

动力电池企业业绩两级分化 行业将迎积极信号

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

迈步5月,动力电池上市企业陆续发布一季度业绩报或业绩预告,报告期内,宁德时代、比亚迪(弗迪电池)、亿纬锂能均实现动

动力电池企业业绩分化

尽管上述国内动力电池企业一季度装机量和市占率均有不同程度地提升,但是一季度营收、净利润等核心业绩数据却出现两极分化。

近年来,随着新能源汽车市场渗透率逐渐增大,动力电池需求量也随之增加。韩国市场调研机构SNE Research的最新统计数据显示,2023年第一季度,全球电动汽车动力电池装车量达到133.0GWh,同比增长38.6%。

其中,宁德时代第一季度动力电池装机量达46.6GWh,同比增长35.9%,全球市场份额超30%,稳居第一;比亚迪(弗迪电池)第一季度动力电池装机量21.5GWh,同比增长115.5%,排名第二。

除了宁德时代、比亚迪(弗迪电池),国内动力电池企业中创新航、国轩高科、亿纬锂能、欣旺达均进入SNE Research第一季度全球

动力电池装机量、营收、净利润等核心指标同比上涨,而欣旺达等动力电池上市企业营收、净利润却出现下滑。

在一季度车企“促销潮”、动力电池原材料价格波动等综合因素影

响下,动力电池企业需调整产品价格让利下游车企,产品利润有所降低。与此同时,包括恩捷股份、融捷股份等动力电池产业链企业营收、净利润出现下滑。

进入二季度,动力电池原材料

价格逐渐重回上升通道,大部分车企4月销量实现同比增长。中信证券认为,行业即将迎来积极信号,产业链公司库存水平有望探底,预计排产将在二季度、三季度逐步恢复。

前十位动力电池装机量榜单。尽管上述国内动力电池企业一季度装机量和市占率均有不同程度地提升,但是一季度营收、净利润等核心业绩数据却出现两极分化。

具体来看,宁德时代一季度营收约890.38亿元,同比增加82.91%;归属于上市公司股东的净利润约98.22亿元,同比增加557.97%。亿纬锂能一季度营收约111.86亿元,同比增加66.11%;归属于上市公司股东的净利润约11.4亿元,同比增加118.68%。比亚迪一季度实现营收约1201.74亿元,同比增长79.83%;归属于上市公司股东的净利润约41.3亿元,同比增长

410.89%,延续去年业绩向上态势,实现营收、净利润双增长。

与此同时,4月,宁德时代位于德国图林根州的首个海外工厂正式获得电芯生产许可。随着宁德时代海外定点新车型的持续面世,德国工厂投产放量、匈牙利工厂建设以及与合作事宜的推进,未来宁德时代将在技术创新、供应链布局、极限制造等方面凸显海外竞争优势。

亿纬锂能则于5月初官宣,该公司于匈牙利德布勒森电池工厂已正式签署购地协议。据悉,该电池工厂将投资10亿欧元(约合11亿美元)用于生产大圆柱形电池,供货宝马汽车。5月11日开盘,新能源车概念异动拉升,宁德时代、

亿纬锂能涨超3%。在宁德时代、亿纬锂能向海外市场扩张的同时,欣旺达、国轩高科等动力电池企业却出现不同程度的业绩下滑。欣旺达一季度营收约104.78亿元,同比减少1.34%;归属于上市公司股东的净利润亏损约1.65亿元,同比下降273.54%。国轩高科一季度营收约71.77亿元,同比增长83.26%;归母净利润约7560.95万元,同比增长134.79%;扣非净利润亏损约1113.07万元,上年同期盈利约978.87万元,同比下降213.07%。孚能科技一季度营收约37.35亿元,归属于上市公司股东的净利润亏损约3.52亿元,毛利率下降4.9个百分点。

力电池原材料价格波动等综合因素影响下,动力电池企业也随市场大环境变化调整产品价格。宁德时代已在一季度开启“锂矿返利”计划,稳定长期供应链以获得持续盈利性。欣旺达则表示,为缓解上游原材料给公司带来的成本端的压力,公司应对主要原材料的涨价采取措施,与主要客户形成价格联动机制。此前碳酸锂价格上涨,客户与公司共同承压,减少给公司成本端带来的影响。目前碳酸锂等价格在下降通道中,欣旺达也会跟客户谈判将一部分利润让步给客户。

力电池原材料价格波动等综合因素影响下,动力电池企业也随市场大环境变化调整产品价格。宁德时代已在一季度开启“锂矿返利”计划,稳定长期供应链以获得持续盈利性。欣旺达则表示,为缓解上游原材料给公司带来的成本端的压力,公司应对主要原材料的涨价采取措施,与主要客户形成价格联动机制。此前碳酸锂价格上涨,客户与公司共同承压,减少给公司成本端带来的影响。目前碳酸锂等价格在下降通道中,欣旺达也会跟客户谈判将一部分利润让步给客户。



宁德时代电池室。

本报资料室/图

产业链各环节业绩有望回升

随着二季度动力电池原材料价格止跌回升,动力电池相关产业链企业业绩将得到逐步恢复。

在动力电池原材料价格波动的作用下,动力电池相关产业链企业业绩均受到不同程度的影响。动力电池上游包括赣锋锂业、融捷股份等涉及锂矿开采的部分企业一季度营收或净利润出现同比下降,专注电解液的恩捷股份一季度业绩也出现下滑。

具体来看,赣锋锂业一季度实现营收约94.38亿元,同比增长75.91%;归属于上市公司股东的净利润约23.97亿元,同比下降32.01%。融捷股份一季度营收约1.94亿元,同比减少59.49%;归属于上市公司股东的净利润约6209万元,同比减少75.56%。恩捷股份一季度营收25.68亿元,同比减少0.92%;归属于上市公司股东的净利润约6.49亿元,同比减少29.10%。

同时,叠加一季度汽车消费市场掀起的“限时促销潮”,包括上汽集团、广汽集团等十余家车企净利润也出现同比下降。上汽集团一季度营收约1459.16亿元,同比下降20.03%;归属于上市公司股东的净利润约27.83亿元,同比下降49.55%。广汽集团一季度营收263.93亿元,同比增长14.03%;归母净利润15.38亿

元,同比下降48.89%。

在15家上市车企中,仅比亚迪、长安汽车、江淮汽车三家上市车企实现一季度营收、归母净利润同比双增长。

光大证券最新研报指出,2023年2月锂盐厂新增锂盐库存环比下滑81%,中游材料厂新增锂盐库存(含正极材料产成品,折合锂盐当量)环比下滑42.8%,为2022年10月以来最低值。由于锂盐厂和材料厂月度新增库存均为较低水平,若二季度下游新能源车需求向好,则有望开启新一轮补库需求。

光大证券认为,当前锂矿估值已回调至具有性价比的区间,一方面锂价后续有望企稳,另一方面二季度需求有望向好,叠加正极材料和电池厂新一轮补库需求的开启,对锂矿板块也有提振作用。

新能源汽车方面,光大证券指出,虽受促销影响,但新能源汽车产销仍保持增长。同时动力电池原材料价格不断下降促进新能源汽车成本下降,有望进一步刺激新能源汽车消费市场。伴随上海车展大量新车型集中释放,二季度国内新能源汽车销量值得期待。

原材料价格起伏影响产业链

动力电池原材料价格的波动起伏和动力电池产品去库存之间的错位是多数动力电池企业一季度业绩不及预期的主要原因。

动力电池企业一季度业绩两极分化的背后,是动力电池原材料价格的波动起伏和动力电池产品去库存之间形成错位。孚能科技在一季度报中表示,毛利率下降主要因为一季度销售的产品为上一年度库存产品。而上一年度下半年的原材料价格处于高位,因此库存产品成本较高。而产品售价随行就市,一季度原材料价格下跌,因而毛利率下降。

而孚能科技给出的毛利率下降原因也是多数动力电池企业一季度业绩不及预期的主要原因。高工产业研究院(GGI)根据新能

源汽车交强险口径数据统计显示,2023年,国内第一季度磷酸铁锂动力电池装机量约38.31GWh,同比增长53%;三元动力电池装机量约20.59GWh,同比下降5%。

过去,三元动力电池以其高密度、长续航等产品特性成为新能源车企偏好选择的动力电池。但碍于动力电池原材料成本、安全稳定性等多重因素,磷酸铁锂动力电池逐渐赶超三元动力电池,以“后来者居上”的姿态成为当前国内动力电池市场中装机量排行第一的电池类型,受到更多新能源车企青睐。

近半年来,动力电池原材料市场价格波动起伏较大。以磷酸铁锂动力电池所需原材料为例,Wind数据显示,国产碳酸锂价格4月21日报价达每吨17.85万元,创2021年9月以来新低。TrendForce集邦咨询研究指出,4月中国电池级碳酸锂均价跌至每吨人民币19.8万元,月跌39%。而4月下旬开始,动力电池原材料价格出现回调。5月10日,上海钢联发布数据显示,电池级碳酸锂每吨上涨4000元,均价报每吨21.65万元,重回20万元以上区间。

在一季度车企“促销潮”、动

力电池原材料价格波动等综合因素影响下,动力电池企业也随市场大环境变化调整产品价格。宁德时代已在一季度开启“锂矿返利”计划,稳定长期供应链以获得持续盈利性。欣旺达则表示,为缓解上游原材料给公司带来的成本端的压力,公司应对主要原材料的涨价采取措施,与主要客户形成价格联动机制。此前碳酸锂价格上涨,客户与公司共同承压,减少给公司成本端带来的影响。目前碳酸锂等价格在下降通道中,欣旺达也会跟客户谈判将一部分利润让步给客户。

打造中马“一带一路”合作典范 吉利赋能宝腾共建马来西亚汽车新生态

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“今年是共建‘一带一路’倡议十周年。在‘一带一路’倡议提出指引下,吉利和宝腾打造了中马两国优秀企业务实合作、优势互补、互利共赢的新典范。”日前,在马来西亚宝腾成立40周年庆典X90上市仪式上,吉利控股集团集团董事长李书福如是说道。

《中国经营报》记者了解到,在“一带一路”倡议指引下,吉利控股集团把握双循环契机,深化开放合作,增强企业在双循环市场中的动力和活力。

据悉,吉利控股集团深耕国内市场,持续加大国内投资,同时放眼全球,通过战略协同,资本、技术、产品和人才全方位的导入,实现高层次、全方位的融合,不断拓展全球化市场。

吉利与宝腾的协同共赢便是中马“一带一路”合作下的一颗璀璨明珠。实际上,今年既是中马全面战略合作伙伴关系建立十周年,同样也是吉利和宝腾牵手的第六个年头。

相关数据显示,经过6年的融合,宝腾汽车实现了研发、制造、质量、采购、营销的全面变革,连续四年销量和市占率在马来西亚市场排名第二。2023年,宝腾汽车迎来成立40周年,推出首款新能源车型宝腾X90,正式开启新能源转型之路。

李书福表示:“我相信,在中马两国政府的关心和指导下,在大家的共同努力和精诚合作下,我们将抓住机遇打开更广阔的市场,让宝腾早日重返马来西亚第一、东南亚市场领导品牌地位。”

“一带一路”合作结硕果

公开资料显示,宝腾汽车建立于1983年,是马来西亚的“国宝级”汽车品牌,也是马来西亚工业精神的象征。2017年,吉利控股集团入股马来西亚DRB-HICOM旗下宝腾汽车,全面主导管理宝腾,助力宝腾实现品牌复兴。

李书福在发言中称:“今年是中马全面战略合作伙伴关系建立十周年,也是吉利和宝腾牵手的第六个年头。双方基于平等尊重、互信互利,以及在战略、文化、产品上的高度契合,既保持了宝腾品牌的独立性和历史传承,也实现了宝腾的跨越式发展和品牌复兴,6年销量翻倍,连续4年销量和市占率在马来西亚市场排名第二。”

“作为宝腾亲密的合作伙伴,吉利将继续尊重宝腾品牌的独立性,同时在基础技术研究、基础架构开发、供应链建设等方面实现

以新能源产业链优势赋能宝腾转型

“电动化、智能化在全球汽车行业掀起了热潮,中国已经在智能电动汽车领域取得了规模化、体系化、代际化的先发优势,连续8年新能源汽车产销量全球第一。”李书福指出,中国新能源汽车的发展经验可以被马来西亚借鉴。“宝腾要抓住这个重要的历史机遇,围绕新能源和智能化前瞻布局、加大投入、夯实基础,为企业可持续发展注入新的动力。”

记者了解到,当前,绿色可持续发展和碳中和已成为全球共识。吉利控股集团积极践行ESG理念,制定了2045年实现全链路碳中和目标。以此为指引,吉利加大研发投入、人才培养、商业模式创新,持续打造新能源产业链新优势。

协同共享,为用户创造更大价值。”李书福说道。

本着使宝腾成为马来西亚第一、东盟前三的目标,吉利围绕人才、渠道、成本、质量、产业链、工厂改造以及开发新产品七方面制定“北斗七星战略”,打造了“产品、技术、人才、管理”全产业链输出的宝腾模式,全面提升了宝腾本土创新能力、零部件配套体系和员工专业技能。宝腾汽车生态还创造了约10万个就业岗位,为当地社会经济发展贡献力量。

记者了解到,在产品升级方面,吉利战略输出了符合市场趋势的SUV车型——2018年宝腾X70、2020年宝腾X50。两款车型上市后更成为SUV细分市场冠军,吉利由此也进入全产业链输出的全球化新阶段。

有关数据显示,自吉利入股以来,宝腾汽车于2019年扭亏为

盈,截至2022年年底,实现营业收入翻倍(2018年338亿马币,2022年939亿马币),连续4年销量和市占率在马来西亚市场排名第二,海外出口销量排名第一。宝腾汽车销量连续4年持续攀升。从2018年64744辆增加到2022年141432辆,销量增长118%,市占率翻番(2022年达到19.6%)。

与此同时,宝腾出口销量从2018年的1388辆,增长至2022年的5409辆,是马来西亚市场出口最多的汽车品牌。宝腾2023年一季度销量同比增长50.9%至40287辆,市占率同期上升4.5%至21.2%。

在产能建设上,宝腾在马来西亚有2个主要生产基地,其中莎阿南老工厂年产能达10万台,丹戎马林工厂通过新车型导入进行扩建,年产能可达25万台。同时,全新建设发动机工厂,提升本地

汽车,代表宝腾品牌向新能源汽车领域跨出一大步。

“宝腾汽车是马来西亚的‘国宝级’汽车品牌,已经走过了风雨四十载,是马来西亚工业精神的象征。吉利很荣幸参与宝腾品牌的转型和重塑。今天,宝腾迎来40周年暨首款新能源产品正式上市,这是宝腾新的里程碑。”李书福说道。

据悉,未来在吉利的战略支持下,宝腾每年至少推出一款新能源产品,双方将共同培养新能源汽车人才,共建马来西亚新能源汽车生态,助力宝腾成为东盟地区新能源品牌引领者。

马来西亚总理安瓦尔·易卜拉欣表示,宝腾首款新能源车X90的上市,无疑是宝腾40年来



5月7日,在成立40周年庆典X90上市仪式上,宝腾推出首款新能源产品,正式开启新能源转型之路。

本报资料室/图

化能力,促进本地供应链的研发及制造水平提升。

在渠道拓展方面,宝腾经销网络遍布全球15个市场,包括东亚、东南亚、非洲、北美及中东等地区。在马来西亚,宝腾经销商达213家,经销足迹覆盖

马来西亚全国。

宝腾汽车董事长拿督斯里赛·法依沙表示,吉利入股加快了宝腾的发展,宝腾不仅夺回了马来西亚市场,还开拓了更广阔的出口市场,他相信,在吉利全球化体系的支持下,宝腾大有可为。

值得引以为豪的重要成果。吉利和DRB-HICOM的协同合作将继续助力宝腾的发展,期待宝腾未来推出更多新能源车型,增强国民信心,重夺马来西亚第一汽车品牌的桂冠,助力马来西亚成为东盟新能源汽车的中心。

记者了解到,吉利与宝腾已在新能源领域开展人才合作交流。2022年12月,宝腾派遣员工前往中国杭州,参与为期6个月的在职培训,学习新能源汽车(NEV)研发、融合、生产、销售和维修方面的知识,助力宝腾车款研发。

今年4月,吉利还与DRB-HICOM集团签署深化合作框架协议,双方将围绕马来西亚丹戎马林汽车高科技园建设展开更广

泛的深入合作,打造东盟新能源和新技术的研发制造高地,提升马来西亚汽车产业的国际竞争力。此外,吉利控股旗下smart已与宝腾签署代理协议,今年第四季度在马来西亚市场推出新品。

“我相信吉利的全球化创新引领能力,先进的基础模块架构,电动化智能化产品体系,全球化人才的赋能,将会为宝腾带来更强劲的市场竞争力。”李书福表示,吉利控股将不遗余力地以新技术、新产品和新商业模式助力宝腾,推动宝腾每年至少推出一款新能源车型,5年内与宝腾体系共同培养新能源汽车人才5000人,助力宝腾成为东盟地区新能源品牌引领者,共建马来西亚新能源汽车生态。