

二三梯队企业“奋起直追” 融资上市不停歇

动力电池企业掀混战

本报记者 黄琳 王金龙 深圳报道

随着上市公司一季度报陆续出炉,动力电池上游企业市值不断上涨,而动力电池企业出现“增收不增利”的情况,“调整”成为业内的关键词,包括原材料价格、电池产品价格、供应量、

车企捆绑下的二三梯队

新能源汽车企早已有意识地培养自己的动力电池后盾,提升议价空间,打造更稳定的供应链体系。

在新能源汽车产业景气度高涨的带动下,动力电池行业也随之迎来增长期。记者翻阅包括宁德时代、孚能科技、国轩高科等动力电池企业2022年一季度报发现,动力电池企业一季度营收均正向增长,但受原材料价格影响,当季毛利率普遍下降。

根据孚能科技2022年一季度报,该司当季实际出货量约为2.4GWh,营收同比增长高达317.9%,毛利率转正为6.81%,接近业内平均水平,亏损额收窄至2.44亿元。对于营收大幅增长,孚能科技在2021年报中提及,多家客户的

获资本青睐谋求上市

今年来,二三梯队动力电池企业也加紧了向资本市场进军的节奏,除了上市规划,二三梯队动力电池企业正迎来投资上升期。

诚然,在当前原材料价格上涨的大背景下,业内绝大部分动力电池企业均已调整售价。记者就涨价事宜联系宁德时代方面,相关负责人表示已回应投资者相关问题。在5月4日的投资者电话会议中,宁德时代表示:“基于目前供应链和上游情况,客户对我们这次涨价表示理解。”总体来看,宁德时代已基本完成与客户的协商调价,将在第二季度逐步实施落地。

根据高工产业研究院2022年一季度数据,宁德时代仅通过供货特斯拉,装机量已突破9万台,而比亚迪通过供货自家车型,装机量突破25万台。除了一梯队已上市的

梯队排名等,均产生了新变化。

根据高工产业研究院数据统计,2022年一季度国内动力电池装机量约46.87GWh,同比增长140%。其中,动力电池装机量排名前十企业合计约为44.37GWh,占总装机量的95%。除了一梯队稳居的宁德时代和

得益于新能源车需求的增加,二三梯队动力电池企业营收水涨船高。除了孚能科技,目前国内动力电池装机量排名第三的中创新航,也是在广汽集团旗下新能源品牌广汽埃安等车企的扶持下逐步扩大市场份额。

尽管从近年动力电池企业市占率数据而言,宁德时代仍占据超50%的比例,但实际上,为打破动力

比亚迪,二三梯队动力电池企业的大客户订单明显增多,竞争日益激烈。

《中国经营报》记者调查发现,得益于与新能源车企的捆绑,一梯队的弗迪电池透露出推向资本市场的意愿,包括LG新能源、蜂巢能源、中创新航等二三梯队动力电池

车企与动力电池企业的博弈有了微妙的变化。

在孚能科技2022年一季度中,该公司对业绩大幅增长的解释为,公司议价能力大幅提升,不仅向客户提价且形成了更为合理的价格联动机制,导致公司产品单价较上年有较大幅度提升。

长期以来,通过低价换取市场生存空间是二三梯队动力电池企业的惯用策略,包括中创新航、孚能科技等,自2021年10月以来,二三梯队动力电池企业开始陆续调整售价,对捆绑的车企议价能力提升,但毛利率的提升仍有待突破。

但近期,被车企扶持而上的二三梯队动力电池企业也开始调整价格,试图提升议价能力。至此,

家、蔚来汽车关联公司蔚瑞投资分别增资4亿元、2.5亿元,小鹏汽车通过Sky Top LLC间接出资4亿元,上述三家造车新势力分别持有欣旺达3.21%、2.01%和3.21%股份。

而起步阶段的初创型动力电池企业也因行业崛起被资本偏爱。5月初,广州巨湾技研有限公司完成A轮近10亿元人民币融资,包括腾讯投资、瀚晖投资、广州基金等机构参与了该轮投资,同时也得到了老股东的持续追加投资。而在上一轮融资中,巨湾技研估值达80亿人民币,正式晋升独角兽。

巨湾技研表示,本轮融资后将持续强化XFC(eXtreme Fast

企业上市计划正在进行中,而欣旺达、巨湾技研等动力电池企业也陆续获得投资者青睐。

在各路资本的加持下,动力电池企业争夺市场份额的同时,搅动起新能源汽车产业上下游利益链的变化,新的市场格局正在形成。

车企业上市计划正在进行中,而欣旺达、巨湾技研等动力电池企业也陆续获得投资者青睐。

在孚能科技2022年一季度中,该公司对业绩大幅增长的解释为,公司议价能力大幅提升,不仅向客户提价且形成了更为合理的价格联动机制,导致公司产品单价较上年有较大幅度提升。

长期以来,通过低价换取市场生存空间是二三梯队动力电池企业的惯用策略,包括中创新航、孚能科技等,自2021年10月以来,二三梯队动力电池企业开始陆续调整售价,对捆绑的车企议价能力提升,但毛利率的提升仍有待突破。

Charging)极速充电技术研发、加速提升XFC极速电池的产能,积极促进XFC超充生态推广。包括巨湾技研总部一期生产基地及研发中心建设、合作产能建设等,预计2023年新增XFC极速电池产能8GWh,具备为12万辆新能源汽车实现配套的能力。

显然,在新能源汽车产业的影响下,动力电池企业需求爬坡,随之带来增资扩产的气势。据记者不完全统计,今年以来,包括蜂巢能源、欣旺达、中创新航等二三梯队动力电池企业作为主力军拓展生产线,企图以此谋求更多的市场份额。



二三梯队动力电池企业竞争加剧。

视觉中国/图

逐步“蚕食”市场份额

在获得车企扶持后,二三梯队动力电池企业的市占率排名起伏明显,正有计划地悄然“蚕食”市场份额。

根据中国工信部电子信息司数据,2021年中国锂离子动力电池产量为220GWh,同比增长165%。而在2021年动力电池装机量排名中,宁德时代市占率高达52%,而二三梯队动力电池企业市占率则在1.27%~6.14%之间徘徊。

近年来,在获得车企扶持后,二三梯队动力电池企业的市占率排名起伏明显,尽管仍与宁德时代有所差距,但二三梯队动力电池企业正有计划地悄然“蚕食”市场份额。

在技术层面,比亚迪放话“刀片电池”全产业链开放共享。当前,基于成本的考量,磷酸铁锂电池正成为车企搭载动力电池的新选项。得益于,“刀片电池”等类型的磷酸铁锂电池给市场带来了一波冲击。

与此同时,宁德时代与中创新航、蜂巢能源之间也有关于电池相关专利的纠纷。今年5月初,在宁德时代网上业绩发布会上,董事长曾毓群回应公司分别起诉中创新航、蜂巢能源等竞争对手时称,创新是引领发展的第一动力,保护知识产权就是保护创新。

曾毓群还提及,宁德时代与塔菲尔新能源也有过类似诉讼,并取得胜诉。塔菲尔新能源向公司提出技术授权需求,这样既能保护知识产权、保护创新,也能共同推进行业发展。

技术的跟进、成本优势差距缩小等综合因素作用下,二三梯队动力电池企业狂奔在拓展市场份额的道路上。但与此同时,在二三梯队动力电池企业发力拓展新合作伙伴、谋求上市、规划融资之际,动力电池“白名单”政策取消,国外的动力电池企业也在掘金国内动力电池市场。

包括LG化学、SK Innovation、松下、三星SDI等企业均已在国内进行投资,且与车企达成合作事宜。早在2019年,LG化学已与吉利汽车成立合资公司,从事生产及销售电动汽车电池;韩国SK Innovation则在常州建立动力电池厂,预计年产7.5GWh等。

面对一梯队动力电池企业和国外动力电池企业,二三梯队动力电池企业各自为营,与车企的议价如何破局而上,如何拓展新的市场份额,分散供应商和客户高集中度风险,扩产格局下的市场策略仍需打磨。

跨国车企第一季度财报出炉:销量普降 营收利润反升

本报记者 陈燕南 童海华
北京报道

受疫情以及供应链危机等影响,跨国车企第一季度的销量均呈现不同程度的下滑,但是尽管受到种种外在因素的影响,不少跨国车企第一季度的财报数据依然亮眼。

《中国经营报》记者梳理发现,今年第一季度,大众、Stellantis、福特、现代、雷诺、沃尔沃、奔驰、宝马、奥迪9家跨国车企的销量分别为190万辆、137.4万辆、97万辆、90.3万辆、55.2万辆、14.8万辆、48.7万辆、52万辆、38.5万辆,同比分别下滑21.9%、12%、9%、9.7%、17.1%、20.1%、10%、7.3%、16.8%。

但是大众、宝马、奔驰、奥迪、现代等6家车企实现了营收、利润双双增长;沃尔沃、通用和Stellantis营收同比上涨。其中,宝马的营收增幅最大,同比增长16.3%;Stellantis、通用、现代的营收涨幅都超过了10%,分别为12%、10.79%、10.6%。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对记者表示,跨国车企营收利润的增长正是因为其有国际化的产业链布局,所以在应对疫情和供应链危机的时候可以更为灵活。同时,不少跨国车企均通过提升产品价格,优先生产利润更高的车型等措施来抵消诸多突发事件所导致的不利影响。

超半数车企“减量不减利”

放眼全球,整个汽车产业链饱受芯片短缺、供应链中断等问题的冲击。根据汽车行业数据预测公司AutoForecastSolutions(AFS)的最新数据,截至4月24日,今年全球汽车市场累计减产产量约为158.55万辆。

受制于产能有限以及经济形势等各种影响,各个车企销量均出现不同程度的下滑。

作为产销量的龙头老大,大众集团在全球的销量下滑最为明显。数据显示2022年第一季度,大众汽车集团全球销售新车189万辆,同比下降21.9%。在中国市场上,大众集团共计交付超过55.79万辆汽车,同比下降23.8%。

无独有偶,现代汽车等集团也难逃下滑的厄运。数据显示,现代汽一

电动产品成业绩支撑

跨国车企为何会出现销量减少,但是营收利润增长的情况?事实上,宝马之所以在第一季度创造了营业利润新高,与华晨宝马财报合并统计、强劲的价格策略及扩大售后业务等都有密切关系。今年2月11日起,宝马集团对华晨宝马的持股增至75%,这意味着华晨宝马财务报表将全面并入宝马集团,该合资企业自2月中旬以来为集团贡献了33亿欧元的营收。

奥迪与宝马类似,因宾利首次并表,为其提供了8.13亿欧元的营收额和1.7亿欧元的净利润,取得了同比增长147%的净利润。一季度,奥迪营收为142.82亿欧元,同比上涨1.5%。虽然营收低于奔驰,但奥迪一季度净利润则达到了34.68亿欧元,同比大涨147%,创下历史新高。

同时,此次跨国车企能够在第一季度财报的收益上取得突破,还

季度全球销量为90.3万辆,同比下滑9.7%;福特汽车总销量为432132辆,同比下降17.1%;丰田汽车、通用汽车、Stellantis一季度销量也分别出现了15%、20%、12%的两位数下滑。

而一向抗压能力较强的BBA销量也呈现了不同程度的下滑,在今年第一季度,BBA的位次排列延续了去年的竞争格局,宝马问鼎豪华汽车市场销量冠军,下滑程度最小。数据显示,宝马的一季度销量为519796辆,同比下滑了7.3%;奥迪的一季度销量为385084辆,同比下滑了16.8%;奔驰的一季度销量为487008辆,同比下滑了10%。

虽然各大跨国车企的销量成绩略显低迷,但是也有不少车企的财报成绩着实亮眼,出现了“减量不减利”的局面。

有很大部分原因在于旗下电动产品的销量显著提升,对业绩起到了一定的支撑作用。其中,一季度宝马电动车销量达89669辆,同比增长28%,纯电动车销量更是翻番至35289辆;奔驰电动车销量达74000辆,同比增长19%;奥迪第一季度的纯电动车销量则为24236辆,同比增长高达66.2%。

而大众集团第一季度向中国消费者交付约3.52万辆新能源汽车,与2021年同期相比增长113%,其中纯电的ID.家族销量占比77%,超过2.71万辆。第一季度凌度销量约1.75万辆,同比增长4.4%,CC销量超过0.53万辆,同比增长47%。

“全球半导体芯片短缺打击了整个行业的汽车生产,但市场对宝马汽车的需求仍然强劲。”宝马汽车董事长齐普策表示,“我们公司历史上从未有过比今天更高的预订量,市场

数据显示,今年第一季度大众集团的营业利润85亿欧元,与去年的48亿欧元相比,几乎实现了翻倍增长。其中,税前利润为89亿欧元,同比增长99.3%,税后利润为67亿欧元,同比增长96.6%。销售营业利润率达13.5%,去年同期为7.7%。

宝马集团今年第一季度营收为311.42亿欧元,同比增长16.3%,汽车部门的营收同比增长17%至267.26亿欧元。税前利润为122.27亿欧元,同比增长12.1%。净利润为101.85亿欧元,而去年同期仅为28.33亿欧元。

与此同时,奔驰今年一季度营业收入348.58亿欧元,同比增长6%。其中汽车部门营收258.36亿欧元,占总营收的74.11%,同比增长8%;息税前利润为42.71亿欧元,

信号表明,这种高需求将持续下去。”

“在这个充满挑战的环境中,保持业务的弹性和定价权至关重要。我们通过专注于豪华汽车和电动汽车,以及持续的成本控制,在诸多不利因素的情况下实现强劲收益。在此基础上,我们将继续通过扩大豪华车业务、扩大电动汽车产量和加快软件开发来实现业务转型。”梅赛德斯-奔驰集团首席财务官Harald Wilhelm表示。

“普通品牌的价格上涨,以及客户选择配置齐全的高端汽车,抵消了产量下降带来的影响。”大众汽车集团日前表示,“全球业务优先考虑供应地区和高利润产品,预计2022年集团销售额将增长8%~13%,营业利润率将增长7.0%~8.5%。”

同时,全球化的布局也缓解了跨国车企的危机。大众集团CEO迪斯谈到一季度集团表现时就强



宝马集团董事长齐普策

视觉中国/图

同比增长13%;调整后的销售回报率为16.4%,同比增长1.7%。

今年第一季度,现代汽车总营收达到30.3万亿韩元,同比增长10.6%;营业利润达到1.93万亿韩元,同比增长16.4%;净利润达到1.78万亿韩元,同比增长16.8%。沃尔沃汽车营业收入达到743亿瑞典克朗,高于去年同期的686亿瑞

典克朗,同比增长8%,利润为60亿瑞典克朗,营业利润率8.1%。通用一季度营收为359.8亿美元,同比增长10.8%;归属于股东的净利润为29.4亿美元,同比下降2.7%。得益于优秀的定价策略、有利的产品组合和积极的汇率影响,今年第一季度,Stellantis营收为415亿欧元,同比增长12%。

调,“作为一家真正的全球性公司,我们在全球所有主要增长和销售市场都拥有广泛的生产能力。大众的全球布局减轻了许多不利因素对其的影响,因此集团仍坚定地致力于扩大其全球布局。”

在优先保障高盈利产品的同时,有些车企还通过调整亏损品牌集中经营资源,以此来应对日趋激烈的竞争环境。日前,日产汽车决定停产面向新兴市场国家的低价汽车品牌Datsun。据悉,该品牌与日产(NISSAN)和高档车品牌英菲尼迪(INFINITI)并列,是日产在全球销售的3个品牌之一,其主要销售价格在100万日元(约合人民币5万元)以下的小型、低价发动机汽车。

不过,当前仍不稳定的国际局势以及疫情影响让跨国车企不断迎接新的挑战。现代汽车表示,由于原材料价格持续上扬及地缘政

治风险等不利因素影响,预计公司二季度将面临严峻经营环境。为此,公司计划通过改善产销、加强电动汽车阵容等举措积极改善销售业绩。今年3月,现代汽车发布中长期电动化战略。计划在2030年前向“未来业务”投资95.5万亿韩元,其中有19.4万亿韩元投向电动化,12万亿韩元投向包括自动驾驶在内的软件服务能力。

事实上,各大车企都在通过电动战略来提高业绩。奔驰方面也预计,原材料和其他通胀风险预计将持续到今年下半年,该部门将继续通过净定价来抵消可能的风险。另外,奔驰将投资400亿欧元以实现所有品牌的电动化。宝马方面则表示,到2025年前,宝马在研发和创新科技方面投入超过300亿欧元。福特此前发布的Ford+计划称,到2030年前在电动化领域投资300亿美元。