

主流合资品牌2022年集体失速 自主品牌借道新能源汽车实现“超车”

■本报记者 龚梦泽

截至2023年1月9日,《证券日报》记者据已公布数据整理,2022年中国汽车厂商零售销量榜单上,比亚迪以186.85万辆的全年销量有望与一汽-大众竞逐冠军,而吉利汽车则以143.3万辆销量暂居第三。

在过去的2022年,以比亚迪、吉利为首的自主品牌在乘用车市场摆脱了合资品牌的压制,成为国内消费者的首选。

中国汽车工业协会数据显示,2022年11月份,自主品牌市场份额达53.4%,同比增长7.1%,市场竞争力持续增强。其中,自2022年4月份自主品牌市场占有率首次跨过50%后,9月份至11月份,自主品牌市占率连续三个月超过50%。2022年前11个月,自主品牌乘用车共销售1047.9万辆,同比增长24.2%,占乘用车销售总量的49.2%,占有率比2021年同期提升5%。

自主品牌的强势背后,折射出合资品牌的群像——2022年,除斯柯达传出退市消息外,广汽菲克宣布申请破产;标致、雪铁龙将在中国实施“轻资产”战略被质疑退出;英菲尼迪销量持续低迷不复往昔;法系车DS销量跌至冰点;江苏悦达起亚负债率107%资不抵债。经历了一轮洗牌期的合资品牌,有的黯然离场,留下的也难逃销量和份额的双降。

乘联会秘书长崔东树表示,近两年国际车企的新能源转型态度是坚决的,包括迅速放弃插混市场的原有优势,全力推进电动化的产品投放,期待能带来一定的销量份额。“但从实际效果来看,预期份额表现低于预期,这体现了中国自主产业链的综合优势已经建立。”崔东树表示。

自主品牌与头部新势力集体跃进

早在2022年初,受疫情影响,南北大众和上汽通用等主流合资车企产销严重受挫,自主品牌市场份额因此首次跨过50%关口。市场原本认为,自主品牌超越合资是特殊时期的非常态,然而在仅仅5个月后,这却真的成了“新常态”。

2022年9月份,自主品牌市场份额再一次站上50.4%,首次真正意义上占据了国内车市半壁江山;11月份,自主品牌零售销量87万辆,市场份额达到53.4%,继续以碾压合资品牌的势头领跑。

“多年来,国内销量榜单的前三名一直是南北大众和上汽通用的铁三角组合,如今自主品牌有望占据两席。若比亚迪能如愿‘摘冠’,则将实现自主品牌首次年销量超过合资品牌。”中国新能源汽车产业创新联盟理事高云鹏对《证券日报》记者表示,经历过2022年的竞争和洗



礼,中国汽车产业必将拥有更强的活力与生机。

从2022年全年成绩来看,哪吒汽车以15.21万辆问鼎全年“新势力”销冠,第二名和第三名分别为理想、蔚来,销量为13.32万辆和12.25万辆。此外,小鹏汽车和零跑汽车年度累计交付量也超过了10万辆大关,分别为12.08万辆和11.12万辆。而从销量增速来看,极氪、岚图、零跑和哪吒汽车位居榜单前四,2022年交付量较2021年同比增幅分别达到1098%、186%、158%和118%。

2022年也是自主品牌强势出海的一年。《证券日报》记者注意到,2022年8月份,我国首次超越德国成为全球第二大汽车出口国,中国品牌的出海热潮开始辐射到欧洲等发达汽车市场。在2022年的巴黎车展上,比亚迪和长城均携多款车亮相,蔚来也高调宣布进军欧洲四国。此外,2022年已经有5款国产电动车在E-NCAP拿到五星佳绩,“墙内开花墙外香”的自主品牌正凭借“中国智造”加速海外落子。

失意的合资品牌欲借电动化“翻身”

2022年的严峻形势之下,伴随着

自主品牌车企的大踏步前进,合资车企不可避免地遭遇节节后退。

作为中国乘用车市场的“常青树”,德系品牌的代表之一——大众一直都是中国汽车市场的“领头羊”。然而,2022年1月份至11月份,一汽-大众销量同比下降1.4%,上汽大众同比下滑16.5%，“南北大众”双双下跌。

美系品牌跌幅情况更甚。据乘联会统计,2022年11月份上汽通用销量为7.3万辆,同比下滑27%,2022年1月份至11月份,上汽通用销量不足百万辆,同比下降了21.2%;相较之下,日系品牌日子同样不好过,2022年11月的市场份额仅为15.4%。在厂商零售销量排行榜上,日系品牌只有丰田的两家合资公司进入了前15名。其中,仅有广汽丰田11月份销量保持了3.5%的正向微增。

业内普遍认为,扭转自主品牌与合资品牌实力格局的就在于新能源汽车的导入。相比自主品牌积极拥抱电动化,合资品牌普遍转型迟滞,此消彼长中,差距由此产生。

乘联会最新数据显示,2022年11月份乘用车市场零售164.9万辆,同比下降9.2%,零售环比下降10%。另一方面,2022年11月份新

能源乘用车批发销量达到72.8万辆,同比增长70.2%,环比增7.7%,继续高歌猛进。

“在车购税减半政策下,新能源车市场不仅没有受到影响,反而持续环比改善超过预期。”崔东树认为,形成“冰火两重天”走势的原因是新能源产品魅力与消费偏好的结果,也是自主品牌持续提升的结果。“2022年自主车企实现全面跨越式发展,市场表现已超预期。”崔东树说。

展望2023年,合资品牌“翻身”的关键依旧是在新能源车领域。2023年1月份,大众ID.7轿车在2023美国CES展上正式亮相,这款被外界看作对标特斯拉Model 3的全新一代车型,未来将在包括中国在内的三大市场推出,南北大众两家合资企业会推出各自的版本。

上汽通用方面,2023年将有四款奥特能平台车型与消费者见面,未来5年将推出10款以上国产奥特能平台车型。此外,北京现代也于2022年11月份启动了“2025向新计划”,即到2025年全部实现燃油车混动化。同时北京现代还将于2023年推出专属EV车型,未来2年至3年内引入4款至5款纯电车型。

正极加工费、负极和电解液等核心材料价格下行趋势明确,意味着未来行业成本将显著下降,企业盈利边际改善,价格上有更大自主空间,有望刺激新能源车需求恢复,储能需求或将进一步爆发,锂电板块的中长期成长性较高。

江瀚认为,成本的降低会增强新能源汽车企业和动力电池企业的自身竞争力,中下游更多的产业机会开始显现,有助于整个行业更好的发展。

北京特亿阳光新能源科技有限公司总裁祁海坤同意这一判断。他认为,碳酸锂价格下跌对于新能源汽车行业的整体健康和可持续性发展是有利的。“锂价适当的下跌有利于新兴电力系统的构建,有利于储能项目市场需求的激发。”

对价格走势判断不一

曲音飞认为,2023年碳酸锂价格主要趋势仍以看跌为主,但中间不排除有回调机会。陈勇则表示,在下游需求的支撑下,碳酸锂价格下跌幅度有限。

9家公司去年生猪销售突破百万头 规模养殖增加行业集中度提升

■本报记者 桂小笋

1月9日晚间,天康生物、金新农、正邦科技等公司发布了2022年12月份的销售数据,至此共有12家养殖公司发布了2022年全年的销售简报,其中9家公司去年的生猪销售量突破了百万头。

“国内2021年排名前十的规模养殖企业出栏量在市场上的占比由2016年的4.94%提升至17.02%,排名前二十的规模养殖企业出栏量在市场中占比约为21.41%。2022年,规模养殖集团占比继续增加,行业集中度进一步提升。”卓创资讯生猪分析师马丽媛告诉《证券日报》记者。

针对规模养殖,布瑞克农产品集购网研究总监林国发对《证券日报》记者表示,相对于中小型养殖主体,大型养殖企业生猪常态化出栏,猪价波动对其生产经营影响较小。大型养殖企业更关注年度均价,只要年度均价高于成本,企业即可获得正向养殖利润。

年末出栏速度加快

天康生物的公告显示,2022年,公司累计销售生猪202.72万头,较2021年同期增长26.44%;累计销售收入36.9亿元,较2021年同期增长22.75%;金新农的公告则提及,2022年公司累计销售生猪125.64万头,累计销售收入181859.15万元,分别比2021年同期增长17.55%、减少10.71%。

对于去年的生猪销售成绩,相关公司在公告中解释,主要取决于“去年产能释放、生猪销量上升以及生猪价格大幅上涨”。

卓创资讯在最新的研报中提及,2022年四季度养殖场出栏量持续提

升。“去年10月中下旬以来,猪价快速回落,养殖单位出栏速度加快,尤其是2022年12月份,部分养殖企业冲刺年度销售计划,减量增量,出栏量加大,养殖企业出栏计划完成率多数超过100%。”

未来生猪供应充足

卓创资讯研报称,2023年1月份,国内生猪市场处于供需双增局面,但需求增幅不及供应增幅,因此生猪均价或低于去年12月份。

马丽媛对记者表示,影响2023年生猪价格的因素主要还在于供需。从目前了解到的生猪供应情况来看,至2022年11月末,能繁母猪存栏量为4388万头,相当于正常保有量的107%,且规模养殖集团仍在积极扩张,生猪供应相对充裕。需求方面,终端需求较2022年或有提升,但幅度有限。“总体来看,2023年生猪价格或处于偏低水平,养殖端盈利水平或不高。”马丽媛说。

林国发认为,影响中短期猪价的因素发生巨大变化,市场氛围对养殖户出栏心态加重,涨价惜售、叠加抛售情况更为显著,加重市场波动,同时过度压栏和小标猪的出栏甚至母猪提前淘汰,也降低行业生产效能,加重产能波动进而加重市场价格波动。

“未来猪价仍存在较多不确定性。”林国发说,“首先,天气和养殖户主观管理意愿对仔猪存活率影响极大,特别在2022年12月份猪价下跌且价格偏低情况下,更容易导致仔猪存活率偏低;其次,2023年二季度各猪行业大概率基本恢复,在此大背景下,2023年二季度和三季度的猪价仍值得期待。”

聚焦·光伏电池加速迭代

光伏产能扩张凶猛 资本涌入致过剩风险陡增

■本报记者 李勇
见习记者 刘钊

旺盛的市场需求让光伏成为近年来增长最为显著的产业之一。一段时期以来,光伏制造各环节产能均保持高速增长,特别是光伏电池,扩产迅速。多位业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示,随着全球碳中和趋势加速,不仅传统企业大幅扩产,跨界资本也大量涌入光伏行业。然而,在争先恐后的产能扩张推动下,制造端和产品端正趋于同质化,这也预示着光伏行业竞争将愈发激烈,未来机遇与挑战并存。

电池等产能快速扩张

光伏发电在全球节能减碳的广泛共识下快速发展。中国光伏行业协会数据信息显示,2021年初至2022年11月份,我国光伏规划扩产项目超480个。根据2022年12月30日召开的2023年全国能源工作会议确立的目标,2023年我国风电装机规模将达4.3亿千瓦左右,太阳能发电装机规模将达4.9亿千瓦左右,2023年两者新增装机合计将达1.6亿千瓦。

“双碳”背景下,光伏等非化石能源消费比重不断提升,叠加技术革新带来的成本下行,光伏发电经济效益不断提升,装机需求高增长的确定性较强。”有光伏业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示,受此影响,投资光伏电池及组件的前景及收益较好,同时,行业产能更新换代需求,也给新晋投资者提供了机会。

《证券日报》记者据公开信息梳理,近1个月来,又有多家上市公司公布了新的投资和扩产计划。2023年1月9日,仕净科技发布公告称,拟在安徽宁国投资最高不超过112亿元建设年产24GW高效N型单晶TOPCon太阳能电池项目。原来主营通信设备制造业的奥维通信在2023年1月2日也发布公告,称公司拟与焯熠(上海)能源科技有限公司组建合资公司,投资建设5GW高效HJT太阳能电池及组件项目,以形成人工和光伏双主业并进的格局。

2022年12月26日,海泰新能发布公告,拟向全资子公司唐山兴泰光伏设备制造有限公司增资1.9亿元,用于建设2GW光伏组件生产项目。公开信息显示,截至目前,新型高效电池路线TOPCon产能已落地

67GW,规划待建产能409GW;而另一新型高效电池路线HJT已落地产能10GW,规划待建产能180GW。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤在接受《证券日报》记者采访时表示,“双碳目标下的光伏产业景气度持续攀升,各大光伏企业也纷纷加码扩产产能,而且跨界的投资力度也很大。而通过技术、工艺、设备升级以持续提高光伏系统转换效率、降低度电成本,本身也是光伏行业自身发展的客观需要。”

多环节价格下跌

在光伏电池投资热情高涨之际,光伏产业链多环节价格却在2022年底悄然降温,其中也包括电池价格,有分析认为,组件价格将持续下降。

“光伏行业各环节的产品价格出现下跌,主要是由于产能过剩。但随着光伏行业的垂直一体化发展趋势,各环节产能的更新换代以及自我调整,会促使其不断适配。”隆众资讯光伏行业分析师杨雯婷在接受《证券日报》记者采访时表示,目前光伏电池片的价格已处于低位,继续下降空间有限。

“光伏行业历史上也曾有过巨幅波动,资本看好机遇,积极涌入的同时,也应留意投资风险。”前述业内人士表示,如近两年行业持续的巨额投资扩产,未来几年随着产能的集中释放,行业竞争无疑将进一步加剧,产能过剩的风险值得关注。不过,业内人士对于2023年的光伏行业表现仍然看好,而2024年是否会出现阶段性产能过剩尚有待确认。

此外,光伏行业快速更新迭代影响,各企业所选择的技术路线不尽相同。而如果对行业发展趋势的判断出现偏差,则可能面对新品研发不及预期、巨额投资的生产线落后主流工艺等风险。该业内人士还认为,光伏是一个拥有一定门槛的技术密集型行业,如果没有人员、技术、市场、资源等方面的充分准备,贸然跨界投资风险很大。

“光伏行业的技术壁垒较高,并不容易突破,一是上游的硅料环节,二是电池片环节。”杨雯婷同样认为,当前国家正在加大对于光伏电池行业的扶持力度,整个光伏行业的发展也呈现出一体化趋势。在大量资本涌入光伏领域的同时,也应当考虑到人才储备和技术水平等因素,以免出现短期或将拉抬公司股价,长期并不利于公司战略发展的局面。

碳酸锂价格跌破50万元大关 促进动力电池、储能等生产成本降低

■本报记者 李春莲
见习记者 彭衍松

1月9日,电池级碳酸锂价格跌破50万元大关,较11月上旬的最高点跌去了约22.83%。

据上海钢联发布的数据显示,1月9日部分锂电材料报价下跌,电池级碳酸锂下跌1万元/吨,均价报49.25万元/吨,工业级碳酸锂下跌1万元/吨,均价报46万元/吨;氢氧化锂下跌7500元/吨至9000元/吨。

业内人士认为,未来碳酸锂供需格局或仍处于紧平衡状态,碳酸锂价格下调还未结束,2023年碳酸锂价格将回到更合理区间,这为产业链下游带来巨大的成长空间,储能、整车厂、新能源车等行业有望加速发展,产业格局将更加健康。

价格下跌激发需求

事实上,从2022年11月下旬开始,碳酸锂价格就开始呈连续下跌趋势。“碳酸锂价格多日下跌主要是受到新能源汽车补贴退坡等需求面因素的

影响,反映市场短期对终端需求减弱的担忧。”川财证券首席经济学家陈雳在接受《证券日报》记者采访时表示。

上海钢联新能源事业部锂电分析师曲音飞对《证券日报》表示,“终端减产导致场内情绪发生转变,贸易商清仓低价出货,需求回落也致使企业厂对厂交易博弈明显,下游高价采购情绪低落,场内交易冷清,冶炼厂出货价格同步下调,加之下游中小企业也存在抛货行为,场内现货资源增多,供需差拉大导致价格持续走低。”

具体从新能源汽车产业的角度来看,碳酸锂价格的回调和供给需求的调整密不可分。盘古智库高级研究员江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示,“目前的市场需求没有预期那么好,新能源汽车补贴的结束将对2023年一季度的整体需求有一定的削弱作用,这使得下游的车企和动力电池厂商在原材料采购上更加谨慎,从而导致市场的回调。”

不过,随着碳酸锂价格的下降,新能源汽车产业链中下游的成本不断降低,有望迎来机遇。

陈雳分析,碳酸锂价格下跌,叠加