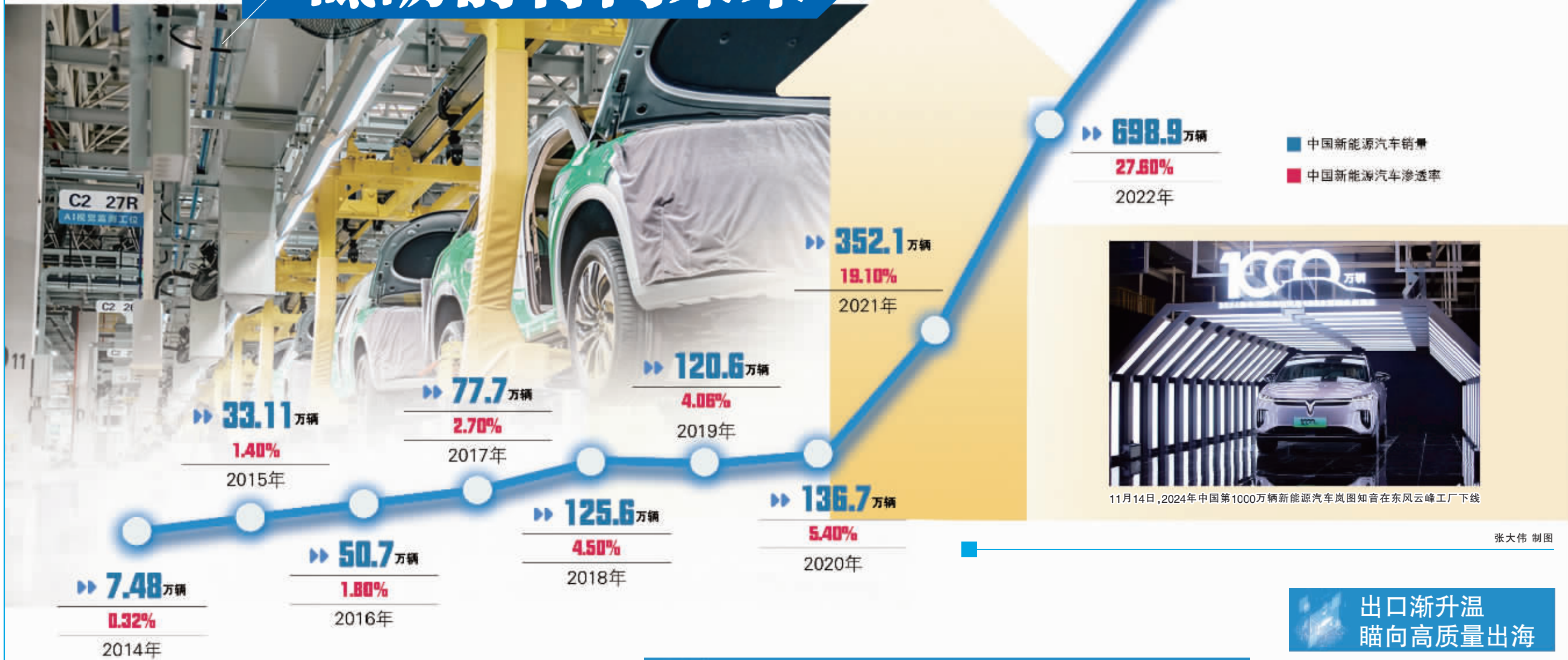


车市2024

回眸2024 · 产业

砥砺前行向未来



记者 俞立严

在经济全球化的浪潮中,中国汽车产业犹如一艘巨轮,乘风破浪,不断驶向更广阔的海域。2024年,这艘巨轮不仅在国内市场稳健前行,而且在国际舞台上展现出强劲的竞争力,在新能源汽车领域更是“一骑绝尘”。

从10年前年销量不到8万辆,到今年销量有望突破1200万辆,达到历史新高,2024年的新能源汽车已经成为中国汽车行业最强劲的动力源。在以旧换新和报废更新等政策支持、鼓励下,新能源汽车市场的爆发式增长引人注目。据乘联会统计,2024年前三季度,中国新能源乘用车占世界新能源乘用车的份额已经超过68%。

与此同时,出海继续成为中国新能源汽车产业发展的关键词。2024年,从东南亚到欧洲直至遥远的拉丁美洲,越来越多国家的消费者开始认可中国新能源汽车品牌,海外

销量的提升直接拉动了海运等新车运输需求,比亚迪、长城汽车等中国企业还在探索高质量出海,建设全球智能化生产基地。

不过,2024年的中国新能源汽车产业在高速前进中亦是喜忧参半。理想汽车等车企在智能电动化的激烈“淘汰赛”中脱颖而出,赛力斯和华为合作的问界甚至在细分市场取代了奥迪等传统国际品牌的强势地位。而百度和吉利赋能的极越汽车在年底深陷困境,高合汽车、合创汽车、哪吒汽车等多家新能源汽车公司也先后陷入危机。

从跟随者到引领者,在这个风云变幻的时代,中国汽车产业正站在新的历史起点上。2024年,中国汽车产业的蓬勃发展不仅展现了中国经济的韧性,更彰显了中国在全球产业变革中的引领地位。在各方共同努力下,中国汽车产业必将驶向更加光明的未来,在全球汽车产业变革中扮演更加重要的角色。

“价格战”激烈 燃油车风光不再

12月23日,全球汽车巨头本田汽车和日产汽车在东京宣布,双方已就合并事宜签署谅解备忘录,将正式开启合并谈判。如果合并成功,双方成立的新集团将成为仅次于丰田和大众的全球第三大汽车集团。

然而,对于本田和日产的合并,多位业内专家对上海证券报记者表示,此举实为“抱团取暖”。在新能源汽车的冲击下,主要依靠燃油车业务的两家巨头经营状况堪忧,本田汽车2024年上半年净利润同比下降19.7%,日产汽车净利润同比下降93.5%。1月至11月,本田和日产在华合资车企销量均较鼎盛时期下滑超过50%。

2024年,汽车市场“价格战”持续升级。据乘联会统计,今年1月至11月累计降价车型数量多达195款,数量已经超过2023年全年(150款),更是大幅超过2022年(95款)。

2月19日,春节后的第一轮“价格战”打响,比亚迪提出了“电比油低”(电车售价要比同级油车售价低)的口号后,随即宣布秦PLUS荣耀版新能源车上市,官方指导价7.98万元起,比2023年的秦PLUS冠军版价格低2万元,引发业内震荡。

“没办法,新能源车冲击下,我们燃油车为了维持销量只能不断扩大优惠力度。”一汽-大众4S店的销售人员表示,面对新能

源汽车主动降价,主营燃油车的车企不得不牺牲利润,加大优惠力度,只有被动“招架”之力。作为燃油车鼎盛时期的中国车市领头羊,一汽-大众今年前11个月销量为142.7万辆,而其2024年销量目标为190万辆至200万辆,完成全年目标已经十分困难。

“是的,我们不再有来自中国的支票了。”大众汽车集团首席财务官安特利茨近期在与员工的交流会中承认,随着燃油车业务大幅下滑,大众在中国等主要市场的利润受到严重影响。

裁员、降薪、关厂……转型压力之下,2024年的全球汽车产业正面临一场前所未有的“风暴”。据不完全统计,仅在最近几个月,全球已有近10家汽车行业巨头在经历裁员阵痛,近期累计裁员总数已超过5万人。

而与燃油车企业形成鲜明反差的是,比亚迪集团执行副总裁何志奇近期表示:“8月至10月,比亚迪三个月提产近20万辆,整车加零部件招聘近20万人,各基地都处于满产状态。”

“比亚迪扩大招聘规模,是因为看好新能源汽车后市。”资深汽车行业分析师梅松林对记者分析,可以预期,比亚迪2025年的新能源车销量目标将继续抬升。

12月10日,大众汽车集团董事会主席奥博穆在同济大学演讲时表示,大众希望在智能新能源汽车的生产和制造方面,能够更好地满足中国市场的需要。大众汽车集团计划到2030年在中国推出超过30款纯电动车型,同时推动强大的燃油车阵容向新能源转型。



12月12日,运输中国制造新能源汽车出口的海通太仓汽车码头正式投入运营

各方齐发力 年销量屡破预期

11月14日,江城武汉,东风云峰工厂产线,随着一辆东风岚图知音新能源汽车的顺利下线,中国新能源汽车迎来了年产突破千万辆的历史时刻。中汽协历史数据显示,2014年,中国新能源汽车全年产销量分别为7.85万辆和7.48万辆,新能源汽车渗透率(新能源汽车销量占汽车总销量的比重)仅为0.32%。

“我国新能源汽车首个年度产量1000万辆达成,为我国从汽车大国迈向汽车强国,走出了坚实一步,是汽车工业发展史上的全新里程碑。”中汽协常务副会长付炳锋说,中国新能源汽车产销量已经连续9年位居全球第一。

中国新能源汽车行业的强劲增长势头还在延续。最新数据显示,2024年1月至11月,中国新能源汽车产销分别完成1134.5万辆和1126.2万辆,同比分别增长34.6%和35.6%,新能源汽车渗透率已经达到40.3%。

“得益于政策效应的持续显现和企业的积极促销,2024年中国汽车总销量有望创历史新高,达到3100万辆,其中新能源汽车的销量预计将超过1280万辆。”中汽协副秘书长陈士华透露。

事实上,对于2024年新能源汽车的全年销量预期,中汽协负责人在年内已经多次“改

口”。中汽协负责人此前曾预计,2024年全年,中国新能源汽车销量将达到1150万辆,打破纪录再创新高。10月中旬,陈士华介绍,中国新能源汽车2024年全年销量有望达到1200万辆。

乘联会秘书长崔东树分析称,以旧换新和报废更新等鼓励政策对新能源汽车销量的强势增长功不可没。2024年以来,国家及地方政府对汽车的补贴政策持续加码。7月底,商务部等部门发布的《关于进一步做好汽车以旧换新有关工作的通知》提出,在4月发布的《汽车以旧换新补贴实施细则》基础上,对符合条件的汽车报废更新,燃油乘用车和新能源乘用车补贴分别由7000元和1万元提高至1.5万元和2万元。

真金白银的补贴政策有效地激活了汽车消费市场。商务部数据显示,截至12月9日,全国汽车以旧换新补贴申请量合计突破500万份。其中,报废更新超244万份,置换更新超259万份。

陈士华表示,除了政策效应,中国消费者对于新能源汽车产品的认可度越来越高。随着成本下降,新能源汽车具有一定程度的价格优势,而且续航里程基本能够满足日常需要,功能日趋完善,这些因素对于消费者最终选择购买新能源汽车,都起到了重要的支撑作用。

“淘汰赛”升级 智能化正当其时

12月11日,极越汽车CEO夏一平突然发布内部信宣布,公司目前正遇到困难,需要立即调整,进入创业“2.0阶段”。随后,内部信以及极越汽车与员工、供应商的纠纷引发了业内外高度关注。12月13日,百度和吉利发布了关于极越汽车的联合声明,作为股东,将积极协助管理层妥善处理相关事宜。

数据显示,极越汽车今年前11个月累计交付超1.4万辆。同期,特斯拉中国批发销量超过82万辆。除了销量悬殊,和特斯拉单车利润近5万元不同,据极越汽车有关人士介绍,公司每卖出一辆汽车都要亏损数万元。

业内专家对记者表示,极越汽车的案例反映了新能源汽车智能化电动化的“淘汰赛”正在升级,企业缺乏产品力和品牌力,单纯依靠“赔本赚吆喝”的模式已经不可持续。不仅是极越,进入2024年,高合汽车、合创汽车、哪吒汽车先后遭遇危机,有的已经进入破产重整,有的工厂处于停产待复工阶段。

随着智能电动化的深入,消费者选择的转变正在急剧改变市场传统格局。近日,北京、郑州两地最大的奥迪品牌经销商同时“改弦更张”,摇身一变卖起赛力斯和华为合作的问界品牌新能源汽车。长沙最大的奔驰4S店和重庆奥迪大渡口店也将变身成为问界用户中心。有业内人士感叹:“从销售德系豪华车改卖中国品牌新能源车,这在过去是不可想象的。”

对于消费者对新能源汽车智能化接受度的提升,中国电动汽车百人会副理事长张永伟表示,汽车智能化在短短的两三年内迅速发展,已经步入比较理性的阶段,智能驾驶功能的普及率显著提升,特别是在新能源汽车中占比已超出50%,且电动车在高阶智能驾驶技术上展现出明显优势。

“消费者对智能化的需求已经不再仅关注功能的存在,而是更看重其实用性和趣味性,这标志着汽车市场已步入通过核心竞争力取胜的新阶段,预示着未来智能新能源汽车行业

将要依赖产品力和服务质量满足消费者的高标准需求,而不再是早期的概念炒作或噱头。”张永伟说。

在百度投资的极越汽车近期陷入困境的同时,百度仍在加码押注自动驾驶出行服务的萝卜快跑业务。在北京、武汉、重庆、深圳、上海等城市落地后,萝卜快跑日前又拿到香港的自动驾驶车辆先导牌照,首阶段测试定于2024年底展开。业内专家表示,萝卜快跑获得的首个右舵左行地区自动驾驶测试牌照,将成为萝卜快跑走向全球化的重要一环。

和百度一样跨界汽车智能化的华为,也在2024年汽车领域取得显著成绩。华为常务董事余承东日前透露,问界M9车型创造了50万元以上中国豪华车的销量纪录,并且销量已经超过同级车型第2到第20的销量总和,月销接近2万辆。在2024年度累计交付量方面,问界M7已经突破19万辆,连续12个月销量蝉联新势力第一。

随着新能源汽车销量提升,赛力斯的盈利曲线走出“V”形反转,2020年至2023年公司亏损额分别为17.29亿元、18.24亿元、38.32亿元和24.5亿元。2024年一季度,公司扭亏为盈,实现净利润2.20亿元;前三季度净利润达到40.38亿元。

在问界之外,华为近期还和北汽、江淮合作推出享界、尊界,其中尊界新车的价格区间为100万元至150万元。

同样坚持智能化的理想汽车财报显示,公司第三季度净利润达到28亿元,连续8个季度盈利。对于财报成绩,理想汽车董事长李想表示,目前汽车的竞争已经是包括技术、产品、供应链、销售、服务等在内的综合经营能力的竞争。

“造车是泥泞路上的马拉松。”蔚来董事长李斌感叹,2035年全球排名前10的汽车企业中,至少会有5家是中国公司,市场份额占到全球的40%以上,他对此非常有信心,“蔚来要加倍努力,不能被优秀的中国同行落下。”

出口渐升温 瞄向高质量出海

12月12日,江苏苏州港太仓港区,3艘滚装大船停靠在码头边。陆地上,成片的新能源汽车整齐停放,其中包括上汽蔚来、特斯拉等车企品牌车型,正在等待装船。

同日,由上汽集团、上港集团和江苏省港口集团共同打造的海通太仓汽车码头正式投入生产运营。作为长江流域最大的汽车滚装码头,年吞吐量达130万辆的海通太仓汽车码头,将为包括上汽集团在内的汽车行业客户提供远洋整车物流服务,全力开辟中国汽车品牌“跨洋出海”新通道。

上汽集团负责人介绍,新码头的启用,背后是新能源汽车出口增长的旺盛运输需求。2024年,尽管受到欧盟加征新能源汽车关税的干扰,但中国新能源汽车出海依然热度不减。乘联会秘书长崔东树发文称,1月至11月中国新能源汽车累计出口186万辆,继续保持增长态势。崔东树预测,2024年全年出口有望突破200万辆。

上汽集团产销快报显示,2024年前11个月,上汽MG(名爵)品牌在欧洲市场累计销量超过22万辆,克服了欧盟反补贴调查等不利影响,保持同比正增长,2024年全年有望创出新高。

2024年5月,中国“造车新势力”零跑汽车与欧洲车企巨头Stellantis集团成立零跑国际合资公司。基于本次合作,零跑加快出海步伐,自9月起开始进入欧洲市场,已在13个欧洲国家拥有超过200家经销商。对于和零跑牵手的原因,Stellantis首席执行官卡洛斯·塔瓦雷斯解释称,中国新能源车具备全方位的优秀素质,包括全球领先的智能汽车技术、独特的全域自研模式以及完备的生产能力。

凭借性价比、技术和服务等亮点,越来越多的中国新能源汽车品牌在国际市场脱颖而出。中国新能源汽车出口目的地涵盖欧洲、亚洲、大洋洲、美洲、非洲等地区的180多个国家。海关总署数据显示,截至2024年10月末,中国新能源汽车出口的前三大市场是比利时、巴西和英国。中国品牌目前占到英国新能源汽车销量的10%左右,而5年前这一比例仅为3%至4%。根据爱特商务咨询的数据,目前在英国注册的新能源汽车中有22%是在中国制造的。

财报显示,长城汽车2024年前三季度海外累计销量为32.42万辆,同比增长53.16%,已经超过2023年全年,进入高质量出海新阶段,2024年出口量有望再创新高。巴西伊拉塞马波利斯工厂是长城汽车的全球智能化生产基地,将覆盖巴西及南美其他国家市场。作为中国新能源车销量冠军,比亚迪也在积极布局海外生产,比亚迪泰国罗勇府工厂年内已经竣工投产,比亚迪还计划在匈牙利等国设立工厂,同时继续加快海外销售门店的开设脚步,预计年底海外销售门店数量将达400家以上。

清华大学教授赵福全表示:“中国企业由传统的贸易型出海转向企业经营要素本地化的高质量出海模式值得重视。中国新能源汽车在海外市场的潜在空间来自海外生产、海外销售。未来几年,中国企业肯定会加快在海外的产能布局,以突破贸易型出口的天花板,进一步拓展广阔的国际市场。”

中国中金财富证券有限公司苏州昆山创业路证券营业部经营证券期货业务许可证遗失公告

“中国证券监督管理委员会公告[2024]20号”《证券期货经营机构行政许可事项办理指南》(证监会公告[2024]20号)正副本;不慎遗失,我营业部统一社会信用代码为:91330506MA2MMS2D3D;遗失《经营证券期货业务许可证》(正副本)1份,编号:000000022156,声明作废。

特此公告。

中国中金财富证券有限公司
苏州昆山创业路营业部
2024年12月27日