

# 比亚迪销量首超特斯拉 中国新能源汽车增长势头强劲

本报记者 陈靖斌 广州报道

在开过哪吒、蔚来等新能源车后,2021年10月,家住佛山顺德的小桃(化名)最后选择了“风头一时无两”的比亚迪E2。“试驾后感觉比较稳定,加上有厂家额外新能源补贴,综合比较下来选择了比亚迪。”小桃笑着向《中国经

## 购车者更倾向安全性

比亚迪全年销售302.4万辆,同比增长61.9%,超额完成年初定下的300万辆目标。多位车主向记者表示,当时购买比亚迪源于“安全性好,性价比高”。

开了三年的比亚迪E2,小桃感觉总体的驾驶体验还是可以的。“当时试驾后整体感觉比较稳定,很适合日常代步通勤,电耗也算正常。当时就决定买下它。”小桃拍了拍自己的“座驾”介绍道,曾经她也开过哪吒、蔚来,但综合性价比来看还是不如比亚迪,于是斟酌下来选择了比亚迪E2。“E2内饰设计是比较‘直男’。”小桃调侃道。

像小桃一样因为安全性和综合性价比而选择比亚迪的车主并不在少数,小琳(化名)也是其中的一位。

“2021年我在佛山车城比亚迪王朝买的宋PLUS EV,当时没有考量其他品牌,只选比亚迪,因

## 多个品牌销量创新高

除了比亚迪超额完成年销300万辆目标外,多家华南车企2023年销量也在相继创新高,多位车企负责人向记者表示这源于多品牌矩阵的布局。

除了比亚迪销量高增长,完成300万辆销量目标外,多家车企2023年的销量也在相继创新高。

2024年1月1日,赛力斯发布2023年12月产销快报。数据显示,12月赛力斯新能源汽车销量达42141辆,同比增长153.21%;赛力斯汽车12月销量31490辆,月度销量首次突破3万辆创历史新高,同比增长210.03%;1—12月,赛力斯汽车累计销量已达106703辆,同比增长33.31%。AITO问界系列12月共交付新车24468辆,其中,AITO问界新M7在12月交付突破两万辆。

2024年1月2日,长安汽车公

营报》记者坦言道。

像小桃一样选择比亚迪的车主并不在少数。近三年来,得益于车主的信赖,比亚迪的年销量也在持续高速增长,2023年更是一举超越特斯拉。

在社交媒体平台×上,有网友将特斯拉和比亚迪进行了对比,对此马斯克回应称,相比车企,特斯

为预算20万元内新能源车,比亚迪性价比最高,电池安全性也比较好。”小琳告诉记者。

开了将近三年,她表示用车体验相对较好。“加速比较平滑,在市区内通勤续航电量还是可以的,能满足一家短途出行需求,不过不足的是走高速续航打折严重。”小琳表示。

得益于“性价比”,比亚迪在2023年确实“遥遥领先”,一举成为行业的“四冠王”。

比亚迪最新公告,公司2023年12月销售34.1万辆,同比增长45%。全年销售302.4万辆,同比增长61.9%,超额完成年初定下的目标。比亚迪方面表示,年销量

布2023年全年销量:全年销量超255万辆,其中,新能源产品及海外市场销量增长迅速,2023年自主品牌新能源车销量超47万辆,自主品牌海外销量超23万辆。

2024年1月2日,广汽传祺亦公布2023年全年销量。数据显示,广汽传祺全年的销量为40.65万辆,同比增长12.1%。其中,销量最好的车型莫过于旗下的MPV系列,2023年全年广汽传祺MPV家族累计销量16.41万辆,销量提升了59%,成为2023年度中国MPV市场销量冠军。

但需要注意的是,也有不少车企销量面临分化。数据显示,2023

拉更是一家AI机器人公司。

根据最新统计,比亚迪汽车2023年累计销量302.44万辆,其中第四季度纯电车型销量总计526409辆。另外,特斯拉2023年第四季度汽车销量为484507辆,这意味着比亚迪2023年第四季度正式超越特斯拉成为全球最大的纯电动车制造商。

超300万辆,意味着比亚迪一次性获得了四个销量冠军:中国汽车市场品牌销量冠军、中国汽车市场车企销量冠军、中国汽车市场集团销量冠军和世界新能源汽车市场销量冠军。

“多品牌矩阵落成,加速比亚迪高端化、高质量发展进程。”比亚迪相关负责人告诉记者。

据了解,在多品牌矩阵方面,2023年比亚迪汉月均销售近两万辆,比亚迪唐月均销售破1万辆。汉、唐双旗舰累计销量突破百万辆,树立主流中高端市场新标杆。豪华品牌腾势发展迅猛,腾势D9取得了2023年中国市场全品类MPV销量冠军。

年1—11月期间,日产汽车中国区(含乘用车和轻型商用车)累计销量下滑至69万辆,较上年同期92.67万辆的销量减少22.81%,降幅进一步扩大。小鹏汽车2023年累计销量达到14万辆,不过,小鹏汽车2023年销量目标是20万辆。

事实上,多车企销量创新高,离不开多品牌矩阵的布局。长安汽车相关负责人此前亦表示,在产品升级情况方面,2020年以来,长安汽车新上市车型已实现100%联网,280余万辆网联汽车日在线率达70%。长安布局启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌,形成满足不同细分市场

传统车企孵化的新能源品牌亦亮点频出。广汽埃安2023年共交付48万辆,同比增长77%,拿下传统车企“创二代”品牌销售冠军。

有人欢喜有人忧。在交付量普遍实现增长的背景下,汽车市场淘汰赛加剧,爱驰汽车、威马汽车、奇点汽车、拜腾汽车等新势力车企在2023年遭遇濒临破产、成为失信被执行人等“寒冬”。

内卷加剧,战鼓越敲越急。

全年交付量为12.75万辆,同比下滑16.2%,仅完成其25万辆销量目标的51%。

“2023年我们做得不好,原因有很多,大的方面有以下几点:新老产品切换时没有衔接好,节奏乱;新产品上市定价过高,下半年虽然调整到位了,但丧失了先机;亏损的产品线大幅度调低产量;传播方式老旧;营销总部集权,同时管理软弱涣散。”在发布销量数据后不久,哪吒汽车联合创始人、CEO张勇发表公开检讨,称2024年将重新出发,其将兼任营销公司总经理,将对现有产品线进行调整和渠道升级,同时公司营销系统“全体起立”,重新上岗,全面改进营销传播以及用户沟通方式。

仍然留在牌桌上的新势力车企各有各的焦虑,在你追我赶的拼杀和博弈中,已有造车新势力黯然退场,行至危崖。在2023年发生欠薪事件的造车新势力爱驰汽车如今已是失信被执行

值得一提的是,近两年,中国汽车出口获得超强增长,海关总署发布的数据显示,2023年1—11月,中国汽车(包括底盘)累计出口476.2万辆,同比增长59.8%。乘联会预测,2024年新能源市场将继续保持较强增长势头,预计批发销量达到1100万辆,同比增长22%,渗透率达到40%。

仰望品牌的首款车型仰望U8在其首个完整交付月实现了销售1593辆的好成绩,不仅刷新了自主品牌百万级汽车的月销量纪录,还正式进入长期被海外汽车品牌垄断的百万级汽车销量TOP10;此外,方程豹品牌的首款车型豹5在其首个完整交付月亦销售了5086辆。

在出海方面,比亚迪2023年全年出口超24万辆,同比增长334%。比亚迪新能源足迹已经覆盖全球六大洲的70多个国家和地区,超400个城市。未来比亚迪还会有更多车型走向海外,持续巩固全球领先地位,出海将成为比亚迪强劲增长极。

需求的新发展格局。

2023年也是广汽传祺新能源布局的元年,5月,广汽传祺首款插混车型传祺E9正式上市,进军高端插混MPV市场,2023年年底,广汽传祺已经形成由传祺E9、ES9、E8三款新能源车组成的产品矩阵。

而从广汽传祺规划来看,其已经开始在新能源领域加码。据了解,广汽传祺已组建专属新能源事业团队,在渠道上,目前体验中心新渠道突破200家。而产品规划上,未来三年,广汽传祺在“XEV+ICV”双核发展战略的指导下,将密集投放10款以上新能源产品。

沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔告诉记者,国内新势力车企目前正处于发展的初级阶段,2024年行业还会继续内卷,价格战亦将继续,优胜劣汰之下行业洗牌将加剧。“预计到2025年,中国车企的数量大概有50家,到2030年减少至30家左右,届时汽车行业的竞争格局才会总体相对稳定,内卷严重、日趋激烈的行业竞争态势才会结束。”

人,爱驰汽车及法定代表人张洋已被限制高消费。威马汽车目前正处于破产重整程序中。此前,威马汽车是国内头部造车新势力企业,市场地位仅次于“蔚小理”。

在新能源汽车市场,传统车企孵化的新能源汽车品牌被业内称为“创二代”。尽管2023年的汽车市场频起风浪,但是“创二代”的表现仍然可以称得上出色。

广汽埃安披露的销售数据显示,2023年公司的交付量达到48万辆,同比增长77%,位居“创二代”交付量榜首。2023年2月至12月,广汽埃安的月销量均保持在较高水平,处在3万辆—5.15万辆区间;吉利集团打造的高端电动品牌极氪汽车2023年共交付11.87万辆,同比增长65%;华为与赛力斯的合作品牌AITO问界在2023年年末突破月销两万辆大关,2023年累计交付9.44万辆新车;深蓝汽车在2023年累计交付新车达13.69万辆。



2023年10月底,比亚迪东京车展现场。

本报资料室/图

## 出口稳步增长

得益于车企销量新高,中国新能源汽车产销和出口也在稳步增长,多位专家亦指出,新能源汽车的产销和出口创新高,对于中国新能源汽车的发展意义重大。

随着车企销量的新高,中国新能源汽车的产销稳步增长,出口也在屡创新高。

中国汽车工业协会曾在2023年12月初发布的《2023年11月汽车工业产销情况》中表示,当月汽车产销分别完成309.3万辆和297万辆,环比分别增长7%和4.1%,同比分别增长29.4%和27.4%。其中,汽车产量创下历史新高。

中国汽车工业协会在2023年12月30日发表新年献词提到,2023年汽车产业成为工业经济增长的主要拉动力。其中,2023年全年汽车产销有望达到3000万辆左右,新能源汽车产销将超过900万辆,汽车出口接近500万辆,中国品牌乘用车市场占有率稳定在50%以上。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力向记者指出,众多新能源车企2023年年销量创新高,这对于汽车产业的高质量发展将起到积极的推动作用。“一方面,销量的增长将带动汽车产业链的协同发展,提升整个

产业的竞争力;另一方面,新能源汽车的普及将有助于减少传统燃油车的污染排放,推动汽车产业的绿色化转型。”朱克力表示。

多位专家亦指出,新能源汽车的产销和出口创新高,对于中国新能源汽车的发展意义重大。

“对于新能源汽车的发展而言,新能源汽车销量的增长将加速汽车产业的电动化、智能化、网联化进程,推动新能源汽车市场的发展壮大。同时,这也将促进新能源汽车的普及和应用,提高能源利用效率,减少环境污染,为可持续发展做出贡献。”深度科技研究院院长张孝荣表示。

朱克力亦表示,对于新能源汽车的发展而言,销量的增长意味着市场需求的扩大和消费者对新能源汽车的认可度提升。这将进一步推动新能源汽车技术的创新和应用,降低生产成本,提高产品质量和性能。同时,销量的增长也将为新能源汽车产业链的发展带来更多的机遇和挑战,促进整个产业的健康可持续发展。

# 理想汽车拿下销冠 新势力车企变阵

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

2024年年初,在元旦还未结束的假期,各家车企已经在公布年度销量数据的比拼上“加足了马力”。2023年的汽车行业,降价大戏频频上演,可谓“你方唱罢我登场”,喧嚣之后,始终处在风暴中心的车企迎来交卷时刻。

从各自的表现来看,新势力车企阵营分化的情况仍在加剧。据

## 理想夺冠 爱驰、威马遇“寒冬”

进入2023年,理想汽车异军突起,在销量上已大幅领先,造车新势力第一梯队已由“蔚小理”变更为“理蔚零”。

2024年1月1日,理想汽车发布了一组销量数据:2023年12月,理想汽车交付新车50353辆,同比增长137.1%,成功达成月交付5万辆的目标。2023年全年交付量同比增长182.2%至37.6万辆。

理想汽车目前在售车型共有理想L7、理想L8(理想ONE的换代车型)以及理想L9。上述三款车均在2022年、2023年上市发布,得益于产品线的不断扩充,理想汽车销量持续攀升,一举成为2023年度新势力车企中的销售冠军,并且超额完成其定下的30万辆年度销量目标。

张翔认为,三年内,在交付量上,理想汽车将持续领先其他新势力车企。“理想汽车的核心竞争力在于它瞄准的是一个正确的赛道,旗下车型均为中大型豪华新能源SUV。在较长一段时间内,

《中国经营报》记者梳理,在“蔚小理”(蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车)中,理想汽车凭借全年37.6万辆的新车交付成绩一举拿下新势力车企2023年销售冠军。在交付量上,理想汽车已与蔚来汽车、小鹏汽车逐渐拉开身位。2022年登顶新势力榜首的哪吒汽车在2023年出现掉队。2023年,哪吒汽车共交付12.75万辆,相较于2022年15.21万辆的交付成绩同比下滑16.17%。

BBA(奔驰、宝马、奥迪)一直奉行“油改电”路线,其新能源产品性能、配置均不高,理想汽车瞄准这一机会,在豪华新能源车细分市场赛道打开了局面。”

作为新势力阵营中产品线最丰富的“老大哥”,2023年对于蔚来汽车而言,难言轻松。数据显示,2023年蔚来汽车共交付新车16万辆,同比增长30.7%。蔚来汽车未达成CEO李斌设定的24.5万辆的年度销量目标,仅完成全年目标的65.3%。

交付量紧随其后的是成立8年的零跑汽车。2023年,零跑汽车累计交付14.4万辆,同比增长29%。作为“蔚小理”中的一员,小鹏汽车在2023年的交付量与零跑汽车相差无几,为14.2万辆,同比增长17%。

哪吒汽车是2023年度造车新势力中罕见出现下滑的车企。2022年,哪吒汽车凭借15.21万辆的销量成绩拿下2022年造车新势力冠军,然而在2023年,哪吒汽车

## 淘汰赛将持续

进入1月,2024年汽车产业大幕已经拉开,业内普遍认为2024年汽车行业将继续处于激烈竞争和严重内卷中。

近日,中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟在接受记者采访时谈到,新能源汽车行业只会越跑越快,它不会给任何企业停下来、慢下来、喘口气的机会。“从竞争环境来看,汽车行业特别是新能源汽车行业,2024年、2025年发展环境将呈现更加内卷的特征。”

连绵不断的“价格战”使得车企盈利难上加难。2023年,新势力车企中能够实现盈利的企业屈指可数,即便是在新势力车企第一梯队中也只有理想汽车实现连续盈利。

2023年11月,理想汽车披露2023年第三季度财报,报告期内,理想汽车取得营收346.8亿元,同比增长271.2%。同期,理想汽车分别取得经营利润和净利润23.4亿元和28.1亿元。而2022年同期,理想汽车分别亏损21.3亿元和16.5亿元。这是理想汽车连续第四个季度盈利。

记者梳理各大车企的财报发现,2023年第三季度,理想汽车的整体毛利率为22%,蔚来汽车的毛利率为8%,零跑汽车的毛利率为1.2%,小鹏汽车的毛利率为-2.7%。

一般而言,车企的盈利能力主要受销量规模、市场竞争、成本控

制和营销策略等多重因素影响。多位受访人士告诉记者,现阶段摆在新势力车企面前的第一要务是加快业务扩张,提升规模,尽快实现盈利。

诚然,要想赢得参与决赛的资格,车企就必须追求扩大规模和盈利这两个目标。记者了解到,现阶段新势力车企正在围绕这两个目标进行布局。譬如,为降低企业经营成本,蔚来汽车一方面采取了裁员的举措,另一方面推迟了动力电池量产的时间,因为评估之后发现无法在三年内带来毛利率改善。

“未来两年将是汽车行业变革期竞争最激烈的阶段,外部环境充满不确定性。”2023年11月,李斌在发布的全员信中称,要想赢得参与决赛的资格,必须进一步提高执行效率,确保关键业务有足够的资源投入,同时抓住组织优化、降本增效的机会。

在张翔看来,中国新势力车企之间的竞争日趋白热化,目前汽车行业的平均产能利用率不足50%,新能源汽车的产能利用率大概只有13%,这使得行业内卷严重,处于大浪淘沙关键期。对于置身其中的车企而言,要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟,最为关键的是要进行创新,开发出“人无我有”、解决市场痛点的核心技术。张翔认为,面对国内市场严重内卷的市场环境,新势力车企应加速“走出去”的步伐,以消耗国内过剩的产能。