研发生产总部项目”开工建设,成为迄今为止全国生物医药领域投资额最大的标杆性外资项目。该项目工业用地面积近270亩,总投资约36亿元。

同月,默克宣布在华首个生物安全检测实验设施正式启用,提供从临床前开发到商业化上市所需的细胞库检定和批次放行检测等服务。该实验设施的启用,加强了默克在华多样化的生物安全检测能力,进一步满足了本地生物安全检测的需求,助力国内药企FDA认证提速。

共享创新药红利

随着一系列行业政策的制定和实施,我国创新药企业迎来发展新机遇。目前,我国部分创新管线已呈现“井喷”趋势,创新药企逐渐进入收获期,成为全球医药供应链重要一环。

中国生物医药公司的国际竞争力增强,“走出去”成为大势所趋,众多业内细分领域头部企业寻求出海机会,包括抗体药研发、新型疗法、CDMO等领域的头部企业。“在‘走出去’的过程中,中国药企普遍存在与国际接轨的问题,与其带着优质的产品‘摸着石头过河’,不如与国际伙伴合作,优势互补,加速融入全球产业链和国际市场。”业内专家说道。

例如,君实生物携首个国产PD-1单抗药物特瑞普利单抗成功出海美国。该药物成为美国首款且唯一获批用于鼻咽癌治疗的药物,也是FDA批准上市的首个中国自主研发和生产的创新生物药。与Coherus的合作帮助公司进一步强化药品在美国的商业化,使该药有机会惠及更多的全球患者。

与此同时,越来越多拥有丰富行业经验的跨国药企与中国药企合作,助力我国原研药品全球化,以期共享创新发展红利。近期多个国产ADC药物的海外授权,就验证了这一趋势。

以李嘉诚旗下的创新药企和黄医药为例,公司子公司和记黄埔医药与武田制药合作,成功“借船出海”。武田制药获得和记黄埔医药产品吡唑替尼的国际开发、商业化和生产权,而和记黄埔医药则可以从该笔交易中获得11.3亿美元。

记者了解到,我国药企“借船出海”意愿强烈,跨国药企也在积极寻求与我国创新药企的合作机会。业内人士表示,跨国药企可以协同我国药企的研发和生产能力,连接自身的全球商业化能力,为其带来新的业绩增长点。例如,欧加隆与中国企业合作,聚焦辅助生殖、女性生育力、男性雄激素性脱发等领域,加快相关产品的许可引进和对外授权,加速全球患者触达药物。

持续“做多”中国市场

目前,中国已经成为全球第二大医药市场,也是大多数全球顶尖医药公司的重要战略市场。众多跨国药企通过加大研发等方式,努力提升中国市场在集团中的战略地位。

多家跨国药企加速在华创新产品的临床研究和注册,快速布局新的富有竞争力的产品和管线,以期在肿瘤、免疫、糖尿病、疫苗、血制品、呼吸、神经学等领域建立“护城河”。

各跨国药企将中国纳入全球新药研发同步进程。其中,勃林格殷格翰提出“中国关键”战略,不分治疗领域,将中国全面纳入公司的全球早期临床开发项目,加速创新药物在华与全球同步上市;诺华制药计划在3年内实现90%以上中国新药注册申请的全球同步。

更有跨国药企直接加大在华研发投入。勃林格殷格翰大中华区总裁兼首席执行官董博文透露,未来5年计划在华研发投入超40亿元。阿斯利康上海研发平台升级为全球研发中国中心,在华研发管线在研项目超过180个,其中与全球关键项目同步研发率近100%。预计未来5年内,阿斯利康将有约80个新药和新适应症在华获批。

“中国市场占欧加隆全球销售总额的15%,对公司的未来发展至关重要,公司对中国医药市场的未来充满信心。”欧加隆全球高级副总裁、中国区总裁吴泽发表示,未来,欧加隆将致力于在中国市场与各方达成更多合作。

华为加码智能车 产业链公司受益汽车“新四化”

◎记者 俞立平

12月26日,华为冬季全场景发布会在深圳举行,华为和赛力斯合作推出的问界M9新车,超越华为nova12系列手机以及华为FreeClip耳机等多款智能产品成为发布会的主角。该新车售价高达46.98万元至56.98万元。

伴随华为加码智能车业务,多家企业也被露各自产品搭载在问界M9等华为新车的进展。业内专家指出,“新四化”(电动化、智能化、网联化、共享化)已经成为汽车行业持续发展的主流,产业链公司有望受益于“新四化”技术的进步。

华为智能驾驶 成为用户购车重要因素

作为目前华为智能汽车业务板块最贵的旗舰车型,新发布的问界M9搭载了多项华为自研技术,比如华为百万像素智慧投影大灯、

华为途灵底盘和华为临境抬头显示系统(AR-HUD)等。其中,纯电版新车还搭载了华为“巨鲸”800V高压电池平台,充电5分钟就可续航150公里,CLTC工况下续航达到630公里。

智能化方面,在华为赋能下,问界M9实现多项突破。在此前引发争议的AEB(自动紧急刹车系统)功能方面,问界M9搭载的华为ADS2.0系统的AEB能力进一步提升。

在高阶智能驾驶方面,问界M9全车配备27个传感器,包括一枚全新设计的192线激光雷达,这也是业界车规级量产最高线数激光雷达。新车可实现在国内“有图无图都能开”的高阶智能驾驶体验。

华为智能驾驶正成为影响用户购车的重要因素。据余承东介绍,前期推出的问界新M7车型大卖,说明消费者已经开始认可华为在智能驾驶方面的能力。统计数据显示,问界新M7的10万订单中智驾版占比达60%,城区