

# 造车新势力9月份交付量“涨”声一片 多重因素助力新能源汽车销售

■本报记者 龚梦泽

截至10月8日,国内造车新势力相继交出了2023年“金九银十”的首张答卷。据记者统计,9月份共有5家造车新势力交付量迈过万辆门槛。其中,理想汽车继续蝉联冠军,连续4个月突破3万辆;零跑汽车、蔚来汽车和小鹏汽车分列第二至第四,3家9月份交付量均超过15000辆;同时,哪吒汽车9月份全系统交付量也达到了1.32万辆。而在5家造车新势力之外,车企9月份交付量呈现普遍增长,多家创出历史新高。

乘联会表示,“金九银十”为传统车市旺季,各地新一轮地方补贴与厂商三季度末冲量协同发力,叠加中秋、国庆超长假期节日效应,使得9月份车市热度呈现爆发态势。

## 多家新势力交付量创新高

具体来看,9月份,理想汽车以

明显优势稳居冠军宝座,共计交付新车3.6万辆,同比增长212.7%,再次创出单月交付量新高。截至2023年9月30日,理想汽车三季度累计交付量为10.51万辆,超额完成预期量,全年累计交付量已经达到24.42万辆。

零跑汽车表现突出,摘得月交付亚军,9月份交付1.58万辆,创下单月历史新高,三季度累计交付4.43余万辆,环比增长30%。作为曾经的新势力腰部车企,零跑汽车持续贯彻“以价换量”的市场战略。今年3月份和8月份,零跑汽车先后宣布大幅官降,降价之后销量回升明显。

零跑汽车高级副总裁、董事会秘书敬华对《证券日报》记者表示,高配车的调价主要是为了进一步改善产品结构,增加销量,其调价不会影响后续毛利的改善。“市场竞争仍会持续,零跑汽车已经做好了充分准备,同时有进一步的降价空间。”

蔚来汽车紧随其后,9月份交付

1.56万辆,同比增长43.8%;三季度交付5.54万辆,同比增长75.4%。今年前9个月,蔚来共交付新车11万辆,品牌累计交付量已达到39.95万辆。

蔚来创始人、董事长、CEO李斌对记者表示:“今年还有不到三个月时间,时间紧迫。目前按订单生产,供不应求,蔚来一方面加班加点;另一方面要尽快扩大产能,满足用户的期待。”

今年以来交付表现持续落得下风的小鹏汽车9月份迎来阶段性回暖。数据显示,9月份小鹏汽车实现交付1.53万辆,环比增长12%,同比增长81%,创下今年单月交付的最高纪录。

哪吒汽车9月份全系统交付1.32万辆。《证券日报》记者观察到,目前哪吒汽车还在依靠低价打法,被寄予厚望冲击高端市场的哪吒S没有接过销量大旗,市场反响平平,月交付量维持在2000辆左右,同时定位纯电轿跑的哪吒GT也未成爆款。

综合来看,尽管造车新势力捷报频传,但个别车企隐忧若现,如蔚来汽车月销量已连续两个月环比下跌;哪吒汽车交付表现同样不如人意,与去年同期相比,其已连续第4个月出现同比下滑,连续3个月排名靠后。

## 新能源汽车销量有望继续走高

传统车企孵化的新能源品牌也延续了8月份的良好势头。数据显示,9月份,埃安、深蓝、岚图和阿维塔创出单月销量历史新高。其中,埃安凭借Aion S和Aion Y两款车,月销量首次突破5万辆。今年前9个月,埃安累计销量35.10万辆,同比增长93%,已完成年度销售目标七成。深蓝汽车9月份交付量达到1.73万辆。岚图和阿维塔分别实现交付5010辆和3083辆。

随着比亚迪、腾势等车企在猎装轿跑这一细分领域发力,极氪汽

车面临的竞争更为激烈。在此背景下,9月份极氪销量环比微跌2%至1.2万辆。极氪方面对此表示,9月份大定订单创下历史新高。

AITO问界虽然未对外公布9月份具体销量,但新款问界M7的上市正成为品牌强有力的销量增长点。AITO问界方面表示,目前市场终端行情旺盛,关注度颇高。

“9月份新能源乘用车零售约75万辆,同比增长22.3%,渗透率达到了37.9%。”乘联会秘书长崔东树认为,继二季度新能源汽车产品集中上市后,成都车展上多品牌携全新新能源产品亮相开启预售,这一波新产品的上市放量会对四季度新能源汽车市场构成有力支撑。

东莞证券研报分析称,支持扩大新能源汽车消费政策持续不断,伴随车市进入需求旺季,车企主力新品陆续放量支撑潜力需求释放,后续新能源汽车销量有望继续走高。

# 问界新M7上市25天大定超5万辆 赛力斯:全力以赴保障新车交付

■本报记者 冯雨瑶

“现在下单的话大概三个月内可以提车。”10月8日,《证券日报》记者就问界新M7咨询AITO问界北京赛力斯直营店,相关工作人员称:“这款新车上市后销量较高,所以后续交付周期要更长一些。”

在刚刚过去的中秋国庆假期,问界新M7一跃成为汽车市场的一匹黑马,大定(一般指预定且不退定金)量屡创新高。据官方数据显示,10月6日问界新M7单日大定突破7000辆,上市25天(9月12日至10月6日)大定超50000辆。

华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案董事长余承东此前透露,对问界新M7重金投入超五个亿进行了焕新升级,融合了华为最领先的创新技术和赛力斯先进的整车智造能力。

深度科技研究院院长张孝荣向《证券日报》记者表示:“由于华为在技术创新和智能化方面的优势,问界新M7在智能驾驶、车联网、人工智能等方面具备更强的竞争力,吸引消费者。”

目前,“造车厂”正全力以赴确保供应跟上脚步。赛力斯相关负责人告诉《证券日报》记者:“为了

尽早将爱车交付用户手中,赛力斯汽车智慧工厂在加速产能提升,严格品控管理,加强供应链保障,全力以赴保障新车的高质量交付。”

“赛力斯汽车智慧工厂拥有众多高智能化设备,融合大数据、AI视觉等先进技术,已实现了关键工序100%智能化。”上述负责人进一步表示:“目前,AITO问界新M7正在进行批量高效稳步的生产,交付也已在多城开启,用户无需为交付忧虑。”

问界新M7上市后的火爆也将“华为汽车产业链”带大众视野,在其上市后的几个交易日,多只华为汽车产业链相关个股一度走强,

不少上市公司更是积极与投资者互动,透露自己与赛力斯的合作情况。

例如,川环科技在投资者互动平台上表示,公司作为赛力斯的核心战略管路系统供应商,独家参与赛力斯问界M5(含EV版)、问界M7的管路系统配套,并积极参与后续相关车型管路系统的同步开发。公司在现有产能的基础上将进一步优化产品排产计划,实行集中化管理、生产和装配,全力保障管路系统如期交付。

“华为对汽车产业链的赋能不言而喻。”中国汽车运输协会新技术促进分会专家委员解文对《证券

日报》记者表示,华为与车厂的合作将推动汽车行业的智能化、网联化发展,加速新能源汽车行业的技术进步和普及,推动汽车产业的数字化转型,并带动相关产业的发展。

值得一提的是,继问界M5、问界M7、问界新M7之后,华为与赛力斯的合作仍在不断深入。据赛力斯上述负责人透露,今年12月份问界M9也将上市,问界N9定位为全景智慧旗舰SUV,搭载华为智能汽车全栈技术解决方案等硬核黑科技,同时拥有全新家族化设计、媲美MPV级别的全尺寸百变空间,将为用户带来更高端的豪华智慧出行体验。

# 伊利受邀出席Growth Asia峰会 解析全生命周期营养健康创新实践



2023新加坡Growth Asia峰会现场

随着大众的营养健康与可持续发展意识不断增强,全球健康食品行业也加快了创新变革步伐,以适应不断变化的消费趋势。2023年9月26日至28日,亚洲地区备受瞩目的行业盛会Growth Asia峰会在新加坡隆重启幕,旨在为健康食品行业的研发专家、市场与趋势专家、顶尖学者以及知名品牌提供交流分享平台,为行业提供全方位的增长机会。伊利大洋洲创新中心菲利普·韦斯科姆博士再次受邀参会,发表题为《乳制品蛋白和益生菌创新:满足全生命周期消费者的营养和健康需求》的主题演讲,深入解析伊利在乳制品蛋白和益生菌创新领域的最新科研成果和创新应用,以及为全人群、全消费场景、全生命周期提供营养健康支持的有益探索。

韦斯科姆博士表示:“作为全球乳业五强,多年来,伊利积极加快全生命周期健康营养产品创新及升级节奏,以功能营养自主创新满足消费者对乳制品日益增长的个性化需求。未来,我们将进一步推动乳制品蛋白和益生菌领域的高水平发展,为消费者带来更多营养、健康、美味的创新产品。”作为全球领先的健康食品龙头企业,伊利出席新加坡Growth Asia峰会,充分体现了其在健康食品创新领域的全品类均衡发展实力,有望进一步拓宽伊利在亚洲地区营养研发战略的规划布局。

据悉,本次峰会由英国威廉·里德传媒集团及旗下权威媒体Nutra Ingredients和Food Navigator共同主办,该集团在全球食品饮料行业具有广泛影响力。

## 前景广阔 中国乳品消费空间亟待拓展

作为营养健康食品,乳品不仅在平衡膳食营养层面富有益处,还是优质的钙、维生素与蛋白质来源。

虽然中国人均饮奶量近年来持续提升,但人均乳品消费量与欧洲仍有较大的差距。伴随着人们健康消费意识的提升,越来越多的人意识到乳品摄入对健康的重要性,新发布的《中国居民膳食指南(2022)》也建议摄入更多乳制品,奶及奶制品的推荐摄入量至少为300g/天,乳制品已经成为不可或缺的营养来源。

韦斯科姆博士坚定认为,从全球来看,中国乳品消费仍存在巨大发展机会,中国乳品消费需求将持续增长。

## 砥砺前行 满足全生命周期营养健康需求

让乳品成为更多消费者的日常膳食必备,离不开对产品消费人群的研究洞察。伊利基于消费人群研究,在产品

多元化、精细化上深入钻研,为生命周期的各个阶段提供专属的营养解决方案。

韦斯科姆博士分享了伊利在全生命周期健康需求上的营养战略布局。他指出,伊利是中国率先开展母乳研究的企业,依托21年科研沉淀,在母乳功能脂质、功能蛋白、功能多糖三大营养素上已实现全面突破并将成果应用在产品之中。伊利金领冠以领先的母乳科学为基础,不断升级“中国专利”配方,已获得5大核心配方专利和海外14项专利授权。截至2023年,伊利共斩获10项HMO专利,持续引领婴幼儿粉行业高质量发展。

早在2006年,伊利就展开调查研究,了解不同地区儿童所需的营养成分,以及不同年龄段儿童的营养状态,为这些群体设计出富含营养的奶制品。在儿童眼健康、脑健康、心脏健康三个领域,创新研发出QQ星原生DHA纯牛奶,助力儿童健康成长。

为了满足成年人多元化的营养健康需求,伊利以“营养+功能”为突破点,聚焦中国传统营养,引领功能性产品创新。例如,使用数字化筛选平台找到药食同源的产品,通过对100多种不同原材料进行研究,充分验证产品的安全性和功效,生产出对血糖友好的舒化安糖健无乳糖牛奶,切实有效满足消费者的食养控糖需求。

## 行业领先 锻造“中国菌”全链技术实力

韦斯科姆博士还指出,经过多年的健康公益科普,消费者对益生菌健康功效的认知度逐年提升,酸奶与益生菌的健康组合受到广泛欢迎。

为了满足消费者的健康消费需求,安慕希创新应用专利无菌后添加技术(ADI),以颠覆式创新力打造行业首款常温活性益生菌酸奶。迭代后的ADI技术可以在无菌环境下高精度地将益生菌注入常温酸奶中,以避免杂菌过度繁殖,导致产品变质,减少产品蔗糖添加及提高蛋白含量。

被誉为酸奶产业“生物芯片”的益生菌,对乳业创新与高质量发展至关重要。伊利整合国内外研发资源,联合全球15个创新中心,包括国内外高校与科研机构,历时十年打造了以“中国专利”益生菌”为定位的国人健康解决方案品牌全佳益。

全佳益菌株资源库建设、益生菌功能开发和临床评价、菌种应用与发酵技术、菌种工艺和质量体系四大益生菌研究平台为一体,完整涵盖益生菌研发应用产业链上下游。以自主构建的中国母婴源菌株资源库为基础,经过严格筛选和科学严谨的功能评价,已成功研发出3株明星菌株,包括动物双歧杆菌乳亚种BL-99、副干酪乳酪杆菌K56和副干酪乳酪杆菌ET-22,分别应对肠道健康、体重控制和口腔健康三大健康需求。

目前,BL-99、K56和ET-22都已经在伊利旗下系列产品中实现产业化转化,取得了不俗的市场反响。

“不创新,无未来”,多年来,伊利在健康食品领域持续深耕,不断探索满足不同年龄层和细分人群的精

# 瀚川智能拟不超1亿元回购股份 用于员工持股计划

■本报记者 陈红

10月8日晚间,瀚川智能发布公告称,拟回购部分公司股份,回购资金总额不低于5000万元,不超过1亿元;回购的股份将全部用于员工持股计划或股权激励。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东向《证券日报》记者表示:“本次回购对瀚川智能有积极的影响,一方面可以提高公司股价稳定性;另一方面用于员工持股计划,可以增强员工的归属感。此外,公司回购股份也可以彰显公司对未来发展前景的信心,提升市场信心,有利于公司的品牌形象和声誉。”

根据公告,本次回购价格不超过45.99元/股,该价格不高于公司董事会通过回购决议前30个交易日公司股票交易均价的150%;回购期限为自董事会审议通过本次回购方案之日起6个月内;本次回购股份的资金来源为公司自有或自筹资金。

若按照本次回购金额上限1亿元、回购价格上限45.99元/股进行测算,回购数量约为217.44万股,回购股份比例约占公司总股本的1.24%。按照本次回购下限5000万元、回购价格上限45.99元/股进行测算,回购数量约为108.72万股,回购比例约占公司总股本的0.62%。

截至2023年6月30日(未经审计),瀚川智能总资产37.74亿元,归属于上市公司股东的净资产20.3亿元,母公司流动资产28.53亿元。按照本次回购资金上限1亿元测算,分别占上述指标的2.65%、4.93%、3.5%。

对此,瀚川智能方面表示:“根据本次回购方案,回购资金将在回购期限内择机支付,具有一定弹性。根据公司经营和未来发展规划,我们认为以人民币1亿元上限回购股份不会对公司的经营、财务和未来发展产生重大影响,公司有能力和意愿支付回购价款。”

有券商分析师向《证券日报》记者表示,截至2023年6月30日(未经审计),瀚川智能资产负债率为46.34%,母公司货币资金为4.15亿元,本次回购股份资金来源源于公司自有或自筹资金,实施回购对公司偿债能力等财务指标影响较小。

值得一提的是,除瀚川智能外,近期还有多家上市公司发布回购计划,包括中核钛白、赛腾股份、海尔智家等。从回购的用途来看,也多涉及实施股权激励或员工持股计划、市值管理等。

对于股份回购的必要性,上述多家公司均表示,有利于维护广大投资者利益,更紧密、有效地将股东利益、公司利益和员工个人利益结合在一起,促进公司稳定可持续发展。

本版主编于南 责编张博 制作曹裴琛  
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

细化营养需求,让新产品、新营养、新科技惠及每一个人,引领新时代乳业高质量发展。伊利也正在与国家乳业技术创新中心开展深度合作,助力实现中国乳业高质量发展。

深耕细作笃行,驰而不息谋发展。一直以来,伊利紧跟市场消费潮流,把满足消费者的需求作为产品研发、升级的动力,在全生命周期乳品营养研究方面定好位、起好步、走好路,一批批研究成果接连落地,为全生命周期产品创新与健康管理的开启新的发展篇章。

[1] 中国专利配方指金领冠珍护系列产品获得的发明专利,专利号:ZL201680013841.3,发明名称:核苷酸组合物及其在食品中的应用。

[2] 中国发明专利,专利号:ZL201710009845.0、ZL201811147289.4、ZL201811161108.3。

(CIS)

伊利  
创新伊利  
守护全生命周期健康  
Driving Innovation for Health across the Life Stages

菲利普·韦斯科姆博士  
伊利大洋洲创新中心负责人  
Dr. Philip Wescombe, R&D Manager of the Yili Innovation Centre Oceania

2023 Growth Asia Summit  
9月26-28日,新加坡  
Growth Asia Summit 2023  
September 26-28, Singapore

主题演讲:  
《乳制品蛋白与益生菌创新:满足消费者全生命周期营养与健康》  
Keynote speech:  
Dairy, protein and probiotic innovations: Meeting the nutrition and health needs of consumers across various life stages