

极氪刷新造车新势力最快IPO纪录 “大吉利”资本版图再扩容

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

随着极氪的上市，“大吉利”的资本版图正加速扩容。

《中国经营报》记者从造车新势力极氪方面获悉，其已于5月10日正式在美国纽交所挂牌上市，股票代码为“ZK”。作为吉利控股集团（以下简称“吉利”）旗下豪华智能纯电品牌，极氪从2021年4月15

资本版图再扩容

“大吉利”资本版图仍在扩容中。

在2021—2023年，在新能源车企面临价格战、贵电缺芯、补贴退坡等多重因素冲击的压力下，极氪依旧在持续不断刷新纪录、领跑行业。

目前极氪已推出新豪华猎装轿跑全新极氪001及其高性能版纯电猎装超跑极氪001 FR、原生纯电豪华MPV极氪009以及四座超豪华旗舰MPV极氪009光辉等五款全新车型。2024年，极氪还将推出1款全新的中大车型纯电SUV。

截至2024年4月底，极氪累计交付车辆超24万辆，今年1—4月，共交付近5万辆，实现同比翻倍以

“大吉利”体系力协同效应

“大吉利”资本版图的扩容离不开吉利构建的体系力对整个资本版图企业的支持。

以极氪为例，相较于其他造车新势力企业，作为一个后来者，极氪如何做到后来居上的？

这正是得益于背靠吉利的体系力，加之自身的差异化战略路线，极氪才走出了不寻常的新能源车企发展路径。“极氪是建立在整个吉利的大平台、多资源支持和技术沉淀之上，具备做最难的事情的能力。”吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧直言，极氪不是从无到有，极氪是建立在整个“大吉利”的

日发布，到日前成功登陆纽交所，用时仅37个月，刷新了新能源车史上最快上市纪录。

极氪方面表示，这是依托吉利37年发展积累的坚实产业基础和全球优势资源。“在此基础上，极氪快速构建了完整的纯电智能科技生态体系，开拓了纯电发展第三赛道的‘极氪模式’。”

据了解，由于获得超额认购，

上增长，持续稳居20万元以上中国高端纯电品牌销量冠军。

市场规模的扩大显著推动了极氪营收的增长。据招股书数据，2021—2023年，极氪的营收出现大幅增长。2021年极氪营收为65.27亿元，2023年极氪的营收已经增长至516.73亿元，2023年较2021年增长幅度近7倍，较2022年增长62%。

由整车销售、三电业务、研发和其他服务构成的多元化营收结构，也体现了极氪在各业务领域内均衡发展全面的发展态势。毛利率方面，品牌发布第一年2021年，极氪整车毛利率即为正，2023年达到

15%，较2022年4.7%同比提升了10.3个百分点。

突出的核心竞争力也让极氪收获了资本的青睐。据了解，极氪自成立以来就一直备受宁德时代、Intel英特尔等产业资本及知名机构的支持。此次上市，老股东继续坚定认购，充分认可极氪长期价值。

在业内人士看来，此次上市还将极大地提升极氪的品牌知名度和国际形象。“此次IPO有助于极氪在全球市场上建立更加完善的产业布局和商业闭环，进一步提升其市场竞争力。”在盘古智库高级研究员江瀚看来，“赴美上市也是极

氪国际化战略的重要一步，有助于极氪更加深入地了解国际市场的需求和趋势，进一步拓展其国际市场份额。”

除了旗下公司加快上市步伐外，吉利还在全球范围内入股了多家知名汽车企业，加快国际化步伐。

记者注意到，早在2018年，吉利就入股了奔驰母公司戴姆勒，并在后续成为其重要股东。2021年，吉利与沃尔沃共同打造了电动汽车品牌极星，并且登陆纳斯达克上市，同年吉利还推动沃尔沃在瑞典上市。2023年，吉利又入股了超豪华汽车品牌阿斯顿·马丁。

功的法宝。“只有不断引领行业才能保持价格坚挺，极氪保持创新和科技引领，充分发挥吉利的资金、技术、品牌优势，能够在市场中保持有利位置。”

吉利目前也在进一步加强其控股下各个品牌的战略协同工作。“从去年开始吉利加大了战略协同，对各个品牌发展而言，带来了非常积极的作用。”安聪慧表示，目前的制造共享，联合采购，就是协同的主要代表。“吉利的协同也对控股下各个品牌参与市场竞争起到很好的作用。”

显示，价格就不一样，极氪具有成本优势，“这是其他品牌所不具备的。”

借助吉利体系力优势的成果也已显现。“极氪做到了‘3个800’，‘800伏的车，800伏的动力电池，800伏的补能网络’。”安聪慧表示，“极氪目前赢得产品和技术的竞争力，不只是建立在整车方面，还建立在整个产业链的垂直整合能力的形成。”

黄河科技学院客座教授张翔告诉记者，在目前价格战的大背景下，积极创新和产品加速迭代更新是车企成

涨34.57%。以收盘价计算，极氪的市值已经达到69亿美元，折合人民币超过500亿元。

随着极氪的成功上市，“大吉利”的上市公司数量增至9家，但在未来“大吉利”的资本版图还将继续扩容。记者注意到，目前吉利旗下还有多个企业正“备战”IPO，吉利旗下的出行企业曹操出行日前就已向港交所递交。

加速全球化布局

在“大吉利”的加持下，包括极氪在内的相关企业也在加速迈向全球。

“汽车行业必须要国际化、全球化。极氪上市既是一个战略性安排，也是极氪全球化非常重要的一步。”安聪慧在接受记者采访时表示，极氪的产品技术肯定要出海，今年极氪的目标是全年销量23万辆，其中3万辆是海外市场。“目前极氪的产品已经在欧洲的荷兰和瑞典进行销售，在2024年，极氪在欧洲的市场将会新增到8个。除此之外，在今年北京国际车展前，极氪已经和50余个国家签订了销售合同，相信今年年底会有50多个新兴市场，会对公司的销量带来好的影响。”

实际上，极氪的全球化布局也离不开吉利。安聪慧在极氪上市后接受媒体采访时表示，极氪的全球化，实际上是建立在吉利从事汽车将近30年来，长期的坚持、投入积累，“这形成了极氪品牌比较好的条件，也不是极氪3年时间能全部完成的。”

吉利控股集团CEO李东辉日前也表示，极氪定位豪华智能纯电品牌，是吉利电动化、高端化、全球化的重要一环。“极氪IPO是吉利控股集团整体战略规划的一个缩影。吉利以电动化和智能化转型为核心，在新能

源科技、人机交互、智能驾驶、车载芯片、低轨卫星等前沿科技领域进行了战略布局，为子品牌成长提供强大助力。”

为此，极氪在技术研发方面加大了研发投入。相关资料显示，过去3年极氪累计投入研发费用近170亿元。在未来，极氪还将继续加大在研发方面的投入，此次IPO的募集资金中有约45%将用于开发更先进的纯电动汽车技术以及扩大产品组合。

同时，极氪副总裁陈奇此前在接受媒体采访时也表示，极氪的智驾团队在快速增长，“为了给大家推出最好的产品，整个团队的资源在向智驾倾斜，做到以少胜多、以快胜慢。”

中国新能源汽车市场“内卷”严重，极氪正凭借自己的超强产品和技术实力不断突围。记者注意到，当前的中国汽车市场，车企正采取诸如价格战、车企CEO参与直播等方式争夺市场流量。

不过安聪慧此前在接受采访时表示，流量不可能是一个品牌或者一个企业成功的唯一，“作为公司的CEO，时间精力有限，想把更多的时间放到产品、技术、用户上，这更加重要”。

上海储能超级工厂建设获批 特斯拉2024年储能业务增速或超电动车

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

特斯拉2023年年报中表现抢眼的储能业务在华项目迎新进展。

据上海临港片区管委会公众号“上海临港”消息，新能源车企特斯拉在上海的储能超级工厂项目日前获得施工许可。据了解，这是特斯拉超20万平方米项目获批

特斯拉位于上海的储能超级工厂建设项目日前已获批。

上海临港新片区管理委员会发布的《关于特斯拉储能超级工厂项目涉河建设方案审批准予行政许可决定书》（沪自贸临管审〔2024〕351号）显示，该项目位于浦东新区南汇新城，占地面积超过20万平方米，总投资约为14.5亿元。

据相关媒体报道，该项目将生产超大型商用储能电池Megapack帮助电网运营商、公用事业公司等更高效地存储和分配可再生能源。记者注意到，早在2023年4月，特斯拉另觅新增长点

实际上，储能业务近年来已逐渐成为特斯拉的新增长点。

记者了解到，在今年一季度，特斯拉遭遇销量“滑铁卢”的同时，多个重要财务指标也出现下滑。据特斯拉此前公布的销量数据，今年一季度，特斯拉在全球累计交付汽车38.7万辆，同比下滑8.53%，较2023年第四季度环比下降20.2%，这是近4年来特斯拉单季度交付量首次同比下降，也是过去5个季度最差的表现。

另据特斯拉2024年一季度财报数据，特斯拉在今年一季度的营业收入达到213亿美元，较上年同期下降9%，环比下降15%。同时净利润达到11.29亿美元，较上年同期下降55%，环比下降86%；毛利率达到17.4%，较上年同期下降2个百分点，环比下降0.3个百分点。

拉在美国本土以外的首个储能超级工厂项目。

据此前相关媒体报道，上述储能超级工厂项目将于今年5月开工建设，并于2025年第一季度完成量产。目前，特斯拉的能源发电和存储收入已经成为特斯拉财报数据中颇为显眼的部分。

据特斯拉2024年一季度财报，

拉与上海临港新片区就储能超级工厂项目签约，在2023年12月底，双方举行了土地出让签约仪式。

彼时，上海临港片区管委会公众号“上海临港”发文表示，该项目产品供给全球市场。工厂计划于2024年第一季度开工，第四季度投产，初期规划年产商用储能电池1万台，储能规模近40GWh。

“特斯拉储能超级工厂的建设和运营，不仅是对全球生产布局的一次重要优化，更是对可持续能源未来的深远投资，是实现全球向可持续能源转型愿景的

重要步骤。”上海临港片区管委会方面表示。

“世界各地电网的可再生能源应用率正持续增加。特斯拉电网级电池和控制软件可以存储和调度能源，让电网更稳定及可持续。”特斯拉方面表示，通过将硬件、软件、安装和服务集成到一个系统中，有效降低了成本，并可为公用事业机构和开发商提供可靠的能源。

据了解，目前特斯拉的Megapack已经在超过65个国家部署了超过10GWh，并且有超过1500个正在运营中的站点。

未来，储能业务或将成为特斯拉的重点发展方向。记者了解到，早在2015年，特斯拉就正式进入储能领域；2019年，特斯拉发布了第三代储能产品Megapack，能够提供大容量的储能解决方案，为公用事业和商用能源提供能源解决方案。

在2024年一季度报中，特斯拉方面表示，能源生产和存储业务仍然是特斯拉利润率最高的业务，而第二条总装线目前已经投入使用，而特斯拉将继续提升产能，其位于加利福尼亚州拉斯罗普的40GWh超级工厂即将满负荷运转。

特斯拉CEO埃隆·马斯克在此前的财报电话会上也表示，在2024年，特斯拉储能业务的增速会高于电动车业务。

前4月插混车型销量同比增长84.5% 头部车企竞相打响技术“突围战”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“发展插混技术是大势所趋，也是中国汽车引领世界的必由之路。”5月10日，天津大学教授、“中国心”十佳发动机评委副主任姚春德在DMH技术品牌大会上对包括《中国经营报》记者在内的媒体如此表示。

切中用户痛点的插混车型，当下迈入发展快车道。5月11日，中汽协发布的数据显示，今年1—4月份期间，插混车型销量同比增长84.5%，远高于纯电动车型同期12.8%的增速。

销量攀升、竞争激烈，诸多车企竞相打响插混车型技术“突围战”。公开信息显示，比亚迪或在5月推出第五代DMI混动技术，下一代吉利雷神电混平台也将在今年发布，而5月10日，正值第八个中国品牌日，上汽荣威也正式对外发布DMH技术品牌。

“品牌建设是进一步发展好我国智能网联新能源汽车产业的重要支撑。”上汽集团副总裁、总工程师祖杰强调，“DMH超级混动技术的推出是科技上汽、品质上汽、责任上汽的‘超级融合’，也是打响上汽品牌的重要实践。”

“插混技术在中国有强烈的用户需求推动。美国市场习惯大排量发动机，没有研发动力；日本市场认准发展HEV和氢能；欧洲市场由于国家小、城市街道狭窄，用户对续航和补能的痛点不突出，缺少对插混产品的刚需。中国的市场环境和用户需求，为车企发展插混技术提供了天然的‘沃土’。”姚春德表示。

“领先的插混技术，只有中国车企能做好。”在姚春德看来，

更重要的是中国车企在插混技术上的突破不是炫技，而是立足于真实使用场景，集合了传统燃油车和电动车的优点，带给用户实实在在的出行最优解。

上汽集团乘用车公司副总经理，上汽集团创新研究开发总院常务副院长、技术中心常务副主任卢勇也直言：“当下，混动技术百花齐放、产品层出不穷，用户接受度越来越高，有数据预测，到2025年，纯电和插混将出现1:1的局面。插电混动的春天，已经在我们身边。”

事实上，插混车型的“春天”已经来临，中国汽车工业协会数据显示，今年前4月，新能源汽车销量达到294万辆，同比增长32.3%，其中，纯电动车型销量182.4万辆，同比增长12.8%，而插混车型销量为111.5万辆，尽管仍不及纯电动车型，但增速却高达84.5%，保持强劲发展势头。



造车新势力极氪日前成功在纽交所敲钟上市，刷新新能源车企最快IPO纪录。

本报资料室图

加速全球化布局

在“大吉利”的加持下，包括极氪在内的相关企业也在加速迈向全球。

“汽车行业必须要国际化、全球化。极氪上市既是一个战略性安排，也是极氪全球化非常重要的一步。”安聪慧在接受记者采访时表示，极氪的产品技术肯定要出海，今年极氪的目标是全年销量23万辆，其中3万辆是海外市场。“目前极氪的产品已经在欧洲的荷兰和瑞典进行销售，在2024年，极氪在欧洲的市场将会新增到8个。除此之外，在今年北京国际车展前，极氪已经和50余个国家签订了销售合同，相信今年年底会有50多个新兴市场，会对公司的销量带来好的影响。”

实际上，极氪的全球化布局也离不开吉利。安聪慧在极氪上市后接受媒体采访时表示，极氪的全球化，实际上是建立在吉利从事汽车将近30年来，长期的坚持、投入积累，“这形成了极氪品牌比较好的条件，也不是极氪3年时间能全部完成的。”

吉利控股集团CEO李东辉日前也表示，极氪定位豪华智能纯电品牌，是吉利电动化、高端化、全球化的重要一环。“极氪IPO是吉利控股集团整体战略规划的一个缩影。吉利以电动化和智能化转型为核心，在新能

源科技、人机交互、智能驾驶、车载芯片、低轨卫星等前沿科技领域进行了战略布局，为子品牌成长提供强大助力。”

为此，极氪在技术研发方面加大了研发投入。相关资料显示，过去3年极氪累计投入研发费用近170亿元。在未来，极氪还将继续加大在研发方面的投入，此次IPO的募集资金中有约45%将用于开发更先进的纯电动汽车技术以及扩大产品组合。

同时，极氪副总裁陈奇此前在接受媒体采访时也表示，极氪的智驾团队在快速增长，“为了给大家推出最好的产品，整个团队的资源在向智驾倾斜，做到以少胜多、以快胜慢。”

中国新能源汽车市场“内卷”严重，极氪正凭借自己的超强产品和技术实力不断突围。记者注意到，当前的中国汽车市场，车企正采取诸如价格战、车企CEO参与直播等方式争夺市场流量。

不过安聪慧此前在接受采访时表示，流量不可能是一个品牌或者一个企业成功的唯一，“作为公司的CEO，时间精力有限，想把更多的时间放到产品、技术、用户上，这更加重要”。

“DMH超级混动技术品牌的发布，标志着上汽荣威将以更自信的品牌形象、更强劲的新能源竞争力，在同质化严重的新能源市场中打响自主品牌‘国家队’的品质战、价值战，助力中国新能源汽车产业向着高质量、高水平健康发展。未来，依托DMH超级混动技术品牌，荣威还将聚集各方优势资源，加速打造‘插混第一阵营’，为全球用户提供中国品牌的混动新选择。”上汽集团强调。

“不久前，荣威D7 DMH代表自主品牌B级车向2000km极限续航发起挑战，最终克服恶劣天气的影响，完成1962km超长续航，百公里平均油耗2.8L，实现了从技术实力到场景应用的技术价值转换，展现了中国品牌突破日系混动‘续航神话’的实力。”上汽集团介绍。

记者了解到，荣威D5X DMH5月20日正式上市，在上汽乘用车公司首席市场营销官朴春旭看来，对比其他产品，荣威

“荣威D7 DMH代表自主品牌B级车向2000km极限续航发起挑战，最终克服恶劣天气的影响，完成1962km超长续航，百公里平均油耗2.8L，实现了从技术实力到场景应用的技术价值转换，展现了中国品牌突破日系混动‘续航神话’的实力。”上汽集团介绍。

记者了解到，荣威D5X DMH5月20日正式上市，在上汽乘用车公司首席市场营销官朴春旭看来，对比其他产品，荣威