

产业前瞻

新能源车销量将占全球六成 新车出口有望放量
中国汽车业2024年“双引擎”加速跑

●记者 俞立严

2024年第一周，多家中国汽车企业发布了新能源新车型，令消费者目不暇接。与此同时，在欧洲等海外市场，中国汽车受到越来越多消费者青睐。据预测，2024年，中国将贡献全球新能源汽车60%销量，中国汽车出口量将增长至550万辆左右。汽车出口和新能源车销量将成为输送中国汽车行业新一年澎湃动力的“双引擎”。

引擎一：新能源车销量将占全球六成

1月8日，正在冲刺纽交所的极氪智能科技副总裁林金文对上海证券报记者表示，极氪2024年的新车交付目标为23万辆。据极氪此前统计，2023年度，公司累计新车交付量突破11万辆，同比增长65%。这意味着公司2024年的交付目标将翻倍。

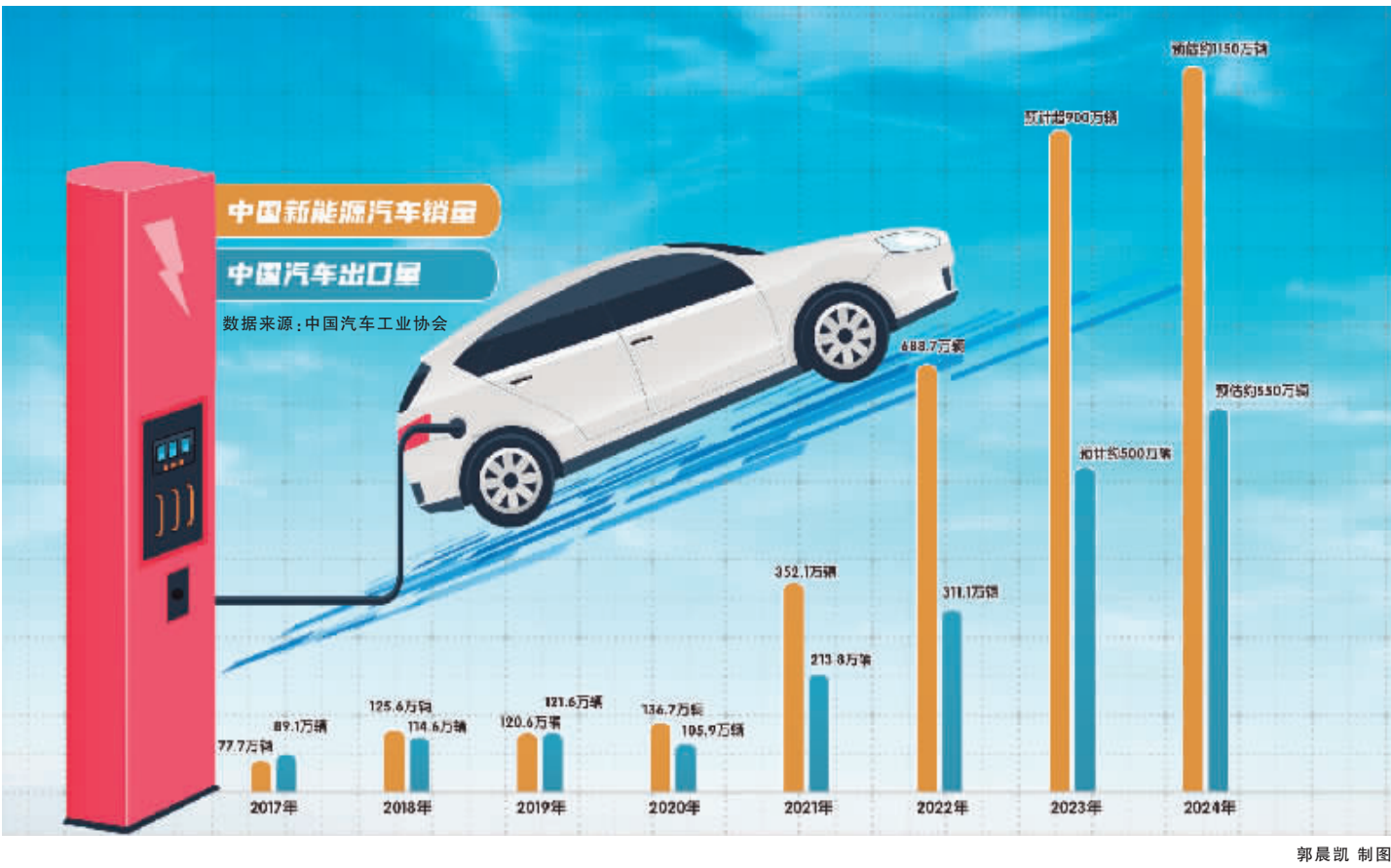
对于2024年的新能源车市，从企业到行业协会都有乐观的预测。“预计2024年中国汽车总销量3100万辆，其中新能源汽车销量约1150万辆。”中国汽车工业协会（下称“中汽协”）副总工程师许海东说，随着中国经济逐步恢复，得益于新能源汽车等的发展，预计车市需求将继续保持稳定增长，未来中国汽车市场将进入3000万辆级别的新阶段。

“2024年，中国新能源汽车在我国和全球市场的地位将进一步提升。”中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预计，2024年全球新能源汽车销量将超2000万辆，中国将贡献全球销量的60%。张永伟表示，中国将继续成为全球新能源汽车产业的“风向标”。

据估算，2024年，中国动力电池及材料出货量仍将占全球的50%以上，并将通过全球合作和海外产能布局加速落地。“我国的电池、电机、智能座舱等关键技术和生产水平全球领先，纯电动乘用车平均续航里程超过460公里，诸多新技术已经在我国出现并落地。”张永伟说，随着中国新能源汽车占据重要市场地位，国内新能源汽车产业链地位也进一步提升，中国加速成为全球汽车供应链中心。2024年，新能源汽车产业发展将持续拉动基础设施、汽车零部件、智能制造等领域的投融资。

对于2024年的中国新能源汽车技术发展路线，中国汽车政研咨询中心副主任王薛超表示，从中长期来看，以纯电动车型产品为主；从中短期来看，插电式混合动力车型也有一定的市场。天津大学中国汽车战略发展研究中心总监陈雨然认为，2024年中国新能源汽车市场总体将高速增长，预计混合动力汽车和纯电动汽车将各占一半。

近期，吉利银河E8、东风纳米01、奇瑞风云A8D等中国自主品牌新能源新车型密集上市。上汽集团质量和经济运行部市场与品牌管理总监郝鸿表示，在新能源车赛道上，中国自主品牌的渗透率已经超过80%，而以前强势的合资品牌连10%都还不到。



全国乘联会秘书长崔东树表示，得益于技术创新，特别是增程和插电式混合动力技术的推广，2024年，中国自主品牌新能源汽车将迎来强劲增长。

引擎二：新车出口有望放量

比亚迪滚装运输船EXPLORER 1号近期在山东烟台完成了为期7天的试航，该船为大型滚装运输船，船身有醒目的“BYD”红色标志。据广船国际消息，其承接比亚迪的7000车双燃料汽车运输船（PCTC）项目1号船已在广州南沙开工，该项目共计划建造两艘船。针对行业传闻比亚迪“买船出海”一事，比亚迪有关人士回应记者称，公司租用了两艘来自山东烟台的滚装运输船，交付时间为2024年，并确认公司“确实在买船”。

业内专家表示，作为新能源车巨头的比亚迪，跨界投资海运船只的推手是公司汽车出口需求的快速增加。2023年全年，比亚迪出口24.28万辆新车，同比增长334.2%。比亚迪日前还宣布，将在匈牙利赛格德市新建新能源汽车整车生产基地，进一步深化海外布局。

银河证券研报认为，比亚迪在海外市场的加速布局将为公司销量带来新增量，助力公司销量继续保持高速增长。银河证券预计，2024年比亚迪新能源乘用车销量将达到380万辆，其中出口销量有望达50万辆。

比亚迪的行动是中国车企出海的缩影。

目前，蔚来、零跑、哪吒、高合等造车新势力均提出了2024年的海外市场布局计划，上汽、广汽、吉利、长城等传统车企集团也在推进旗下各品牌的出海进程，上汽等企业还在抓紧准备在欧洲等地区建厂。

中汽协数据显示，2017年，中国汽车出口量不足100万辆，而2023年汽车出口量最终数据有望首次突破500万辆。许海东介绍，根据中汽协预测，2024年中国汽车出口总量将达到550万辆。

中泰证券研报认为，2024年将是中国汽车出口放量年。国内车企出口将进入普适性放量阶段，并且逐步从“本土造全球卖”过渡到“全球造全球卖”，汽车销售的海外盈利有望显著优于国内市场。

东风公司战略发展研究中心主任刘洛川表示，到2030年，我国海外汽车销量保守估计可达1200万辆。其中，出口600万辆，海外产销600万辆。“车企在输出产品的同时，还将输出技术标准和品牌等。预计未来几年，中国汽车出口达到顶峰后，在海外建厂将会加速。”刘洛川说。

价格战+新入局者 行业将迎新格局

“当前车市场环境一个字就是‘卷’，要么卷价格，要么卷营销。”吉利汽车集团CEO 淦家阅日前在2024年吉利汽车首场新车发布会上感叹道。

事实上，新一年的新车价格战已经打响。1月1日，特斯拉官方宣布，Model 3后驱车型保险补贴6000元，同时推出低息金

融政策，限时购买Model 3/Y最高可省2.3万元。平安证券研报预计，2024年以头部新能源车企为主导的价格战将延续，尤其是在10万元至20万元的主流价格带。

“中国新能源汽车市场的竞争比欧美激烈。”瑞银中国汽车行业研究主管巩昱对记者表示，中国车企在新能源等新浪潮中“卷”出了具有国际竞争力的产品力和成本优势，但同时众多企业盈利情况不容乐观，2024年，中国车企将面临相对传统汽车发达国家同行更残酷的优胜劣汰。

标普全球汽车大中华区汽车分析联合总监陶果认为，目前中国汽车市场仍处于快速增长期，还没有形成稳定格局，所以价格战仍会继续。无论是自主品牌还是合资品牌，未来两三年内将面临一场严峻的考验，可能会出现大混战、两极分化的局面。

“因此，所有品牌，尤其是那些处于市场尾部的合资或自主品牌，需要格外警惕。”陶果说。

中汽数据有限公司乘用车研究室主任陈川认为，2024年，头部车企面临的压力可能比较大，长安汽车、吉利汽车等头部企业或成为主要增长点，尾部企业则可能面临更复杂的情况。一方面，华为、小米等加入竞争格局；另一方面，一些短期经营不太好的企业可能面临兼并重组的风险。

巩昱表示，华为、小米的跨界驶入将给中国汽车行业带来新的竞争格局，给消费者带来更多选择，也有利于整个行业的健康发展。

解密出海印尼机遇：模式类当先 制造业突围

●记者 王玉晴

“过去5年，在中国银行印度尼西亚分行开户的中国企业从700多家增长到3000多家，这反映出两国之间在贸易和投资方面的快速发展。”1月9日，在上海交通大学上海高级金融学院主办的“扬帆东盟·中资企业出海论坛”上，高金学院执行理事屠光绍表示。

若在东南亚版图中选择出海目的地，印尼是不得不重视的国家。印尼是东南亚最大的经济体，人口2.8亿左右，占东盟的40%。上海证券报记者在论坛现场获悉，印尼的制造业、服务业均存在投资机会，中国的模式类产业（如电商、快消）已经成为出海印尼“先锋”产业。但征战印尼市场并非易事，中国企业还有多方面功夫要做足。

印尼支柱产业欢迎中国企业加入

论坛上，印尼伊斯兰银行总裁、前印尼央行银行副行长穆里亚曼·达尔曼夏·哈达德解读了印尼当下的五大经济支柱，及中国企业的参与机会：印尼目前的五大支柱产业包括基础设施建设、矿产的下游化开发、能源转型与低碳发展、中小微企业发展以及旅游业。

“印度尼西亚是一个群岛国家，由17000多个岛屿组成。这些岛屿的相互连接，对提升我们的经济效率非常重要。”哈达德说，预计在未来五年内，印尼对基础设施建设还会继续进行，印尼希望在基建方面与其他国家合作，尤其是中国。

第二大支柱为矿产的下游化开发。矿产是当前全球经济中重要的要素，而印尼自然资源丰富，尤其是新能源锂电池所需的镍、钴等金属元素储量居世界前茅。印尼目前正谋求向矿产的下游产业延伸，“我们希望这些原材料在国内加工，再服务于印尼以及全球市场。”哈达德介绍。

第三大支柱为能源转型。印尼已公布到2060年实现碳中和的目标，目前欢迎外商以基础设施、融资等多种方式参与印尼的能源转型过程。

“实际上，印尼的服务行业也存在很多机会，比如数据管理、信息通讯。”另一位印尼与会嘉宾表示，未来中国和印尼不是竞争的关系，双方有很多互补性，可以找到更多合作机会。

模式类出海成中企“拿手绝活”

过去一年，“印尼考察团”成为大热。“不是个别行业，而是各种听说过的，但凡有点规模的行业都去印尼考察。”上海世智人力资源有限公司合伙人、国际人才项目负责人郭庆秋表示。

不过，要论目前落地最成功的行业，许多嘉宾都指向了“模式类”——即电商、快消、咖啡奶茶等产业。

“MINISO（名创优品）两个最大的海外市场：一个是美国，另一个就是印尼。还有蜜雪冰城，通过代理商模式，在印尼已开了2000家店。TikTok在印尼的GMV占它在东南亚的近一半……”谈起模式类产业在印尼的快速崛起，郭庆秋细数了许多品牌名，描述她在众多行业出海潮中观察到的“模式潮”。

“在新的商业模式上，中国走在世界前列。电商、快消品行业在管理效率、数字化等方面优势明显。”ACCA（特许公认会计师公会）中国专家智库成员谷峰表示。

不过，在“制造本土化”的趋势下，印尼电商行业也在谋求本地制造。电商出海者将如何应对？

PandaPon CEO 应宏表示，中国企业的决策需要从“我自己如何出去卖货”，变为“我如何赋能当地商家更好卖货”。若一个商家需要具备五项能力，那么中国企业可以让他只做最擅长的一项，其他由中国服务商完成。

制造业出海：没有想象的那么好做

除了模式类机会，出海东南亚的还有一批中国制造企业。而印尼凭借前述新能源电池方面的资源，成为新能源车产业链的青睐对象。那么，印尼是不是制造业成本低、市场大的“蓝海”？

“印尼市场早已被大量外企占据，是一个充分竞争的市场，尤其是汽车行业。”谷峰对这个话题泼了“冷水”，“很多人把现在的印尼和中国刚刚改革开放时的市场相类比，但实际有很大差异。在印尼车市，日本车企十分强势，有些外国车企已经退出，比如上汽五菱在印尼的工厂，买的是GM退出后的工厂。”

谷峰提醒，中国企业出海要有自己的“必杀技”。许多中国企业畅想的武器和工具，实际上跨国公司已经在使用。

谈到出海的挑战，“本地化”是不容易跨过的一道坎。郭庆秋提示，中国企业要做到本地化，要谦虚，需要“从0到1”地学习当地法律文化。需要注重ESG，不能只考虑自己的经济利益。

屠光绍表示，中国企业在出海时要秉持可持续发展理念，在满足企业当前需求的同时，保护和维持当地的长期发展潜力；要在关注销售额、市场份额和企业利润等自身指标，与当地经济增长、环境保护和社会福利之间寻求平衡。这样有助于建立长期稳定的互利共赢经济关系，否则可能导致负面后果。

由此看来，中国企业出海前，还有许多问题有待思考和解决。但向前看，这些也是全球化成功企业必经的历练。

被两大“考题”拦住 今年来已有9家公司IPO折戟

●何昕怡

2024年开年，IPO市场就迎来一轮撤单小高峰。

据上海证券报记者统计，截至1月9日，沪深北三大交易所今年已有9家企业宣告IPO终止，原因均为主动“撤单”。分板块看，科创板和创业板各3家、上交所主板1家、北交所2家。从行业来看，这些IPO终止企业多数集中在生物医药、集成电路行业，数量分别为4家和2家。

梳理交易所对7位“弃考生”的问询函可知，业绩下滑风险、业务增长及持续经营能力以及核心研发能力是交易所问询聚焦所在。

鲸平台智库专家、财经评论员郭施亮表示，在IPO发行全链条强监管之下，主动“撤单”和被动终止都有利于监管把好IPO这一“入口关”，进而助力资本市场高质量发展。“2024年开年企业密集撤回IPO申请也与当前的市场环境有关。企业在市场环境明显回暖后再申请IPO，有望获得更高的估值定价。”他认为。

持续经营能力被追问

IPO企业的持续经营能力，一直是交易所关注的重点事项。

在对润玛股份的多轮问询中，深交所反复追问公司持续经营能力。数据显示，2022年下半年起，受产品价格和销量的双重影响，润玛股份营业收入出现大幅下降，主营业务收入从5.24亿元降至4.69亿元，主营产品销量也由4.84亿吨降至3.78亿吨。

基于上述情况，深交所要求润玛股份说明2022年主营产品销量大幅下降的原因，并

结合下游行业情况、分应用场景最新在手订单情况、公司产品价格和销量波动情况，说明其持续经营能力是否发生重大不利变化。

招股书显示，润玛股份主要面向大规模集成电路和高世代显示面板领域客户，提供以高性能油墨、光刻胶剥离及清洗等配套试剂为核心的湿电子化学品。2015年，公司曾申报创业板IPO，但未通过发审委审核。

创业板拟上市公司辉芒微也因业绩承压而受到问询。资料显示，公司主要从事高性能模拟信号及数模混合信号集成电路的研发、设计和销售，与广汽埃安、飞利浦、LG、小米等公司为合作伙伴关系。2022年，受行业周期性波动、“缺芯”态势缓解、需求疲软等因素影响，辉芒微营业收入、净利润分别为4.76亿元、1.12亿元，同比分别下降11.90%、32.41%。

对此，深交所要求辉芒微说明报告期内收入变动的原因，并结合下游应用领域景气度、行业周期性波动、“缺芯”态势缓解情况、产品市场供需状况等，说明是否存在业绩持续下滑风险。

此次“撤单”已是辉芒微第二次撤回上市申请。2021年12月，辉芒微申请科创板上市获受理，但在2022年现场检查后撤回上市申请，并于2023年5月改道申报创业板IPO。

在博纳精密的上市审核中，公司主营业务收入亦受到持续关注。博纳精密主要从事以喷雾给药装置为主的精密给药装置及其他药包材的研发、生产、销售。据悉，药

包材行业公司与下游制药企业的合作建立依赖于长期的技术支持及认证过程，制药企业一般不会轻易更换现有的精密给药装置供应商或引入无客户资源积累优势的新供应商，而博纳精密多为其前五大客户独家供应商或主要供应商。

因此，深交所要求公司结合报告期各期主要新开拓客户情况及类型，说明其收入持续增长的主要原因，能够替代新开拓客户原有供应商的原因，以及未来业务增长的可持续性。

核心研发能力是“必答题”

从审核问询频次来看，除了持续经营能力之外，企业核心研发能力亦是交易所关注的重点。尤其是，对于生物医药行业的拟上市企业来说，这已是绕不开的“必答题”。

澳斯康主营业务包括细胞培养基的开发、生产及销售（细胞培养基业务）以及生物制药/产品CDMO业务。在招股书中，澳斯康表示，作为连续三年国内细胞培养基市场份额排名第一的国内企业，公司产品实现了进口替代。

在首轮问询函中，上交所要求澳斯康说明其不同类型的培养基产品是否属于国家鼓励、支持和推动进口替代的关键产品或关键材料、相关产品打破外国产品的垄断地位、实现进口替代的具体依据。此外，澳斯康核心技术平台的形成过程、核心技术在发明专利中的应用情况、公司自主研发能力等也被重点问询。

在华理生物的发明专利中，有10项系继受取得，7项为获授权许可使用。同时，

公司还与华东理工大学共建研究中心开展合作研发。

为此，华理生物独立自主研发能力成为交易所关注重点。上交所要求公司说明其核心技术是否对合作方有重大依赖，是否具备独立自主研发能力。

记者注意到，在7单终止案例中，爱科百发是唯一一家选择科创板第五套标准IPO的企业，即“预计市值不低于人民币40亿元，主要业务或产品需经国家有关部门批准，市场空间大，医药行业企业需至少有一项核心产品获准开展二期临床试验”。

招股书显示，爱科百发目前尚处于亏损阶段，未有产品进入商业化阶段。2020年至2022年，爱科百发净亏损分别为1.04亿元、1.97亿元和12.14亿元。

研发方面，爱科百发目前处于1期临床研究及以后阶段的药物共有五款，其中包括核心产品AK0529在内的三款产品为授权引进，一款自主研发产品的活性成分与授权引进产品相同。AK0529的原料药和临床研究用制剂均由CMO企业生产，后续公司拟继续委托CMO企业进行商业化生产，拟与其他医药企业合作推进AK0529销售。

对此，上交所问询函中要求爱科百发说明新药研发、生产和销售是否依赖第三方，公司研发及商业化策略、核心竞争力和未来发展规划。

这已是爱科百发第二次折戟IPO。公司曾于2021年递表港交所，市场人士认为，爱科百发科创板IPO的折戟，或对公司后续产品的研发进度产生影响，但其IPO终止与第五套标准关联不大。