

# 车市“金九银十”成色十足 新能源车900万辆年销量目标达成在即

本报记者 方超 石英婧 上海报道

多家车企密集发布10月销量数据,让汽车行业“金九银十”表现成为市场关注焦点。

11月1日,多家车企对外公布10月销量数据,如蔚来汽车10月交付16074辆,理想汽车月交付首次超4万辆,与此同时,吉利汽车、上汽集团等新能源车销量也迎来快速增长,如10月份上汽集团销售新能源车10.4万辆,创年内新高。

《中国经营报》记者注意到,除了对外发布10月份销量数据外,不少车企早已吹响年终销量“冲锋号”,欲通过密集发布新车、抢抓“双11”热点促销等手段提升终端

市场表现。

“今年‘金九银十’成色较足,”中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉在接受记者采访时表示,在促消费政策频出、企业大力促销下,今年“金九银十”不少车企销量情况较好,“而四季度是冲击全年销量的重要节点,11月份行业销量可能会更好一些。”

而工信部等七部门此前联合印发的《汽车行业稳增长工作方案(2023—2024年)》,提出力争新能源汽车2023年销量900万辆左右,据报道,乘联会秘书长崔东树此前表示,新能源车整体呈现出了平稳上扬的态势,以目前增速来看,可以稳定达到全年900万辆销量的预期。

## 新能源品牌10月销量创新高

进入11月的第一天,多家车企对外宣布迎来四季度“开门红”。

来自蔚来汽车方面的数据显示,10月份,其交付新车16074辆,同比增长59.8%,之前的9月份,蔚来汽车交付新车15641辆,同比增长43.8%,而在今年1—10月份期间,蔚来汽车共交付新车126067辆,截至目前,蔚来新车已累计交付415623辆。

在蔚来汽车之外,小鹏汽车、理想汽车双双刷新单月交付历史纪录。

10月份,小鹏汽车交付20002辆,环比增长30.65%,同比增长292.12%,月交付量突破2万辆里程碑;而理想汽车则交付40422辆,环比增长12.10%,同比增长302.13%,月交付量首次超4万辆。

不仅仅是“蔚小理”,多家造车新势力皆迈入销量提升“快车道”。

如11月1日上午,零跑汽车就率先对外公布销量数据,10月份共交付新车18202辆,连续创下历史新高,同比增长达159%。零跑汽车方面表示,“这一成绩标志着零跑汽车在大众化新能源汽车市场中的地位日益稳固,也为公司的未来发展注入了强大信心。”

而在极氪方面,其10月交付达13077辆,同比增长29.2%,环比增长8.5%,对于10月份销量成绩,极氪方面直言,“月度交付与大定双创历史新高,迎来四季度开门红”。

梳理其他造车新势力销量情况可发现,10月份,哪吒汽车全系统交付12085辆,阿维塔11交付3888辆,智己汽车销量为4018辆,而问界系列交付量为1.27万辆,其中问界新M7交付量突破万辆门槛达到1.05万辆。

记者注意到,除了造车新势力外,传统汽车巨头新能源汽车销量亦迎来快速增长,如上汽大众新能源10月销售达到1.6万辆,同比增长136%,其中ID.家族自今年下半年起已连续4个月销量破万,10月销量15060辆,同比劲增192%。

在上汽大众新能源汽车销量持续领跑“合资纯电阵营”之时,其背后的上汽集团新能源汽车销量也在持续攀升。

初步统计数据,上汽集团10月份销售新能源汽车10.4万辆,位居中国车企第二,实现同环比双增,创出年内新高,而在吉利汽车10月乘用车销量为180706辆,新能源汽车销量首次突破6万大关,此外,比亚迪10月份新能源汽车销量301833辆,月销量突破30万辆门槛。

乘联会近日表示,10月狭义乘用车零售销量预计为202.0万辆,环比增长0.1%,同比增长9.5%,其中新能源零售75.0万辆左右,环比增长0.9%,同比增长34.6%,渗透率约37.1%。

## 多重因素助推“金九银十”

在行业迎来成色十足的“金九银十”背后,政策支持、假日经济等因素亦成为外界关注焦点。

“今年行业‘金九银十’成色不错,这跟政策拉动有极大关系,”在颜景辉看来,九、十月份期间,多地密集推出汽车促消费活动,“在政策拉动下,汽车消费市场活跃度较好。”

以浙江杭州为例,当地近期就在开展新一轮汽车购车补贴,据悉,“2023杭州数智消费嘉年华·金秋购物节”以汽车促消费为主线,聚焦购物中心等消费重点领域,联动杭州全市百家车企开展发放汽车消费券等促销活动。

来自“杭州商务”微信公众号的信息显示,在杭州市新一轮购车补贴中,拱墅区、滨江区、钱塘区已启动汽车购车补贴活动。其中,拱墅区补贴总额4500万元,滨江区发放总额5000万元。

“9月地方政策密集出台,生效政策数量处于同期较高水平,‘十一’期间生效地方短期补贴数量也高于往年同期,不少地方政府选择在当地车展上发放政府消费券,进一步放大了黄金周车展的效果。”乘联会如此认为。

乘联会进一步表示,在今年“十一”假期结束后,各地也仍在陆续发布新的促消费政策,地方补贴发放逐渐常态化,与企业促销合力对年底车市构成稳定支撑。

在政策因素之外,节假日经



上汽大众新能源10月销售达到1.6万辆,同比增长136%,其中ID.家族自今年下半年起已连续4个月销量破万。

本报资料室/图

济亦被认为是促进汽车销量增长的关键因素之一,相关信息显示,2023年中秋节国庆节合并假期,假日时间较往年增多,颜景辉就直言,“特别是在9月底10月初期间,车企利用节假日促销,释放出潜在客户需求。”

记者注意到,在汽车行业迎来成色十足的“金九银十”背后,海外市场亦是车企销量提升的关键因素之一。

中汽协数据显示,9月,我国汽车整车出口量环比增长13.4%,同比增长38.7%;整车出口金额环比增长11.6%,同比增长45.1%。其中,9月新能源汽车出口9.6万辆,环比增长6.5%,同比增长92.8%。

在此情形下,不少车企海外销量持续攀升,上汽集团无疑是

典型企业之一,今年1—9月份,上汽集团海外市场累计批发销量达83.8万辆,同比增长21.8%,而上汽集团今年全年海外销量或超120万辆,实现“规模性盈利”。

国内市场日益内卷、海外市场前景广阔,诸多车企在10月份纷纷选择加码海外市场。如10月,极氪与法国巴黎银行和Arval签署泛欧合作协议,合作关系将覆盖多个欧洲国家,此外,10月26日,极氪与锦龙集团正式签署合作协议,宣布进入中国香港、澳门市场。

“品牌成立的第一天开始,极氪就在准备搭建海外市场,”极氪CEO安聪慧表示,极氪预计会在11月中下旬,在瑞典斯德哥尔摩、荷兰阿姆斯特丹的中心店进行销售。“明年会在西欧

主要发达国家销售。最晚明年1月份,极氪会在中亚、中东、南美以及港澳等国家和地区陆续开始销售。”

不仅仅是极氪,哪吒汽车亦选择加码东南亚、中东市场,如10月份,哪吒汽车在印度尼西亚首都雅加达举办新车上市发布会,开启其在印度尼西亚的全面销售,此外哪吒汽车还与阿联酋知名企业——EIH Automotive & Trading,在上海签署战略合作协议,并宣布2024年将为阿联酋带去多款车型。

“随着自主品牌、新势力等相继加码海外市场,有望在特斯拉中国之后凭借国内在新能源汽车领域的先发优势和完善的零部件供应体系,持续提升国内汽车产业的全球竞争力。”东海证券研报如此认为。

## 抢抓“双11”节点花式营销

车企们摩拳擦掌,密集推出新车、抢抓“双11”等节点花式营销。

在“金九银十”落幕后,冲击全年销量目标正成为诸多车企的“头等大事”。车企们摩拳擦掌,密集推出新车、抢抓“双11”等节点花式营销。

记者梳理发现,近期以来,极越01、极氪001 FR、新款帕萨特、新款奇瑞小蚂蚁、AION S MAX、捷途旅行者四驱版等多款新车型纷纷迎来上市,其中,更有车型在同一天举行上市发布会,颇受行业关注。

不仅如此,在接下来的11月

份,多家车企仍将密集发布重磅产品,如领克06 EM-P将于11月5日正式上市,阿维塔12于11月10日上市,而智界S7将于11月9日开启预售。

“新车型上市是刺激汽车消费的直接原因之一,”在颜景辉看来,无论是A级车展还是地方车展,新车型上市对车企销量拉动作用都较大,“而11月份的广州车展更具有提升车市活跃度的作用,尽管新车型上市不可能有大

力度优惠,但确实能够活跃车市、拉动汽车消费,因为许多消费者期待新车型上市。”

除了密集发布新车外,不少车企亦抢抓当下的“双11”节点,纷纷进行花式营销,欲进一步提升终端市场表现。

如10月28日,沃尔沃汽车亮相天猫双11超级发布活动,带来全新上市的新款XC40 RE-CHARGE和新款C40 RE-CHARGE,还在现场发布销售服

务承诺2.0;而奇瑞汽车表示,“奇瑞‘双11’购车节 百亿狂欢购”活动如期而至,具体内容有“奇瑞品牌全系车型不限车龄、不限公里数,旧车置换至高抵30000元”。

“三季度市场总体呈现‘淡季不淡,旺季更旺’的态势,车市热度延续,‘金九银十’效应重现。”海通国际研报此前如此认为,而中信证券研报亦认为,“10月汽车销量有望继续维持环比增长,‘金九银十’效应将继续显现。”

# 奥迪集团前三季度交付车辆超140万辆 销售收入增长13%至504亿欧元

本报记者 陈茂利 北京报道

“三季度过后,奥迪财务表现依然稳健,基本符合全年预测。尽管面临诸多挑战,我们仍然实现了两位数的收入增长,并且经营销售利润率也处于目标区间。”近日,奥迪CFO李博睿(Jürgen Rittersberger)针对奥迪集团前三季度业绩报告点评。

2023年前三季度,奥迪集团销售收入增长13%,达到504亿欧元,营业利润为46亿欧元,净现金流为35亿欧元。经营销售利润率为9.1%,位于目标区间。

《中国经营报》记者从奥迪(中国)获悉,对于2023财年,奥迪集团基本坚持年初的预测,预计在2023年交付180万辆至190万辆汽车,销售收入保持在690亿至720亿欧元之间。经营销售利润率预计将处于9%至11%目标区间的下限。

值得关注的是,今年是奥迪集团电动化关键之年,奥迪将加大在中国市场投放电动智能产品。据奥迪中国总裁温泽岳介绍,将在全球发起史上最大规模的产品攻势,未来三年,奥迪将会在全球推出20款车型,其中10款为纯电车型。“奥迪已经为在华业务的发展制定了清晰的规划,我们的目标是重塑品牌在华电动出行。下一代奥迪电动汽车不止于简单的出行工具,而是进化成智能体验终端。”

## 奥迪品牌交付量强劲增长

延续上半年强劲表现,奥迪集团前三季度交付量稳健增长:1月至9月,奥迪集团累计交付奥迪、兰博基尼、宾利品牌汽车140.5万辆,同比增长16%。

其中,奥迪品牌交付量增长了16%,前三季度共计交付超过138.7万辆汽车。值得一提的是,9月单月交付量增长显著,交付超过17.5

## 中国市场三季度表现突出

在中国市场,奥迪前三季度交付量同比增长超过5%,共计交付约52.20万辆汽车。今年三季度,奥迪在华销量同比增长超过10%。其中,9月单月销量增长强劲,交付超过7.2万辆,同比增长25%。

不过,奥迪中国市场销量落后于奔驰、宝马两竞争对手,奔驰、宝马前三季度在中国市场分别交付车辆57.87万辆、60.28万辆。

当前,奥迪正在中国系统地推进转型发展路线图,通过高端产品、高端生态系统和高端客户体验三大维度,满足中国市场和用户的

## 前三季度盈利稳健

由于交付量的增长,奥迪集团1月至9月的销售收入增长13.1%,符合欧盟绿色分类法的收入占比上升至15.7%。

奥迪集团前三季度的营业利润为45.95亿欧元,2022年前三季度为62.50亿欧元,同比有所下滑。

对此,奥迪集团方面解释,这一数字的下降主要是受到11亿欧

元原材料套期保值的波动影响。这一举措曾在2022年带来了4亿欧元的利润回报,但在2023年前三季度产生了7亿欧元的利润减少。另外,更高的原材料成本也给营业利润带来了一定影响。

奥迪集团在前三季度实现了9.1%的经营销售利润率,2022年前三季度这一数据是14.0%,排除原

需求。

产品方面,奥迪继续加强在华电动化产品攻势。今年成功上市的奥迪e-tron GT进一步丰富了纯电动车型阵容,同时奥迪Q4 e-tron、奥迪首款“Roadjet陆地专机”Q5 e-tron和奥迪RS e-tron GT也在2023年迎来第一个完整销售年。

为了加快智能网联汽车研发,今年7月26日,奥迪与上汽集团签署战略合作备忘录,进一步深化现有合作。双方将通过共同开发,快速、高效地拓展高端市场智能网联电动车产品组合。

“我们在电动出行领域的发展势头持续加快,奥迪纯电动车型交付量同比增长近60%。今年前三季度,奥迪品牌整体客户交付量也比去年更多,达到约140万辆。尽管市场环境充满挑战,奥迪仍实现了16%的销量增长,对此我们非常满意。”奥迪汽车股份公司管理董事会市场及销

“我们洞察到了数字化和智能化的发展趋势,不论是智能手机还是智能汽车,甚至是智慧城市的发展,这种趋势都势不可当。因此,我们也会在产品内饰、智能驾驶座舱等方面实现更多智能化的设计,我们希望能够正确的时间把正确的产品投放到市场当中。”温泽岳表示。

此外,奥迪还在不断拓展品牌专属的充电站网络,完善面向中国市场的高端生态系统。截至今年9月,奥迪充电站已遍布全国26个城市,达到112座,并计划在年内部署

约600个超快充充电桩。

与此同时,依托不断深化的双合作伙伴战略,奥迪正在打造全新的客户触点和线上线下无缝衔接的创新销售模式,为中国消费者提供引人入胜的定制化客户体验。截至今年9月,奥迪已焕新升级了472家4S经销商门店,新增8个奥迪CBD展厅,并计划在年内开设共150家奥迪都市店。

值得一提的是,奥迪加速电动化转型的关键基石——奥迪一汽新能源汽车有限公司,正在长春稳步推进,预计2023年年底完成基地

售董事贺熙曼(Hildegard Wortmann)表示。

兰博基尼品牌前三季度交付汽车7744辆,同比增长4.2%,销售收入增长5.2%,达到20.26亿欧元,营业利润增长8.4%,达到6.18亿欧元,经营销售利润率取得了显著的30.5%的增长。

宾利品牌前三季度交付汽车

10053辆,销售收入达到23.09亿欧元,营业利润为5.06亿欧元,经营销售利润率为21.9%。

杜卡迪品牌前三季度交付摩托车47867辆,销售收入比去年小幅上涨至8.77亿欧元,营业利润实现28.1%的强劲增长,达到1.40亿欧元,经营销售利润率提升至15.9%。

建设和设备安装,2024年年底正式投产基于PPE豪华纯电动平台的全新智能网联电动车型。这也是奥迪在华首个仅生产纯电动车型的生产基地。

为了进一步深耕本土发展,奥迪还拓展了在华研发能力和架构。记者获悉,奥迪中国研发团队已入驻位于北京的全新奥迪中国楼。配备先进基础设施的全新奥迪中国研发中心将成为奥迪探索面向未来前瞻技术的创新中心,开展针对中国客户独特需求的研发工作。

的增加,特别是集团产品组合的更新升级。运营资本的变化也影响了净现金流。”奥迪集团方面表示。

对于2023财年,奥迪集团预测,净现金流预计将处于45亿欧元至55亿欧元目标区间的下限。研发成本的比例预计将适当高于6%至7%的目标。对投资回报率的预测由此前的19%至22%调整为17%至20%。

除了税后利润下降的原因外,这一数字减少主要是由于支出

券收入抵消了部分收益减少。

奥迪集团今年前三季度的税后利润为44.72亿欧元,2022年前三季度税后利润为58.17亿欧元。奥迪集团前三季度的净现金流为34.98亿欧元,2022年前三季度净现金流为45.79亿欧元。