

“锂矿返利”加速行业洗牌 动力电池企业阳谋抢份额

本报记者 于典 石英婧
上海报道

新年伊始，随着龙头企业的接连降价，每一位站在新能源汽车牌桌前的玩家都严阵以待。

据媒体报道，宁德时代或将针对车企推出“锂矿返利”计划，未来三年，一部分动力电池的碳酸锂价格以20万元/吨结算，与此同时，签署这项合作的车企，需要将约80%的电池采购量承诺给宁德时代。从计划的目标客户来看，包括了理想、蔚来和极氪等多家销售情况较好的整车企业。

值得注意的是，除了价格方面的博弈，近年来动力电池技术迭代持续加快，车企对于电池性能的要求也越发严格。

国轩高科相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示：“国轩高科半固态电芯能量密度达360Wh/kg，在坚持提升能量密度的同时，国轩高科还高度重视电池的本征安全。目前，该款电池已通过严苛的针刺测试，并通过高于国标的180℃30min热箱测试。目前，我们的半固态电池已获得客户定点，将于2023年装车于某款高端车型。”

催动洗牌加快

在新能源市场竞争愈发激烈的当下，拥有稳定订单来源的重要性不言而喻。

从记者近期的采访情况来看，行业内对于宁德时代“锂矿返利”计划的看法大致可分为两种。

一种观点认为，主要目的就是打压竞争对手，以保持宁德时代自身的市场份额和营收。主动调价的背后，也折射出宁德时代面对行业竞争而担忧市场份额下滑的焦虑。

另一种观点认为，宁德时代降价能够在国际新能源市场上有更强的竞争力，通过手中的订单数量，在与上游原材料企业进行价格

谈判时能够拥有更多的话语权，提升产业集中度来进一步拓展市场，同时减小新能源车企压力。

真锂研究首席分析师墨柯则分析认为，宁德时代此举有一定可能是整车厂要求重新谈判压低电池价格，因此宁德时代抛出了这个应对方案。

原材料价格的回落，也的确让降价有了一定的操作空间。自去年12月以来，国内碳酸锂价格持续下降，截至2月22日，电池级碳酸

锂均价为42.25万元/吨，较去年11月中旬59万元/吨的历史最高均价累计下跌超10万元/吨，回落超过20%。但价格依然是上述“锂矿返利”计划中20万元/吨的两倍以上。

拿出“真金白银”返利，并非单纯的“赔本赚吆喝”，宁德时代计划的核心在于，进一步深化与车企的绑定，通过未来三年80%的电池采购量，坐稳车企第一供应商。而在新能源市场竞争愈发激烈的当下，拥有稳定订单来源的重要性自然

不言而喻。

事实上，无论宁德时代的“锂矿返利”最终是否落地，其对于行业带来的影响已经发生。消息传出同期，长安汽车发布公告称，根据业务需要，公司拟与长安新能源、宁德时代共同出资设立电池合资公司。据悉，该合资公司注册资本为15亿元，宁德时代出资7.65亿元，持股比例为51%；长安汽车出资2.85亿元，持股比例为19%；长安新能源出资4.5亿元，持股比例为30%。

而在亿纬锂能日前披露的调研纪要中，各大机构提出的第一个问题，便是亿纬锂能与下游主机厂客户的电池定价及锁价情况。

对此，亿纬锂能回复表示：“公司与主要动力电池主机厂定价方面，已经在运行和运行比较成熟的基本上有三种定价方式：第一种是价格联动模式；第二种是定价返利模式；第三种是全年锁价模式。公司会将三种定价模式提供给客户，看客户需求来决定。”

二线厂商扩产跟进

宁德时代率先出牌，二线电池厂商也在积极跟进。

宁德时代率先出牌，二线电池厂商也在积极跟进。为应对可能出现的价格战，通过扩产实现规模效应降本增效成为不少企业的首选。

据高工产业研究院统计，2023年首月，亿纬锂能、孚能科技、兰钧新能源、赣锋锂电、比亚迪、盛虹控股集团等厂商纷纷宣布扩产计划，涉及动力电池扩产规划及开工项目达11起，总产能达311GWh，投资总额超过1000亿元。

大规模扩产的背后，是业绩的稳定增长。2022年新能源汽车市场增速超预期，电池供不应求，各

家企业的业绩快速增长。随着政策的持续利好以及储能市场规模的不断扩大，电池企业扩产的步伐也持续加快。

2月7日，亿纬锂能动力电池生产基地项目签约仪式在成都举行，总投资约100亿元的20GWh动力电池生产基地项目正式落地成都。1月18日，亿纬锂能曾发布公告称，拟与简阳市人民政府就20GWh动力电池生产基地项目签订投资合作协议。这也意味着，在不到一个月的时间里，该项目便迎来了落地。

与此同时，梳理电池企业发布的扩产规划不难发现，电池企业在布局选址上，也进一步优化。

日前，国轩高科全资子公司合肥国轩高科动力能源有限公司与欧洲电池制造商InoBat签署谅解备忘录，双方将围绕动力电池领域开展合作探讨，包括探索在欧洲合资建厂40GWh产能的合作机会。此前，公司董事长李缙接受媒体采访时透露，2022年，公司海外业务同比增长352%。

国轩高科方面告诉记者：“欧洲市场一直是国轩高科长期以来

全球战略的重要市场之一。国轩高科的产品出海欧洲战略由来已久。2016年搭载国轩电池的上汽EV80亮相英国伯明翰，运营多年，口碑良好。2019年公司又分别与德国博世集团、荷兰EBUSCO公司等展开合作。2020年更引入了大众汽车集团战略投资，进一步深化合资建厂40GWh产能的合作机会。目前已实现国内国外双增长引擎，推动公司业绩持续增长。”

今年1月底，孚能科技宣布与广州经济技术开发区签约，拟投资100亿元建设年产30GWh动力电

池生产基地。公司称，布局华南有利于增强产品供应能力和服务保障能力，就近满足主要客户的需求。广州所在的华南地区车企密集，且终端用户对新能源汽车的需求旺盛，有利于公司开拓新客户，进一步提高市场份额。

业内人士认为，当前动力电池在技术层面迭代迅速，企业在产线规划上应做足提前量，布局高端产能。对于广州基地的发展规划，孚能科技相关负责人告诉记者：“广州基地可能还会有后续公告，目前暂时没有能够公开的信息。”

进入“军备竞赛”阶段

以半固态电池为例，车企对于电池性能要求越发严格，刺激上游动力电池厂商研发不断提速。

日前，国轩高科宣布，正式获得大众汽车集团电芯测试实验室资质认证。此次认证标志着国轩高科测试验证能力获得大众汽车集团认可，并正式进入全球领先技术管理体系。

据介绍，国轩高科验证工程院占地面积超6万平方米，目前已建成合肥新站、包河、庐江、上海嘉定四大验证基地，可以实现从电池原材料到电池系统的全尺度、全生命周期的验证测试分析。近年来，验

证工程院一直致力于大众标准电芯的验证开发工作，并同时为大众汽车集团提供全球项目的验证测试合作支持。

国轩高科工程研究总院副院长周复表示：“此次认证成功，标志着国轩高科测试验证能力正式进入全球领先技术管理体系。未来，国轩将继续以高水平的技术、高品质的产品，大力支持大众集团的项目验证，通过双方深度合作、优势互补，持续助力碳中和目

标的实现。”

事实上，无论是近来特斯拉宣布将投资超过36亿美元，用于扩建规划年产能达100GWh的4680电池工厂，还是日产宣布已经成功开发出全固态电池，动力电池的技术迭代正在明显加快，国内电池企业应当有所准备。

以半固态电池为例，车企对于电池性能要求越发严格，刺激上游动力电池厂商研发不断提速。光大证券研报指出，出于对高

能量密度和高安全性电池的追求，各国企业进入“军备竞赛”阶段，加注研发固态电池。但全固态电池还有离子电导率低导致性能变差、成本高昂等缺点有待解决，而半固态电池由于高安全性、长寿命与良好的经济性，成为液态电池向全固态电池过渡的产品。

国轩高科相关负责人告诉记者：“400Wh/kg的三元半固态电池目前在公司实验室已有原型样品。未来还将通过技术创新落地

硅基负极替代、锂金属负极和预锂化技术，加速液态电池向半固态过渡，最终实现全固态。”

而大圆柱电池方面，亿纬锂能同样在调研纪要中表示：“大圆柱在快充技术方面也具备很强的潜力，目前公司已经做到快充技术12分钟充满电。目前，公司的大圆柱电池中试线已交付几十万支电池，公司会在今年二季度开始部分交付，交付前会做好充分验证工作。”

智己刘涛：汽车行业逻辑是每个板都要长 会将驾控“卷”到极致

本报记者 于典 石英婧 上海报道

随着新能源车竞争的白热化，各大车企普遍加快了旗舰车型的上新速度。日前，“智能纯电中大型豪华SUV”智己LS7公布车型配置及售价，售价30.98万元起，年内开启交付。

在对手环伺的30万~40万元级市场，不同于主打“智能网联”“家庭用车”的新势力品牌，智己LS7将“驾控”这一汽车的本分作为自己的核心卖点。

近年来，“第一性原理”越发受到车企追捧。作为受到特斯拉CEO马斯克、苹果公司创始人乔布

斯、“股神”巴菲特等诸多领域大佬广泛推崇的理论，“第一性原理”最早由亚里士多德提出，即一层层剥开事物的表象，看到里面的本质，然后再从本质向上思考。对于汽车来说，最本质的核心无疑是其安全性能。

从造车的第一天，智己就坚定地围绕“第一性原理”构建品牌护城河，将驾控体验作为智己品牌底层的标签，让用户获得更好的掌控感和安全感。以SUV为例，市场调研结果显示，70%以上的用户将大视野作为首选理由。

对此，智己LS7配备了IMAX级驾驶视野。搭载国产C919大飞机同种前瞻工艺和特种制造设备一

体压制成型的“Star Fall星瀑冰感前穹顶”，这一创新使得驾驶员屏幕视觉无遮挡，形成同级最大的106度纵向视野，和国内最大的可视面积，打造出颇具新意的驾驶舱。

对于如何在越发激烈的新能源车市竞争中脱颖而出，智己汽车联席CEO刘涛在接受《中国经营报》记者采访时表示：“应对市场的竞争，该‘卷’就要‘卷’。但是，‘卷’必须要有底层思考，有所为有所不为。比如说驾控，智己会‘卷’到极致。真正要‘卷’的，是用户体验。‘卷’配置，但用户体验差，肯定是不行。从用户角度解决痛点，才是真正的解决方案。”

打造极致体验的供应链

在刘涛看来，智己LS7的定价策略，最主要的考虑是直面市场。

据悉，智己主要考虑两个方面的因素。其一是用户诉求，不是简单地分析“用户想要什么配置”，而是深入思考“用户想要什么样的体验”，用户想要坐得高、看得远、更安全，就以此为目标选核心配置，做产品搭建。其二，在产品规划过程中，最开始阶段的“产品概念”很重要，它是理性和感性思考的原点。

刘涛表示：“应对市场的竞争，该‘卷’就要‘卷’。但是，‘卷’必须要有底层思考，有所为有所不为。比如说驾控，智己会‘卷’到极致，‘卷’到别人‘卷’不动为止，这种是致敬专业的‘卷’。”

与此同时，从发布会给出的数据来看，智己LS7各方面用料

都很扎实，在成本控制方面也有着不小的挑战。

对此，刘涛表示：“汽车行业是规模效应，如果迅速把量做到适合的规模，增加价格的调控能力，这也是市场的强诉求。另一方面，并不是高科技就意味着价格贵，重要的是选对了适合这个产品的高科技新技术，也会增加价格的可控性。”

值得一提的是，随着智己LS7在技术层面也有不少突破，未来或将有有望带动一批国内本土的高端供应商成为世界顶级的供应商。

刘涛介绍，全球最好的车灯公司——华域视觉，全球最大内饰解决方案的供应商——延锋，纳铁福传动轴（中国市场占有率50%以上），是构建智己LS7强大产品力的重要的产业背书。“现

在最先进的车灯，来自于华域视觉，我们有优先使用的优势，并且会有一些保护。打造极致体验的供应链，将国内供应商带高了层次，这是肯定的。”

以穹顶玻璃为例，玻璃不仅要大，也不能晒、不能热，这个是最核心的性能需求。这么大弧度的玻璃一体化成型，需要克服很大的挑战。但相关技术难题一旦攻克，也同样能够成就技术制高点。

“再比如电池，同样是30万价格区间的车型，智己LS7的是全系CATL（上汽与宁德时代合资），全系三元锂。大家都知道，CATL电池肯定是顶级的。虽然二三线的电池有成本优势，但是技术水准还在进步中，在没有达到我们的标准之前，只能暂时不选择。”刘涛表示。

智己超长板一定是“驾控”

在当前玩家众多的新能源车市场，品牌标签无疑是刻在用户心中影响购买选择的关键因素。自诞生之初，智己便选择“驾控”作为品牌核心标签。

在刘涛看来，手机、互联网是长板横行的市场，但汽车行业逻辑是，每个板都要长，而且品牌还必须有自己的超级长板。“对于智己品牌，这个超长板一定是‘驾控’。电动车对于驾控的要求，其实很高。如果一款电车的驾控体验很好，那用户开完之后就很难回到油车，就是且用难回；但如果一款电车拿捏不出超跑的动力，那还不如让用户开回油车。”

“驾控”也成为智己LS7这款中大型豪华SUV的核心标签。激发用户探索、征服的欲望，让你很好地领略山川风光，同时又能路况较差的野外路面有很好的通过性，空气弹簧上得了青藏高原，这种底层的逻辑，是智己LS7特有的。

为了实现驾控体验这一目标，智己LS7在设计零部件方面也下了功夫。SUV市场调研结果显



智己汽车联席CEO刘涛分享关于智己的底层思考和产品逻辑。 本报资料室/图

示，70%以上的用户将大视野作为首选理由，以此获得更好的掌控感和安全感。

据悉，智己LS7拥有IMAX级驾驶视野。国产C919大飞机同种前瞻工艺和特种制造设备一体压制成型的“Star Fall星瀑冰感前穹顶”，安全性能高达国标近四倍。配合国内首个正式量产的“YAT巡航型半幅方向盘”和独创的“可升降巨幅智慧场景屏”，使得驾驶员屏幕视觉无遮挡，形成同级最大的106度纵向

视野和国内最大的可视面积，打造出颇具新意的驾驶舱。

“作为一款40万级讲究驾控的高端豪华SUV，我们一定要对产品负责，不能忽悠用户，这是价值观的底线。互联网时代，长板横行博取关注，但是我们不认可这种价值观，长板横行的价值观走不远。”刘涛表示，“汽车的试错成本很高，如果安出了问题，命都没有了，何谈大冰箱、大彩电。汽车毕竟是高速行驶在公路上的机器。”

为用户提供“体验为王的定向卷”

对于当前加速上新的各家新能源车企，打造一款有价值的产品很难，但是在市场上把这个价值体现出来更难，如何将价值体现出来让用户有更直观的感受成为车企的共同课题。

在刘涛看来，如果说纯粹产品PK，你有你的特点，我有我的特点，很难做比较。不妨换个角度，从用户的角度来看价值。

“用户懂得，从某种意义上讲，看似配到全配的车，很有可能不是顶级的车。有不代表好，关注；但是我们不认可这种价值观，长板横行的价值观走不远。”刘涛表示，“汽车的试错成本很高，如果安出了问题，命都没有了，何谈大冰箱、大彩电。汽车毕竟是高速行驶在公路上的机器。”

自然懂。我觉得引领性的消费，尤其是一线城市，还是买顶配，而不是全配。智己的品牌定位是豪华电动车，我们必须顶配。用我们的专业为用户提供‘体验为王的定向卷’。”

为了说明得更详细，刘涛用算力举了一个例子。简单的堆算力解决不了用户体验的痛点，算力堆上去，会让不懂的人觉得很厉害，但是背后是电耗；而且如果板间的通信解决不好，将会对数据、软件带来巨大挑战，为用户体验带来更多痛点。“所以，合理定向卷，以用户体验为核心的卷，才是真正的解决方案。”

而从智己的盲订情况来看，用户同样非常关注LS7。去年12月20日智己LS7亮相时，已经做

到了1小时3000台的盲订量。刘涛介绍，短期内，订单已突破12000台。另外，订单情况再次超过了我们的预期，官网和App在短时内受到了很大压力。

与此同时，背靠上汽，产能或许是智己最有底气的事情。据悉，包括华域汽车，以及很多灯塔工厂，都为智己汽车开绿灯，且将最好的资源给到智己。

对于未来新车的定位和推出时间节点的规划，刘涛表示：“今年下半年，我们还会推出一款全新的中型偏大的SUV，对标Model Y。其他更紧凑的车型，也有相应规划。第三款车和第四款车，主要对标Model Y和Model 3；第五款车更多是对未来的思考和解决之道。”