

巨头加持、技术标准有望统一 新能源汽车“换电”发展提速

■本报记者 李春蓬
■见习记者 丁 蓉

在新能源汽车补能领域,换电模式一直备受争议。但经过多年发展,换电产业逐步趋向成熟。近日,宁德时代加码布局换电赛道的消息,公司推出自研重卡底盘换电解决方案,换电一次仅需几分钟,比加满一箱油还快。此外,蔚来将今年全年建设400座换电站的目标上调为1000座。

各方观点不一

“我下班必经之路正好有一个换电站,因此买车一年多一直采用换电模式,节省了一大笔开支。换电的优点非常明显,比如只需要三五分钟,非常省时,而目前市场上的快充一般也要40分钟。当然,换电也有缺点,比如在换电站较少的城市会感到非常不便。”深圳一名长期采用换电模式的新能源车主李先生向《证券日报》记者表示。

目前各车企对于换电模式的观点不一。“我认为换电的体验比充电好太多。”押注换电的蔚来创始人李斌曾表示。

广汽集团总经理冯兴亚认为:

“换电模式具备非常明显的优势,但目前我国换电模式仍处于起步阶段,规划布局整体落后,换电车型研发投入较少,换电站建设成本高,电池标准规格不一,资源共享缺乏基础等问题尚待解决。”

“除了换电站的投入过大以外,对于电池来说,长期换电后,电池的接口等就会出现零部件的磨损,可能造成安全问题。”比亚迪董事长王传福曾公开表示。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向《证券日报》记者表示:“目前来看,换电模式多用于公交、物流等车辆,这些车辆通常有固定的路线,且出行周期稳定,更容易实施换电。对于私家车而言,换电模式仍然有效,但面临更多挑战。一个挑战是需要提供足够数量和分布广泛的换电站点,以便私家车在需要时能够方便地进行电池更换;另一个挑战是需要对不同类型和品牌的私家车电池进行标准化管理。”

换电标准有望统一

令业内振奋的是,换电电池的标准有望得到统一。近日,工业和信息化部副部长辛国斌在2023世界动力电池大会上表示,要研究编制换电技术标准体系,推动换电电池尺寸、换电接口、通讯协议等标准统一。这对于换电产业乃至整个新能源汽车产业具有重要意义。

北京社科院研究员王鹏在接



受《证券日报》记者采访时表示:“从宏观层面来看,新能源汽车换电模式在减少补能时间的同时,有利于对电池进行专业保养,延长电池使用寿命,降低综合成本,减少安全风险,提升环保效能。”

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长、黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示:“电池包作为新能源汽车最核心的部件,约占

整车成本的40%,也是各家车企进行技术研发、创新升级的重点。政府、车企和电池企业等主体需要形成合力,推动标准统一和产业发展。标准化之后,电池包的成本有望降低。”

对于推出换电,宁德时代方面介绍,结合车电分离的商业模式,按照单车年行驶20万公里计算,总使用成本每年可节约3万元至6万元。另一方面,拥有国内规

模最大的换电网络的蔚来汽车,截至今年5月末已经在全国布局换电站1400余座。

盘古智库高级研究员江瀚向《证券日报》记者表示:“换电产业参与各方还需要加强技术合作和资源共享,共同推进技术升级和产品优化。相信在新能源汽车市场快速发展的背景下,换电模式的市场需求将进一步扩容,未来市场空间巨大。”

王琳/制图

汽车出海 电池先行 中国新能源汽车产业链加速全球开拓

■本报记者 龚梦泽

2023年新能源乘用车市场整体呈现出增速逐步放缓、出口增长较强的态势。无论是整车厂还是锂电厂商,都在想方设法应对新能源汽车市场复杂多变的产销趋势。除了在国内积极抢占市场份额外,“出海”成为业界各家企业的“必选项”。

截至6月15日,在欧盟已公布的50个锂电池工厂项目中,中国锂电池企业占比过半。在海外产能方面,我国已在海外建厂的有25个项目,产能规划超过500GWh。

据《证券日报》记者观察,2023年以来,包括远景动力、厦钨新能、亿纬锂能、璞泰来、欣旺达、龙蟠科技等中国锂电企业纷纷宣布在欧洲、东南亚设立子公司及布局产能,欲通过本地化生产更贴近客户并把握产业快速发展机遇。

“国内动力电池企业已经进入高度内卷状态,而海外还是一片蓝海,所以我们到海外去,以技术换市场。”瑞浦兰钧能源股份有限公司营销副总裁张小聪认为,现在中国的动力电池就像30年前的大众、通用等国际大厂一样,正凭借领先的技术打入其他国家市场。

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,欧洲禁售燃油车的时间表是最激进的,欧盟提出的目标是2035

年,英国和挪威提出的目标则分别是2030年和2025年。考虑到欧洲汽车的普及率,如果禁燃提上日程,那么其巨大的需求缺口必然将转换为国内新能源汽车产业链上下游企业的巨大发展机遇。

欧洲和东南亚成首选

乘联会数据显示,5月份新能源乘用车出口达9.2万辆,同比增长135.7%,环比增长1.2%。

中国电动汽车出口飞速增长,成为中国动力电池出海的新动力。动力电池企业的海外长期布局,也正成为中国车企出海的底气。

日益激烈的国内市场竞争促使中国电动车企加速出海,其中欧洲和东南亚成为不少车企的首选市场。以东南亚市场为例,无论是其低至1%的电动汽车渗透率,还是近7亿的人口规模,无不使之极具“吸引力”。

在瞄准北美,布局德国和匈牙利后,全球电池之王宁德时代直接落户东南亚。今年6月8日,宁德时代与泰国 Arun Plus 达成 CTP 合作协议,前者将向后者提供、分享 CTP 电池包生产线及技术,此次合作是宁德时代完善全球布局的重要一步。

无独有偶,与宝马汽车有着合作关系,亿纬锂能也试图挺进东南亚市场。据悉,亿纬锂能全资孙

公司亿纬马来与 PKL 公司签订谅解备忘录,拟向后者购买目标土地,在马来西亚建立锂电池制造厂;其全资子公司亿纬匈牙利与匈牙利政府签署政府旗下公司签订购地协议,拟购买于德布勒森西北工业区的土地,用于生产圆柱形动力电池。

“建设亿纬锂能马来西亚工厂,将进一步扩大产品生产供给能力,顺应行业发展趋势,对进一步推进国际化十分关键。”亿纬锂能董事长刘金成表示,未来,我们会在欧洲为宝马建立新的工厂,目标成为欧洲主机厂的主要电池供应商之一。

因收购日集团旗下的 AESC 日益壮大,在海外有大量布局的远景动力,日前在法国杜埃附近新建锂电池工厂,将从2025年初开始向法国汽车制造商雷诺汽车公司供货。与此同时,厦钨新能也计划与法国欧安诺公司在法国北部城市敦克尔克成立合资企业,计划投资额约15亿欧元(约合113亿元人民币)。

此外,璞泰来拟在瑞典松滋瓦建设10万吨锂离子负极材料一体化生产研发基地;欣旺达在越南设立子公司,生产加工用于手机、笔记本电脑等的锂电池;龙蟠科技拟通过下属公司在印尼开发建设新能源汽车动力与储能电池正极材料规模化生产项目。

“到2025年,海外市场大约还有400GWh的产能缺口。”远景动力执行董事、中国区总裁赵卫军表示,汽车行业的产能本地化属性决定了,谁能满足它,谁能走出去,谁就获得了先机。

国际话语权增强

我国锂电企业在全球新能源产业的供应话语权不断增强,充分地体现在了产业投资和市场占有率上。据《证券日报》记者不完全统计,从2022年至今,50多家国内锂电企业对外公布的亿元以上的投资项目超过了125个,总投资预算超过1.4万亿元,产能规划超过了2500GWh。

市场份额方面,2022年全球排名前10的动力电池企业中,中国企业占据6席。最新数据显示,今年前4个月,宁德时代、比亚迪分别以35.9%、16.1%的市场份额揽获冠军,中创新航、国轩高科、亿纬锂能、欣旺达则分别位居第6位、第8位、第9位和第10位。

对此,国家智能制造专家委员会主任苏波认为,“巩固提升我国新能源汽车及动力电池产业的国际领先地位,需要不断完善市场环境,减少盲目投资上新项目以及恶性竞争的、过度的竞争,形成产能过剩、资源浪费。”

除了暗藏产能过剩风险外,

《通胀削减法案》《加拿大投资法》《欧洲关键原材料法》与《欧盟电池与废旧电池法规》等欧美政策,也对我国动力电池企业开拓海外市场带来了不利影响。

例如,《欧盟电池与废旧电池法规》明确要求,2027年后电池碳足迹如果不能满足阈值要求,新能源汽车就不能在欧盟销售。而美国《通胀削减法案》要求电动汽车一定比例的电池关键材料需在美国或与美国签订自由贸易协定的国家开采或加工。

在高云鹏看来,动力电池碳足迹管理将成为中国动力电池企业提升全球竞争力的关键因素。加快构建动力电池碳足迹标准体系,并与国际社会提前对接,实现互认,才是当务之急。同时,还需要全方位构建符合法案要求,且具备竞争力的关键上游原材料供应体系,扶持本地化供应链,与本土企业形成正面竞争。

此外,出海的汽车零部件企业,还是要跟随车企未来的市场布局方向。“目前大多车企均计划在未来3年至5年重点布局德国、法国等欧洲主力市场和部分北美市场。”高云鹏认为,上述提到的国家和地区,产业需求、市场需求包括关税更加友好,零部件尤其是锂电企业,应紧跟整车布局海外,为我国汽车企业的全球化发挥应有的作用。

昨日120只机器人概念股收涨

从工具到伙伴

“具身智能”离我们有多远?

■本报记者 李雯珊

6月15日,机器人板块在二级市场表现活跃,机器人概念指数上涨2.16%,逾120只相关个股飘红上涨。

业界认为,因锂电、光伏等下游行业迅速发展带来大量自动化需求,机器人逐渐从“工具”进化成为“亲密伙伴”;同时随着AI技术的不断成熟、人形机器人研发的突破、人工智能等技术进步,机器人相关产业正蓬勃发展。

“机器人发展经历了实验室技术积累阶段,工业机器人先行,目前正逐步走向具身智能(指一种具备自主决策和行动能力的机器智能)的人形机器人时代。伴随机器人降本,智能化水平大幅提升,机器人实用性和性价比显著提高,逐步进入商业化阶段并融入各类场景。”高工机器人产业研究所所长卢瀚宸在接受《证券日报》记者采访时表示。

需求驱动发展

中银证券表示,特斯拉人形机器人以及AI大模型的快速发展,展现出了人形机器人产业化的可能性和潜力。根据高盛的《人形机器人投资案例》研究报告,人形机器人市场规模有望在2035年超过1500亿美元。

实质上,人形机器人相较工业机器人结构更为复杂,目前人形机器人成本约为10万美元左右,未来产量增加及工艺改善将降低成本。

优必选副总裁付春江认为,2025年左右,人形机器人成本可以降到5万美元左右。根据特斯拉创始人马斯克预测,如果机器人销量达到目前特斯拉汽车销量水平,成本有望能控制在2万美元。

东吴证券分析师曾朵红向记者表示,人形机器人是服务机器人的最高级形态,需要更高的交互、感知、控制能力;而场景的精准定位则是商用化的前提,在场景顺序上,预计短期应用于个人/家庭场景,中期有望进入商业服务场景和非结构化及轻量化工业场景,长期待交互技术进一步突破有望满足情感、陪伴等需求。

“人形机器人市场是具有很大潜力的新兴市场,其应用范围非常广泛,未来的市场前景广阔。目前,人形机器人主要应用于教育、医疗、娱乐、服务机器人等领域,各上市公司纷纷布局人形机器人领域。”科方得投资执行总裁张晓兵向《证券日报》记者表示。

上市公司积极布局

卢瀚宸认为,人形机器人产业链,实际与工业机器人存在较多的上游通用部件,但人形机器人比工业机器人需要更多的自由度,其各个关节的控制要求将带来电机、减速器等零部件的广阔需求。据悉,从产业链角度看,伺服电机、减速器是人形机器人的三大核心零部件,成本占比超70%。

处于机器视觉产业的奥比中光日前在互动易上对外表示:“人形机器人可以使用到公司的产品和技术,如单目、双目结构光、Lidar等。公司3D视觉感知技术是为人工智能提供三维视觉能力的关键共性技术,也是科技创新领域的前沿技术之一。”

控制系统龙头企业雷赛智能近期在接受投资者调研时认为,机器人业务很广阔,在老龄化趋势下未来机器人业务是个比较好的发展方向,其中细分领域技术方案存在差异,但本质及工艺逻辑是一样的。

鸣志电器在其业绩说明会上表示,公司在人形机器人应用领域专注于手掌模组及指模所用的控制电机模组的研发和制造。基于公司具备了该类控制电机模组的核心研发与制造技术,因此公司获得了该领域头部企业的关注以及合作意向。公司目前已经向该领域头部客户提交了全套技术方案及样机,供客户作可靠性及实际应用的测试验证。

深交所2023年端午节休市公告 关于2023年端午节休市安排的通知

各市场参与者:

根据《关于2023年部分节假日休市安排的通知》(深证发〔2022〕448号),现将2023年端午节休市有关安排通知如下。

一、休市安排

6月22日(星期四)至6月24日(星期六)休市,6月26日(星期一)起照常开市。6月25日(星期日)为周末休市。

二、清算交收

节假日期间清算交收事宜,按照中国证券登记结算有限责任公司的有关安排进行。

请各市场参与者据此安排好有关工作。

深圳证券交易所
2023年6月15日

上交所2023年端午节休市公告 关于2023年端午节休市安排的公告

根据《关于上海证券交易所2023年全年休市安排的通知》(上证公告〔2022〕51号),上海证券交易所现将2023年端午节休市安排通知如下。

一、休市安排:6月22日(星期四)至6月24日(星期六)休市,6月26日(星期一)起照常开市。另外,6月25日(星期日)为周末休市。

二、有关清算事宜将根据中国证券登记结算有限责任公司的安排进行。

请各市场参与者据此安排好有关工作。

上海证券交易所
2023年6月15日

本版主编于南 责编刘慧 制作张玉萍
E-mail:znmz@zqrb.net 电话 010-83251785

山西汾酒再创分红新高 派现总额占去年净利润50%

■本报记者 冯雨璠

6月14日晚间,山西汾酒抛出史上最高分红,而其“分掉去年一半净利润”的消息更是引发了市场关注。不过,高分红可谓白酒行业常态,历史上,不仅是山西汾酒,还包括贵州茅台、五粮液、洋河股份等白酒巨头都曾“豪气”分红。

在广大投资者看来,上市酒企分红还可以再激进一些。在近期部分上市酒企股东大会上,有投资者不约而同地建言“进一步提高分红”。

头部酒企分红力度不减

根据山西汾酒披露的《2022年

年度权益分派实施公告》,其将在6月26日合计派发现金红利约40.5亿元。财报显示,2022年,山西汾酒净利润为80.96亿元。据此计算,公司分红占净利润比例达到了50%。

数据显示,自1994年上市以来,山西汾酒累计分红24次,共计分红约116亿元,而2022年的分红金额已占到累计分红金额的三分之一。

上市酒企高分红并不罕见。以头部企业为例,据贵州茅台公告,2022年年度预计分红金额合计为325.49亿元,占净利润比例为51.90%。自2001年上市以来,贵州茅台累计分红达1761亿元;而

五粮液2022年年度拟向全体股东每10股派37.82元(含税),现金分红总额为146.80亿元,分红占当期净利润的比例为55%,亦再创新高。

洋河股份实施分红同样堪称“大手笔”。数据显示,公司2022年年度权益分派方案为向全体股东每10股派37.4元(含税),现金分红金额合计为56.34亿元,分红占当期净利润比例为60.08%。

对于酒企的高分红,广科管理咨询首席策略师沈萌对《证券日报》记者表示:“白酒上市公司,特别是具有品牌价值的头部企业,收益稳定、利润率高,每年都有大额现金净流入,同时大型资本支出或

投资项目有限,所以积累了大量未分配利润。作为成熟行业,白酒行业更高比例分红是对投资者更好的回报。”

投资者建言“再多分一点”

参加茅台股东大会的前海开源基金首席经济学家杨德龙告诉《证券日报》记者:“投资者越来越看重企业的分红比率,如果企业能够提高分红比率提高到80%以上,或将进一步提升投资价值。”

“对于消费企业来说,它不需要大量的研发投入,每年就能产生大量的现金流入,如果公司账上有很多现金,实际上会大幅度

降低公司的净资产回报率。如果将现金分掉,仅保留运营需要的现金,会提高投资者的获得感。”杨德龙表示。

对于“进一步提高分红”的呼声,五粮液方面曾表示:“公司要把酒做好让消费者得实惠,分红让投资者得实惠,渠道利润增厚让经销商得实惠。”

而贵州茅台总经理李静仁则在股东大会上表示,今年分红比例虽然没有提高,但分红总额增长了50多亿元,未来提高分红主要还是要靠做大市场。

他认为,当前贵州茅台的分红比例达到了51.9%,已处于最佳平衡状态。