

全年销量有望突破400万

# 行业龙头卡位新能源商用车赛道

本报记者 于典 石英婧 上海报道

随着汽车市场的整体复苏回暖,商用车行业的新能源化进程正在显著加速。

中汽协数据显示,今年2月,国内商用车产销分别为31.7万辆和32.4万辆,环比分别增长61%和79.4%,同比分别增长13.5%和29.1%。与此同时,各大车企也锁定新能源转型目标,加快推广新能源车型。数据显示,2022年,我国

新能源商用车总销量达到23.77万辆,较2021年同期增长近90%,新能源商用车销量或将持续迎来高速增长期。

日前,宇通客车以“车轮上的美好力量”为主题,开启了新能源商用车行业首场12小时接力轮播活动。宇通新能源商用车家族悉数亮相,涵盖交通运输、基建重工、矿用装备、物流配送、智能驾驶等产品覆盖社会生产生活的各个领域。

值得注意的是,由于价格和维

护等购置门槛,不少消费者对新能源商用车仍处于持币观望的状态。对此,德力新能源汽车有限公司选择“一元试用”作为旗下大力牛魔王D01的破冰锤。据悉,本次大力牛魔王D01十城千辆试用活动将贯穿2023年全年,活动于3月9日率先在长沙拉开序幕,随后推广至北京、深圳、郑州、安阳等全国十座重点城市。

对为何选择“试用”作为构建用

户对新品类认知,赢得市场认可的破冰锤,德力新能源汽车有限公司董事长兼CEO钱得柱在接受《中国经营报》记者采访时表示:“我们认为,一款新的产品推向市场,用户对车辆的驾驶性能、载重量、配置情况都不熟悉的情况下,试用是最好积攒用户口碑的方式,既可以让用户直观感受到大力牛魔王D01的品质,又可以为后续的用户运营服务积累经验。”



拥有全系商用车生产资质的宇通,凭借新能源核心“三电”技术,保持在行业领先的技术研发力。

本报资料室/图

是混动商用车的全面转型。

江淮汽车相关负责人告诉记者:“2月轻卡市场迎来了销量的全面提升,江淮汽车旗下江淮1卡销量同比增长超10%。江淮1卡基于对轻卡市场的深刻认知,得出了轻卡市场未来是燃油、混动和纯电轻卡三分天下的判断,并布局燃油+混动+纯电三驾马车发展战略。”

宇通客车发布2023年2月产销

快报显示,2月宇通客车生产量为1206辆,同比增长122.5%,环比增长1.3%,销售788辆,1~2月累计销售2049辆。此外,继今年开年签下乌兹别克斯坦800辆客大单之后,沙特阿拉伯的550辆客大订单也开始批量交付,出口额再攀高峰。截至目前,宇通在“一带一路”沿线国家出口新能源客车达1469辆,在全球34个国家和地区实现良好运营。

## 今年有望实现20%~25%的销量增长

商用车一直被誉为国民经济的晴雨表,商用车产销恢复高增长,也进一步展现了中国经济的强大韧性。

“过去我们进出城区老要卡着时间点,防止违反限行措施。现在换上了绿牌,运货和工作安排都更方便了,每个月油钱还能省下不少。”近日,江苏扬州一位更换了新能源卡车的货运司机告诉记者。

作为汽车产业的基础,商用车长期以来一直被誉为国民经济的晴雨表。商用车产销恢复高增长,也进一步展现了中国经济的强大韧性。

展望2023年,中汽协方面预测,今年国内商用车总销量将达到380万辆,实现15%的同比增长。而在此前的“2023中国商用车产业大会”上,中国汽车流通协会商用车专委会秘书长钟渭平则给出了更为乐观的预期,认为国内商用车市场今年有望实现20%~25%的销量增长,整体销量预计达到400万辆左右。

## 政策利好带动密集上新

商用车新能源化已然成为当前热门赛道之一,各大商用车企业积极在新能源转型领域跑步前行。

与此同时,在技术、政策、用户需求等多方面因素推动下,商用车新能源化已然成为当前最为热门的赛道,各大商用车企业积极在新能源转型领域跑步前行。

事实上,商用车企加码新能源的背后,离不开政策的利好对于需求释放的推动。近期,工业和信息化部等八部门联合印发《关于组织开展公共领域车辆全面电动化先行区试点工作的通知》,在全国范

围内启动公共领域车辆全面电动化先行区试点,并明确“城市公交、出租、环卫、邮政快递、城市物流配送领域新能源化率力争达到80%”的目标。

在蓝海市场和政策激励的双重利好下,进入3月以来,各大商用车企普遍加快了新能源产品的上新速度,混动、纯电、换电等各类产品百花齐放。

日前,江淮1卡正式发布混动1

号骏铃聚宝盆。作为拥有混动专用平台,首款搭载PS功率分流混动技术,续航超1000公里的绿牌自动挡轻卡,其市场订单已超过1100辆。

江淮汽车方面告诉记者:“目前市场上在售的混动车型,价格普遍在23万元以上。从售价角度来看,混动1号骏铃聚宝盆16.98万元起,加上交99元抵10000元、原厂金融最高补贴14000元、1314只换不修等巨惠购车政策,性价比优于其他

品牌的混动轻卡。而相较于传统燃油轻卡,其在节油表现上的优势,也为用户带来全生命周期性价比最优的超高价值。”

而作为新能源商用车的代表,宇通轻卡也在筹划新品发布。据悉,3月25日,宇通轻卡T系列产品将全球首发。宇通客车相关负责人告诉记者:“宇通轻卡T系列产品承载着宇通轻卡征战轻卡市场的雄心壮志。”

## 技术驱动下半场

梳理各家商用车企业在技术路线上的布局发现,各大品牌普遍在混动、纯电、换电等路线上多线布局。

值得注意的是,当前新能源产品销量、市场渗透率虽有较大提升,但整体来看行业尚处于起步阶段。相较于乘用车,商用车作为生产资料,用户更为关心的是车辆的投入产出比,包括采购成本、运营成本和二手车交易等。

宇通客车方面表示:“新能源车型除产品自身的性能表现外,整个运营生态的建设、保障更是用户关注的核心。可以说,当下新能源轻卡的竞争,不单单是产品层面的竞争,更是涵盖产品运营生态的企业力的竞争。”

此外,梳理各家商用车企业在技术路线上的布局不难发现,各家普遍在混动、纯电、换电等路线上多线布局。在江淮汽车相关负责人看来,路线各有优缺点,没有最优的技术路线,只有最适合车型及其应用场景的技术路线。

“纯电动轻卡使用成本低、驾乘舒适、路况好,是高效绿色物流的好选择,但购车成本、续航里程、充电时间等‘痛点’依旧有待解决,江淮1卡的竞争,不单单是产品层面的竞争,更是涵盖产品运营生态的企业力的竞争。”

将批量交付258辆换电1号·骏铃车型到全路程,投入菜鸟物流,在上海、成都、杭州和深圳等全国24个城市使用,在换电轻卡行业再次构筑领先优势。”江淮汽车相关负责人表示。

此外,在氢能领域,商用车企同样在积极推进氢能事业发展的朋友圈。

据悉,德力公司目前已在河南城市群、广东城市群的示范推广产业链中推动整合上下游产业资源,与多家氢燃料厂家进行合作开发多款产品,如31吨自卸车、4.5吨轻卡、49吨牵引车等多款氢燃料车型,在

氢能领域,商用车企同样在积极推进氢能事业发展的朋友圈。

据悉,德力公司目前已在河南城市群、广东城市群的示范推广产业链中推动整合上下游产业资源,与多家氢燃料厂家进行合作开发多款产品,如31吨自卸车、4.5吨轻卡、49吨牵引车等多款氢燃料车型,在

氢能与纯电的车辆驱动匹配技术方面已经非常成熟并积累了丰富经验。目前公司的4.5吨轻卡已签订500辆订单;49吨氢燃料牵引车型收到200辆订单,目前陆续交付中。

钱得柱告诉记者:“公司未来三年的发展目标要以安阳为根基,以河南城市群为核心市场,整合上下游资源,打造成为整个产业链的链主地位;广东城市群为拓展市场,短期内以广州、中山为突破口抢占市场。目前市场上运营氢燃料已交付90多辆,未来三年整体销量规划2000辆,总体产值规划30亿元。”

# 长城汽车总裁穆峰: 坚守造车底线 秉持“长期主义”策略

本报记者 张硕 陈茂利 北京报道

“坚守自己的造车底线。一方面,秉持‘长期主义’发展策略,打造智能新能源(产品),坚持为大部分用户符合他们真正需求的车。另一方面,始终以用户为中心,绝不拿用户做实验。”

近日,《中国经营报》记者就长城汽车提出的回归“造车初心”、以生态布局破解当前行业“价格战”等问题对长城汽车总裁穆峰进行了采访。

2023年要想取得160万辆的销量目标,实现近50%的大幅增长,长城汽车必须回答“如何打赢新能源之战”这一问题。

对于如何“打赢”这一被反复问到、反复琢磨、反复思考的问题,穆峰心中早已有清晰的答案:“长城汽车将重点集中在智能新能源的发展,长城汽车的智能新能源发展思路不是攻城略地,而是让造车回归本质。”

“我们的友商通过新能源开创了巨大的蓝海市场,根据市场规律,蓝海是暂时的,红海是最终的。新能源必然会挤压燃油车的市场份额,大家进入想象当中的蓝海市场时,实际上已不仅仅是新能源汽车之争,而是整个产业和市场之争,这就是我们2023年面临的竞争格局。”穆峰分享了自己的思考。

相对于战略层面的思考,长城汽车拿出更务实的方案——全新智能四驱电混技术Hi4。

长城汽车方面介绍,全新智能四驱电混技术Hi4实现三大革新,分别为三动力源双轴分布的混动“新构型”、iTVC智能扭矩矢量控制系统的“新突破”、机电耦合传动系统的“新高度”,拥有2套动力总成,最高系统功率340kW,可覆盖A~C级车型,混动专用发动机以当前行业最佳的技术配置实现了41.5%的最优工程热效率。

2023年,长城汽车将上市11款新能源产品,其中包括4款纯电车型、7款混动车型。2024年,长城汽车全系新能源产品将全面普及四驱,并实现以两驱的价格购买四驱。

不难看出,长城汽车之所以选择将插电式混动技术作为打入新能源市场重要突破口,原因在于该技术的增长潜力。乘联会数据显示,2022年,插电式混动汽车(全年零售销量)160.5%的增速

远远高于同期纯电动汽车90%的增速。

2023年,插电混动预计进一步增长。安信证券研报预测,2023年插电混动汽车销量将达到337万辆,同比增长120%。

“长城汽车一直在基于用户使用场景造车。我们认为电动车的定位是家庭的代步车,插电式混动汽车才是家庭用车的主力车型,至少在2025年之前,我们会坚持这一定位。”穆峰表示。

“大家对于这一波降价潮焦虑吗?”穆峰在长城汽车新能源干货大会一开始便抛出了这一问题。

“我觉得现在是一个旧时代的慢慢退去,而新时代尚未完全到来的艰难时期。在政策和技术的联合驱动下,我们和其他主机厂一起都拥挤在了转折点,共同面对企业的生死抉择。”穆峰表示。

面对行业“降价潮”,穆峰认为,把握趋势比追逐潮流更重要。“管理企业面临的最大挑战就是如何在确定性和不确定性之间作出正确的判断。唯有坚持长期主义,才能真正赢得未来。”

另外,穆峰判断,价格战不会持续太久。“因为中国的汽车企业大部分是上市公司,基于上市公司的财报,大家可以判断‘掀桌子’能持续多久。为了一些经营的问题‘掀桌子’,当经营问题解决得差不多时就可以结束了。为了资本市场拿钱而‘掀桌子’,当产业回归本质的时候也就不再掀了。”

虽然明确了“长期主义”的经营观,但是解除“降价伤企业,不降价伤销量”这一困境仍是摆在长城汽车面前的重要问题,对此,穆峰给出的答案是“生态布局”。

据了解,长城汽车构建了业内领先的“光伏+分布式储能+集中式储能”的能源体系,完成了“太阳能—电池—氢能—车用动力”的全价值链布局,将以成果爆发的森林生态全力破局。

“长城汽车的生态布局不是从今天开始,而是从今天收获。”穆峰表示,“它是以整车为核心,全面布局新能源、智能化等相关技术产业,实现多物种相互作用,并持续进化的全生态体系。”

“长城汽车将不断加大研发投入,持续筑牢森林生态体系的基础。”穆峰表示,“稳固的技术支持,是长城汽车建立强大市场信心的根基,也是产品力和服务力不断提升的动力。”

戴姆勒卡车2022年财报“出炉”:

# 利润大涨55% 预计2023年将继续保持增长

本报记者 张硕 北京报道

近日,戴姆勒卡车控股公司(戴姆勒卡车)迎来了上市后第一个财年的高分“成绩单”。

《中国经营报》记者从戴姆勒卡车方面了解到,尽管面对供应链的制约以及通货膨胀带来的成本压力,戴姆勒卡车成功实现了2022年的财务目标,并对2023年的发展前景持积极态度。在强劲市场需求的带动下,戴姆勒卡车在商用车市场的销量、收入、息税前利润、自由现金流和每股收益均实现了增长。

财报显示,2022年,戴姆勒卡车板块在全球的销量为520,300辆,较上年(455,400辆)增长14%,突出显示戴姆勒卡车强

大的市场地位。虽然核心市场的需求依然强劲,新订单与待交付订单均保持高位,但供应链瓶颈仍对生产运营造成持续影响。在销量显著增长、强劲净定价、汇率利好和服务业务积极发展的推动之下,2022年集团收入增至509亿欧元,较上年(398亿欧元)增长28%。

据了解,2022年的盈利和销售回报率同样表现良好。调整后息税前利润增长55%,达39.59亿欧元(2021年:25.52亿欧元),2022年实体业务调整后销售回报率为7.7%(2021年:6.1%)。戴姆勒卡车实体业务自由现金流增长12%,达17.46亿欧元(2021年:15.56亿欧元)。每股收益(EPS)3.24欧元,较2021年增长

14%。总体而言,戴姆勒卡车在2022年成功克服了供应链瓶颈的影响,实现了盈利和利润率提升的目标。

戴姆勒卡车董事会主席杜墨(Martin Daum)表示:“2022年对我们而言是非常特别的一年,也是在诸多方面充满挑战的一年。最为重要的是,作为一家独立运营的上市公司,戴姆勒卡车在首个财年成绩斐然。强劲的业绩表现充分表明我们成功应对了来自外部环境的挑战,无论是地缘政治的影响、持续的供应链紧张还是高通胀问题。我们不仅在提升盈利空间方面成果喜人,在引领可持续交通发展与应对气候变化领域也取得了重要的进展。”

## 上市首年成功收官

记者梳理戴姆勒卡车独立上市的第一年,在诸多领域取得了重要进展。资料显示,为实现引领可持续交通发展的目标,集团相继推出了一系列新产品与服务,包括多款零排放车型(ZEV):电动福莱纳eCascadia开始在北美批量投产,梅赛德斯-奔驰eEconic在德国也进入批量投产阶段。在“2022汉诺威国际商用车及零部件展(IAA)”上,梅赛德斯-奔驰eActros Long-

Haul纯电动长途重卡斩获“2023年LongHaul单次充电续航里程达到约500公里,并支持高性能快充。戴姆勒卡车子公司三菱扶桑卡客车(FUSO)在日本和欧洲推出了纯电版下一代FUSO eCanter。

同时,新产品的推出也带来了显著的利润:新一代赛特拉Top-Class和ComfortClass,新款梅赛德斯-奔驰Tourliner,专为北美市场

## 2023年整体销量将达到51万至53万辆

资料显示,尽管2023年的宏观经济形势依然不容乐观,能源价格居高不下和供应链紧张的问题仍会持续,但戴姆勒卡车预计在商用车重点销售市场实现强势增长。集团在北美和欧洲两大重卡市场的销量预计在28万至32万辆之间。戴姆勒卡车预计2023年将实现51万至53万辆的整体销量。

戴姆勒预计营收将大幅提升,实体业务收入将介于530亿欧元至

550亿欧元,集团收入将在550亿欧元至570亿欧元之间。戴姆勒卡车预计其调整后的息税前利润也会实现显著提高。实体业务调整后销售回报率预期将介于7.5%至9%之间,2023年实体业务的自由现金流也将高于上年。

戴姆勒卡车首席财务官约亨·格茨(Jochen Goetz)表示:“在供应链受限和通货膨胀的严峻市场环境之下,我们仍然阔步向前,调整

开发的旅游客车,以及戴姆勒卡车北美公司推出的全新西星57X长途卡车。戴姆勒卡车还宣布了其在巴西的梅赛德斯-奔驰部门与戴姆勒商用车部门的重组计划,突出显示积极自理的举措对实现2025年前盈利提升的目标所起到的重要作用。

此外,在2022财年,戴姆勒卡车董事会和监事会将在2023年6月21日举行的年度股东大会上提议每股派息1.30欧元。

后息税前利润达到40亿欧元,创下了集团息税前利润的纪录。我们的现金周转状况依然稳健。同时,我们希望通过首次派息分红来建立具有吸引力的资本配置政策。虽然目前相较于我们的目标仍有一段距离,但我们的整体盈利能力正在稳步提升,在市场通货膨胀态势之下依然势头不减。未来,我们将采取更多积极举措,进一步提升财务表现。”