

新能源车产业链企业拓展业务版图 新技术加速落地

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

随着新能源汽车步入快速发展期，产业链上游企业经营与净利“水涨船高”，包括动力电池企业宁德时代、亿纬锂能，动力电池隔膜企业恩

借势新能源提升净利润

绝大多数已发布2022年度报告的新能源汽车产业链企业均受益于新能源汽车的发展而实现业绩上涨，并借势拓展并布局产业链上游领域。

3月下旬，融捷股份、恩捷股份、福耀玻璃等新能源汽车产业链企业陆续公布2022年度报告，得益于新能源汽车渗透率加大，上述产业链企业在过去的一年中基本实现营收、净利润双双上涨。

融捷股份2022年报显示，报告期该公司实现营收29.92亿元，同比增长225.05%；归母净利润为24.4亿元，同比增长3472.94%。尤其在2022年第四季度，融捷股份实现营收13.1亿元，归母净利润分别11.85亿元，达到全年最高值。

根据融捷股份2022年报，报告期内，该公司前5大客户中，第一名为融捷集团及其控制的企业、第二名

产业链企业拓展业务布局

新能源产业链企业愈发加大对产业链上下游的把控和布局，以期形成产业链优势并协同发展。

在福耀玻璃2022年报中，福耀玻璃董事长曹德旺表示，2023年，全球经济形势依然严峻，欧美发达国家经济将继续减缓，消费需求将进一步降低，供应链恢复稳定尚需时日，社会面信用风险预计加大等，将成为年度发展的重要影响因素。

实际上，当前越来越多的新能源汽车产业链企业打出“安全牌”，保供、求稳成为行业发展共识。基于此，新能源产业链企业愈发加大对产业链上下游的把控和布局，以期形成产业链优势并

捷股份，以及汽车玻璃制造企业福耀玻璃等均收益不俗。

与此同时，上述新能源汽车产业链企业已着手加强相互之间的合作，拓展并延伸企业价值链，强化产业链整体协同。例如，亿纬锂能已与恩捷

为比亚迪，均为融捷股份关联方。其中，融捷股份向第一名客户主要销售锂精矿5.53万吨(6%品位)，向第二名客户销售电池级锂盐1308吨、销售锂电设备658台。

对于净利润大幅增长，融捷股份主要归因于投资的联营锂盐厂。记者了解到，融捷股份联营锂盐厂一期2万吨/年锂盐项目于2023年1月1日开始试生产，并于7月进入正式生产阶段。报告期内，联营锂盐厂实现营业收入60.57亿元，共销售锂盐1.42万吨，其中关联交易销售17.07亿元。报告期内，联营锂盐厂实现净利润33.37亿元，为融捷股份

协同发展。

在企业自身拓展业务方面，记者了解到，除了此前已布局的锂盐板块，融捷股份将于2023年规划投资设立融捷电源，主要从事动力电池正负极材料的开发、生产和销售，为融捷股份的产业布局增加一环。

而在产业链相关企业拓展业务方面，近期，新能源汽车产业链企业，尤其是动力电池产业链相关企业之间的合作愈发明显且深化。

企查查信息显示，3月21日，云南亿捷锂业有限公司成立，注册资

本1亿元，亿纬锂能持股55%、恩捷股份持股45%。云南亿捷锂业有限公司经营范围包含非煤矿山矿产资源开采、矿产资源勘查、基础化学原料制造、专用化学产品制造(不含危险化学品)、矿物洗选加工、常用有色金属冶炼等。

这也意味着动力电池企业亿纬锂能和专注动力电池隔膜的恩捷股份借此合资公司，双双进军动力电池原材料领域，同时，二者之间的利益关系绑定更为紧密。

值得一提的是，根据亿纬锂能

贡献投资收益13.35亿元，成为融捷股份2022年度净利润的最大来源。而专注于生产汽车玻璃的福耀玻璃2022年年报显示，报告期内，该公司实现营收280.99亿元，比上年同期增长19.05%；利润总额55.79亿元，比上年同期增长46.09%；归属于上市公司股东的净利润47.56亿元，比上年同期增长51.16%。

福耀玻璃表示，随着汽车“新四化”发展以及新能源汽车渗透率不断提升，越来越多的新技术集成到汽车玻璃中，推动汽车玻璃朝着“安全舒适、节能环保、美观时尚、智能集成”方向发展，智能全景天幕玻璃、可调光玻璃、抬头显示玻璃、超

隔绝玻璃等高附加值产品占比提升，较上年同期上升6.21个百分点。除此之外，主营锂电池隔膜的恩捷股份在2022年报中表示，受益于该司湿法锂电池隔膜产量和销量持续稳定增长等因素，该司报告期内业绩实现大幅提升，湿法隔膜产能规模超70万平方米，全球湿法隔膜市场占有率约为46%。

专注于导热材料等领域的飞荣达2022年营收41.25亿元，同比增长34.88%；归属于上市公司股东的净利润9618.71万元，同比增长219.62%。报告期内，该司收入增长主要得益于公司新能源(新能源汽车、光伏及储能等)等业务规模增长。

实现量产，赣锋锂业规划推出三元固液混合锂离子电池，而亿纬锂能也已发布大圆柱电池。资本市场对上述新技术消息反应积极，相关技术涉及的多只个股持续上涨，助推新能源汽车产业链技术落地。

2022业绩快报，报告期内该司营收达363.05亿元，同比增长114.82%；归母净利润35.1亿元，同比增长20.79%；基本每股收益1.84元。

报告期内，随着新工厂、新产线进入量产阶段，该司动力电池出货规模增长迅速，实现营收同比增长114.82%。

相对于新能源汽车营收和净利润发展情况，动力电池企业等新能源汽车产业链企业业务面更宽泛，在一定程度上推动新能源汽车产业链企业营收和净利润等收益呈现正增长。

根据乘联会的统计数据，2023年1月~2月，在30万元~40万元纯电动车型中，蔚来ET5、宝马X3、宝马3系、蔚来ES6、阿维塔11分别以1.23万辆、0.7万辆、0.67万辆、0.37万辆、0.34万辆位列TOP5之列。

而2023年前2个月，在40万元以上的纯电动车市场，领军车型主要是蔚来ES7、蔚来ET7、奔驰EQE、凯迪拉克锐歌以及极氪009。可以看到，造车新势力在豪华车市场已有着不可忽略的存在感。

豪华车市场座次重排：“BBA”领跑 二线豪华品牌迎“压力考”

电动化转型仍是竞争焦点

造车新势力车企在高端新能源汽车领域的布局，夺走了部分豪华车的市场份额，已从“狼来了”变为难以忽视的事实。

根据乘联会的统计数据，2023年1月~2月，自主品牌中的新能源车渗透率为52.9%；豪华车中的新能源车渗透率为22.6%。

虽然传统豪华车品牌电动化转型仍处在阵痛期，但现阶段一个明显的态势是，豪华车品牌对中国高端新能源汽车市场已经表现出极高的重视。

康林松对记者表示：“对于高端豪华车细分市场的成长，我们也需要从战略上多一些耐心。”在康林松看来，目前发展最快的新能源汽车细分市场仍然是价格在30万元人民币以下的市场，大致占整个新能源汽车95%以上的市场份额。“奔驰在这个价格区间的产品布局相对较少，但高端电动车市场在加速发展，奔驰也有更多豪华车纯电车型推出，在这一细分领域我们可以有所作为。”

据悉，今年奔驰将在中国推出6款纯电和插电式混合动力车型，包括全新EQS纯电SUV和全新EQE纯电SUV。至2023年底，奔驰在华新能源产品矩阵将达17款，覆盖较广的豪华细分市场。

同为豪华车三强的奥迪亦在不断调整在华电动化转型策略和节奏。今年3月，奥迪官宣高层人事调整，自3月1日起曹慧芳(Katy Tsang)将出任奥迪中国市场营销及销售执行副总裁。对此，奥迪中国总裁温泽岳表示：“曹慧芳女士在中国及全球市场拥有丰富的销售和市场营销经验，这对公司加速电动化转型发挥了至关重要的作用。”

温泽岳近日在接受记者专访



问界汽车新车型未来将全面搭载宁德时代应用第三代CTP技术的麒麟电池。 本报资料室/图

动力电池新技术涌现

目前，全固态电池、半固态电池、大圆柱电池、钠离子电池等多项动力电池技术层出不穷，资本市场反应积极。

当前，全固态电池、半固态电池成为业内热议焦点，吸引资本市场关注，多只涉及全固态电池或半固态电池领域个股股价被拉升。

尽管资本市场反应积极，但宁德时代董事长、总经理曾毓群却直指全固态电池或半固态电池技术落地仍有难度。在宁德时代2022业绩说明会上，曾毓群坦言，目前行业研发方向上有全固态、半固态(半液态)电池等多种技术形态，有很多科学及技术的基础问题尚未解决。

曾毓群表示：“宁德时代深耕10多年，仍然认为全固态电池等领域难以形成有技术可行性和市场竞争力的产品。就像前几年行业在喊的石墨烯电池等某些技术仍然未见真正落地。”相对而言，宁德时代的凝聚态电池可更快实现量产。

宁德时代方面表示，麒麟电池已经实现量产。根据宁德时代与赛力斯最新签署的长期战略合作协议，AITO问界汽车新车型未来将全面搭载宁德时代应用第三代CTP技术的麒麟电池，能量密度最高可达255Wh/kg，可实现整车超千里续航。同时，电池采用电芯大面积冷却技术，可支持5分钟快速热启动及10分钟快充。

受该消息面影响，3月29日10时，麒麟电池板块指数报904.593点，涨幅达2%，成交19.97亿元。其中涨幅前4只个股分别为：飞荣

达每股报价18.17元，涨幅达4.67%；银轮股份每股报价14.37元，涨幅达4.59%；铭利达每股报价45.88元，涨幅达3.45%；宁德时代每股报价400.13元，涨幅达1.92%。

而在大圆柱电池方面，包括宁德时代、亿纬锂能等动力电池企业均有布局。宁德时代方面表示，应个别客户特殊应用要求，公司已研发成功4680、4695等大圆柱电池，能量密度接近麒麟电池。亿纬锂能、鹏辉能源均针对家用或户用储能市场，推出40135圆柱电池。

在钠离子电池方面，宁德时代钠离子电池2023年将实现产业化，同时将持续升级产品性能。目前，宁德时代已发布的第一代钠离子电池可应用于各种交通电动化场景(包括二轮车)，尤其在寒地区具有优势。同时，宁德时代开发的AB电池系统解决方案，将钠离子与锂离子混搭，弥补钠离子电池现阶段能量密度短板，发挥其高功率、低温性能的特点。

亿纬锂能则在投资者互动平台表示，公司于2022年12月16日推出钠离子电池，基于层状氧化物正极和硬碳负极，以C40铝壳为载体。此前，亿纬锂能中央研究院副院长赵瑞瑞在产品发布会上表示，虽然钠离子电池能量密度目前低于锂电池，但钠离子电池低成本、长循环的优势将在大规模储能、动力电池领域有一定的发展空间。

新势力“搅局”豪华车市场

国内豪华车市场迎来升温，各品牌之间正在展开一场混战。

近日，中国银保监会公布了2023年2月机动车交强险的上险统计数据。2月，豪华车新车上险总量达26.94万辆，同比增长28.12%，豪华车新车上险量占乘用车市场份额突破2成，达20.48%。

具体来看，今年2月，中国汽车市场豪华品牌销量前十名分别是奔驰、宝马、奥迪、特斯拉、红旗、蔚来、沃尔沃、雷克萨斯、凯迪拉克、捷豹路虎。

可以看到，奔驰是今年2月国内豪华车市场销量冠军，宝马以2071辆的差距位列其后，奥迪依然排在第三。值得一提的是，在销量前十的豪华品牌中，除雷克萨斯与凯迪拉克外，其他品牌的销量均实现同比增长。

《中国经营报》记者还注意到，2023年2月，豪华车市场的另一大看点是造车新势力的“搅局”。造车新势力蔚来汽车跻身二线豪华品牌，位于2023年2月豪华品牌上

绩紧随其后。2023年1月，宝马再次以62008辆的成绩登上豪华车品牌榜首，奔驰的销量为59297辆，二者之间的差距为2711辆。从上险数据来看，同处于豪华品牌第一阵营的奥迪，与奔驰、宝马之间的销量差距则相对较大。数据显示，奥迪2月共上险40234辆新车，同比增长1.8%，环比增长9.26%。2月，奔驰与宝马分别领先奥迪17167辆、15096辆。

虽然国内豪华车市场“BBA”三足鼎立的格局难以在短期内撼动，但在二线豪华车阵营中，随着造车新势力的强势搅局，竞争格局已悄然生变。

记者了解到，2月，特斯拉以34082辆的销量成绩位居豪华品牌榜单第四位，仅次于“BBA”。特斯拉的这一销量表现已成为常态。除了特斯拉，造车新势力蔚来汽车11908辆的销量，同比增长110.24%的强势表现，跻身豪华品牌榜单第六位，将沃尔沃、雷克萨斯、凯迪拉克、捷豹路虎、林肯等二线豪华品牌甩在身后。

在传统二线豪华车阵营，红旗持续领衔二线豪华品牌。2月，红旗的销量为17110辆，是豪华品牌上险量

沃、雷克萨斯、凯迪拉克、捷豹路虎。

可以看到，奔驰是今年2月国内豪华车市场销量冠军，宝马以2071辆的差距位列其后，奥迪依然排在第三。值得一提的是，在销量前十的豪华品牌中，除雷克萨斯与凯迪拉克外，其他品牌的销量均实现同比增长。

《中国经营报》记者还注意到，2023年2月，豪华车市场的另一大看点是造车新势力的“搅局”。造车新势力蔚来汽车跻身二线豪华品牌，位于2023年2月豪华品牌上

绩紧随其后。2023年1月，宝马再次以62008辆的成绩登上豪华车品牌榜首，奔驰的销量为59297辆，二者之间的差距为2711辆。

从上险数据来看，同处于豪华品牌第一阵营的奥迪，与奔驰、宝马之间的销量差距则相对较大。数据显示，奥迪2月共上险40234辆新车，同比增长1.8%，环比增长9.26%。2月，奔驰与宝马分别领先奥迪17167辆、15096辆。

虽然国内豪华车市场“BBA”三足鼎立的格局难以在短期内撼动，但在二线豪华车阵营中，随着造车新势力的强势搅局，竞争格局已悄然生变。

记者了解到，2月，特斯拉以34082辆的销量成绩位居豪华品牌榜单第四位，仅次于“BBA”。特斯拉的这一销量表现已成为常态。除了特斯拉，造车新势力蔚来汽车11908辆的销量，同比增长110.24%的强势表现，跻身豪华品牌榜单第六位，将沃尔沃、雷克萨斯、凯迪拉克、捷豹路虎、林肯等二线豪华品牌甩在身后。

在传统二线豪华车阵营，红旗持续领衔二线豪华品牌。2月，红旗的销量为17110辆，是豪华品牌上险量

量TOP10榜单第六位，呈现出蚕食二线豪华品牌市场份额的态势。特斯拉则位列榜单第四位，仅次于“BBA”(奔驰、宝马、奥迪)。

一位不愿具名的资深业内人士对记者表示，目前的行业趋势是二线豪华品牌调整压力加大，造车新势力与豪华品牌正在展开全面竞争，豪华品牌车企的电动化需要加速。“高端新能源汽车品牌的快速崛起正在改变着豪华车市场格局，传统豪华车市场尤其是二线豪华品牌持续承压。”

TOP5榜单中唯一的一个国产品牌。

记者了解到，在二线豪华车阵营中，除沃尔沃外，雷克萨斯、凯迪拉克、林肯等品牌的上险量均出现不同程度的下滑。其中，雷克萨斯的降幅最大，达到21.48%。

上险数据显示，沃尔沃、雷克萨斯、凯迪拉克、捷豹路虎、林肯2023年2月的销量分别为10857辆、10153辆、8835辆、8024辆、3949辆，同比变动幅度分别为37.9%、-21.48%、-7.93%、59.11%、-6.22%。

可以看到，在豪华车阵营中，一线豪华品牌与二线豪华品牌之间呈现出两极分化趋势，一线豪华品牌仍然占据豪华车市场主导地位，而二线豪华品牌在造车新势力的挤压下，面临市场份额被造车新势力蚕食的现状。

“当下，传统二线豪华品牌可谓腹背受敌。一方面‘BBA’将产品价格进一步下探，挤压二线豪华车市场；另一方面，造车新势力凭借有竞争力的高端新能源汽车亦在强势抢夺豪华车市场。与此同时，在电动化赛道上，传统二线豪华车企在转型和反应速度上相对较慢，这使其较为被动。”上述资深业内人士对记者说道。