

# 车企上阵造电池 开启供应链新格局

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

12月初,位于广汽智联新能源汽车产业园内的因湃电池科技有限公司(以下简称“因湃电池”)正式动工,这也意味着广汽集团正式下场制造动力电池,进一步把控新能源产业链。

## 把控动力电池生产线

广汽集团对动力电池的布局愈发明晰,通过旗下控股子公司自制动力电池。

随着新能源汽车快速发展,自主可控、安全稳定的供应链成为各大车企风险管控的焦点,尤其是原材料价格水涨船高的动力电池。Wind数据显示,12月5日,国产电池级碳酸锂均价为56.55万元/吨,较2020年同期的4.5万元/吨涨幅近12倍。

原材料价格不断攀升导致动力电池产品价格也出现相应上调,而处于产业链下游的新能源车企则压力倍增。自广汽集团董事长曾庆洪放话“不愿为动力电池企业打工”,广汽集团对动力电池的布局愈发明晰,通过旗下控股子公司自制动力电池。

## 多维度布局电池产业链

尽管新能源车企对自制电池态度不一,但多维度布局动力电池产业链是新能源车企的共同方向。

鹏汽车的用户造出更好的智能电动车。”

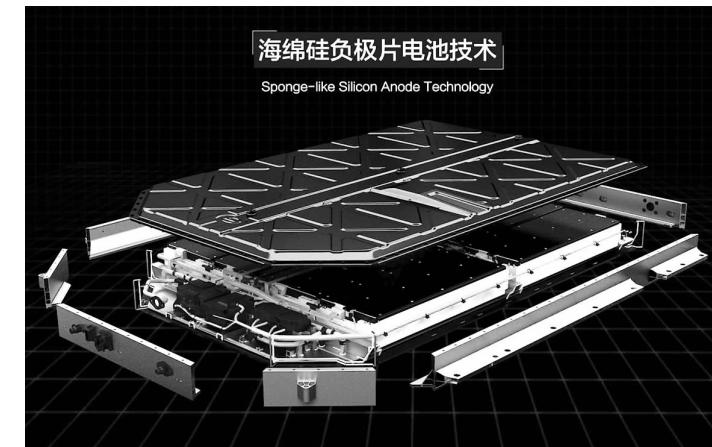
尽管无意自研动力电池,但是小鹏汽车早已对动力电池有所布局,尤其擅长投资入股。例如:今年10月,国内动力电池出货量排名前五位的动力电池厂商中创新航于港交所正式上市,小鹏汽车以2000万美元投资额成为中创新航15位基石投资者之一;而近期于上交所递交招股书的蜂巢能源也多次收到来自小鹏汽车的资金支持。小鹏汽车在发布的声明中提及:“小鹏汽车没有电池自研计划。公司始终专注于持续为喜爱小

时,广汽埃安近年来先后推出了弹匣电池、超倍速电池和海绵硅负极片电池等动力电池技术,通过自主研发、合资合作双方式并行的发展战略进行产业化布局。

广汽埃安对动力电池的布局也是当前部分车企在动力电池方面布局的缩影。面对动力电池原材料价格、动力电池产品价格双双上涨,包括小鹏汽车、广汽埃安等多家新能源车企拓展采购渠道,与多个动力电池厂商达成合作,并不拘泥于单一动力电池供应商,打开动力电池供应链新格局。

手中。更有车企有意进军锂矿行业,直接把控原材料。

依据动力电池厂商、新能源车企三季报,动力电池厂商营收、利润均呈现上涨趋势,而新能源车企则获益甚少。而在车企下场造电池后,动力电池在供应链端的优势将被打破,供应链格局正被重塑。



为进一步把控动力电池产业链,广汽埃安自主研发海绵硅负极片电池技术等多项技术。

本报资料室/图

## 动力电池供应链格局重塑

面对车企自制电池、投资入股动力电池厂商等一系列“反击”措施,动力电池厂商选择入股车企,加深利益捆绑。

根据动力电池联盟发布的11月动力电池数据,11月国内动力电池装车量34.3GWh,同比增长64.5%,环比增12.2%。装车量前五名分别为宁德时代、比亚迪、中创新航、国轩高科、欣旺达。

当前,随着新能源汽车发展,动力电池需求量仍在上涨。

包括宁德时代、比亚迪(弗迪电池)等动力电池上市公司三季报的营收、利润均出现明显增长。例如:宁德时代三季度营收2103.40亿元,同比增长186.72%;净利润175.92亿元,同比增长126.95%。比亚迪三季度营收1170.81亿元,同比增长115.59%,其中净利润57.16亿元,同比增长350.26%。

与此同时,新能源车企在动力电池原材料价格上涨、新能源国补退场等因素影响下,不得不陆续宣布涨价。日前,长安深蓝SL03明年预计上调幅度为2000元~8000元;比亚迪王朝、海洋及腾势相关新能源车型的官方指导价明年上调幅度为2000~6000元;广汽埃安宣布将在2023年对相关车型价格上调幅度为3000元~8000元。

在2022动力电池大会上,

曾庆洪提及,由于动力电池原材料价格持续高涨,动力电池厂商向一体化加速。目前大部分新能源整车厂均处于亏损状态。另在2022中国汽车论坛上,长安汽车董事长朱华荣表示,因为“缺芯贵电”,今年前三季度长安产能损失了60.6万辆。

面对利润不佳、产能损失等情况,车企渴求对动力电池供应链进行重塑。在2022中国汽车论坛上,朱华荣提出,建议汽车行业在国家部委的支持下,依法开展一次反暴利行动,坚决打击国内外个别企业对原材料的囤积与炒作,整治电池行业乱象。企业内部则要加强一系列标准化的工作,提升通用化水平,降低成本,提升效率。

同时,工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚也在该论坛上指出,要确保新能源汽车关键资源的供应,打击投机炒作等不正当行为。

而面对车企自制电池、投资入股动力电池厂商等一系列“反击”措施,动力电池厂商并没有“坐以待毙”,而是主动出击。为加深与车企之间的利益捆绑,动力电池厂商同样选择入股车企。

# 竞逐“第二增长曲线” A00级电动车发展谋与变

本报记者 杨让晨 石英婧  
上海报道

去年一路高歌猛进的国内A00级(微小型乘用车)新能源汽车市场,2022年市场格局正悄然生变。

据乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)最新数据,今年国内新能源汽车市场的格局正在发生改变,今年1至11月中国A00级纯电动汽车销量占比降至19.6%。

《中国经营报》记者采访了解到,2021年A00级纯电动汽车销量约89.85万辆,占新能源汽车销量的30.1%,是最大单一细分品类;但今年以来,随着原材料价格上涨、芯片短缺等多重因素影响,多款A00级电动车被迫涨价或停售。

相关数据显示,截至今年11月,累计销量前十中已有多个品牌销量下滑。其中,吉麦新能源推出的凌宝BOX累计销量较去年同期下降55.37%。零跑汽车、奇瑞汽车等旗下产品也出现了不同程度的销量下滑。

对此,相关车企已积极转型谋变。日前,雷丁汽车集团股份有限公司宣布完成A轮融资,雷丁汽车方面表示,此次A轮融资的完成,将加强产业链资源协调,助推企业战略转型。

对此,记者就目前公司A00级电动车业务发展等事宜,多次致电雷丁汽车方面,截至发稿,尚未得到回复。

## 市场份额下滑

据乘联会最新数据,今年11月,中国市场A00级新能源汽车在整个新能源汽车市场中的份额占比仅为13.6%,较上年同期下降19.5%。

据乘联会最新数据,今年11月,中国市场A00级新能源汽车在整个新能源汽车市场中的份额占比仅为13.6%,较上年同期下降19.5%。同样的,乘用车上险数也从侧面反映出了A00级新能源汽车在目前汽车市场中的比重化,10月乘用车上险量数据显示,今年前10个月同比跌幅最为明显的就是A00级纯电动汽车,同比下跌7.4%。

这也反映在了A00级电动汽车具体品牌的销量之中。据盖世

汽车统计数据,截至今年11月,A00级汽车已披露销量数据的前十个品牌中,有4个品牌的销量出现了不同程度的下滑。其中,吉麦新能源旗下的凌宝BOX和雷丁汽车旗下的雷丁芒果均出现了50%以上的同比销量下滑。今年1至11月,雷丁汽车的雷丁芒果销量达到17898辆,较上年同期下降了51.55%。

记者采访中发现,雷丁汽车也曾有过高光时刻。数据显示,在2021年,雷丁芒果的销量达到了30467辆,并且在2016年至2018年期间,连续三年蝉联低速电动车销量冠军,市场占有率达到30%,在2018年,雷丁芒果的总营收高达120亿元。

除雷丁汽车外,奇瑞汽车旗下的A00级车型QQ冰淇淋也销量不佳。据盖世汽车统计数据,奇瑞汽车旗下的QQ冰淇淋,截至今年11月,本年累计销量达到91947辆,较去年同期下降5.62%。而在奇瑞汽车的计划中,今年包括QQ

冰淇淋在内的两款A00级纯电车型,将合计实现30万辆以上的销量目标。而目前QQ冰淇淋达成的销量与之相去甚远。

对此,汽车之家研究院分析认为,A00级市场出现的明显下跌,主要是由于在原材料价格居高不下的市场现状下,A00级车型的售价提升空间受到A0及A级的限制,导致市场空间受到挤压所致。

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告诉记者,

购买A00级新能源汽车的主力大都是工薪阶层,由于目前外部环境的多重因素影响,这部分群体出现了购买力下降的情况。“除工薪阶层外,农村地区也是A00级汽车消费的重点,也应当受到重视。”

财通证券研报分析认为,在2022年至2025年期间,我国新能源乘用车渗透率将快速提升,预计将在2025年达到50.8%,包括A00级车在内的各级别新能源汽车细分市场都有望成为行业增长点。

## 价格上涨市场或重构

受外部环境因素影响,部分A00级车企的生产制造、芯片供应等受到了一定影响。

受外部环境因素影响,部分A00级车企的生产制造、芯片供应等受到了一定影响。雷丁汽车方面表示,由于芯片短缺和新冠肺炎疫情反复,导致资金链受到了影响,但尚未停止生产。此外,还有企业已申请进入破产重组程序。

拥有朋克美美等多款A00级新能源汽车产品的领途汽车就于日前卖身二手车商开心汽车。

不过张翔告诉记者,A00级新能源汽车总体而言受芯片短缺的影响较小。“A00级新能源汽车所使用的芯片较为低端,电池也多为磷酸铁锂电池,受原材料价格上涨的影响也较小。”

当然,价格上涨也在一定程度上影响着A00级新能源汽车的销量。早在今年年初,上汽通用五菱就对旗下的宏光MINI EV、五菱NanoEV等多个车型的官方指导价进行了调整,上调幅度从4000元至8000元不等。

除了爆款的宏光MINI EV外,包括奇瑞EQ1、零跑T03等在内的主流A00级电动车均宣布涨

价。目前零跑T03的价格已接近10万元,逼近一辆A级新能源汽车的价格,而一辆如几何A的紧凑型轿车价格仅约为13万元。同时,随着新能源汽车补贴将于明年退出,价格或许还将进一步上涨。

实际上,面对多重困扰,相关企业已开始寻找解决办法。早在2018年工信部就发布了《关于加强低速电动车管理的通知》,有关车企们开始着手转型事宜。彼时,收购有资质的汽车制造企业、

同传统车企展开合作等成为了转型的方式之一。

雷丁汽车就在2019年以14.5亿元的价格收购了四川野马汽车,获得了新能源汽车的生产资质。而金彭集团则通过自己推出品牌,再借助升级的方式获得了新能源汽车的生产资质。

不过,仅有生产资质还不足以支撑相关企业的发展,融资等增强自身实力的途径也已开始落实。目前,雷丁汽车宣布已完成32亿元的A轮融资。据了解,

该轮融资由潍坊市潍城西部投资发展集团领投,山东省国有资本、产业和民营资本跟投,于11月底开始陆续到位。

雷丁汽车方面表示,资金将主要用于整车产品研发、营销投入、渠道支持拓展、生产能力建设等与雷丁主营业务经营及拓展相关事宜。“此次雷丁汽车A轮融资的完成展现了资本市场对于新能源汽车市场的信心,本轮融后,雷丁汽车将视具体情况启动后续轮次融资。”

## 或发力海外市场

除了融资提高自身实力外,继续做大市场蛋糕也是A00级车企发展的着力点之一。

除了融资提高自身实力外,继续做大市场蛋糕也是A00级车企发展的着力点之一。

在此背景下,新兴的海外市场成为了新的选择。记者梳理发现,目前雷丁汽车正在践行汽车出海战略,加速海外扩张。据雷丁汽车方面消息,日前雷丁汽车与墨西哥SOLAREVER集团达成了战略合作协议,将进军北美市场。

雷丁汽车方面表示,双方将

在新能源汽车整车销售、产品推广、市场拓展、售后服务等方面开启深度合作。“此次战略协议的达成,是雷丁汽车进军北美市场,深化出海战略的重要一步,也标志着雷丁汽车的全球化发展进入全新阶段。”

在进入北美市场之前,雷丁汽车已在东南亚、非洲等海外市场打开局面。在今年年初,雷丁汽车陆续将产品带到了柬

埔寨、埃塞俄比亚等东南亚和非洲国家。

在雷丁汽车看来,非洲的政治环境相对稳定,经济也保持稳定发展的状态,非洲政府对环保的重视程度也与日俱增。新能源汽车作为新一代的绿色环保车辆在非洲市场拥有广阔的发展前景。“到2025年,将进军欧洲、北美洲等发达国家市场,实现品牌的全球化发展。雷丁汽

车正成为中国新能源汽车出口的重要力量。”

不过张翔对记者表示,A00级汽车出海并不受到市场看好。“由于A00级汽车产品的利润较低,加之出海的运输、物流费用等,收益可能不会很明显,海外建厂生产或许可以改善这一问题。”

张翔认为,A00级汽车更多的只是一个打开新市场,抢占和提高市场份额的一种工具,要靠A00

级汽车出海盈利有一定难度。“对于A00级新能源汽车而言,利用规模经济效益提高销量才是最好的降本增效方法。”

西南证券研报也分析认为,尽管从新能源市场份额和乘用车市场份额比较来看,目前A级车的份额还有很大提升空间,B级车的份额也有一定的提升空间,但A00级新能源汽车的份额预计很难提升,只能依靠蛋糕做大。