

# 11月份新能源车月度产销首次双超百万辆

中汽协预计全年汽车产销有望创历史新高

■本报记者 龚梦泽

12月11日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的数据显示,今年11月份,我国汽车产销分别完成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,新能源汽车产销分别完成107.4万辆和102.6万辆,同比增长39.2%和30%,月度产销首次双超百万辆,市场占有率达34.5%。

中汽协表示,11月份,汽车市场热度延续,汽车产销环比、同比均实现增长,乘用车延续良好态势,商用车保持较快增长,新能源汽车和汽车出口引领行业增长。借助“双11”大促等消费浪潮,购车需求进一步释放,市场表现持续向好、超出预期。

分车型来看,11月份,乘用车产销分别完成270.5万辆和260.4万辆,环比分别增长7.6%和4.7%,同比分别增长25.6%和25.3%。11月份-11月份,乘用车产销分别完成2344.1万辆和2327.2万辆,同比分别增长8%和9.3%。

商用车方面,11月份,商用车



产销分别完成38.8万辆和36.6万辆,环比分别增长2.6%和0.3%,同比分别增长64.9%和44.6%。在商用车主要品种中,与上月相比,商用车产销均实现较快增长,货车产

量微增,销量微降;与上年同期相比,客车、货车产销均呈两位数增长。11月份-11月份,商用车产销分别完成367.1万辆和366.6万辆,同比分别增长25.4%和21.8%。

新能源汽车方面,11月份-11月份,新能源汽车产销分别完成842.6万辆和830.4万辆,同比分别增长34.5%和36.7%,市场占有率达到30.8%。

## 年内超20家车企发起降价促销 有传统豪华车企最高让利近20万元

■本报记者 龚梦泽

今年以来,国内车市“内卷”加剧,价格战久久未能平息。年关将至,越来越多的车企开启以价换量模式,欲通过推出购车补贴、限时优惠等活动实现全年销量冲刺。

据《证券日报》记者不完全统计,12月份以来截至12月11日,就有多达20余家车企加入了促销降价大军,其中不乏比亚迪、上汽大众、一汽丰田、神龙汽车、长安汽车、沃尔沃、智己、极狐、零跑汽车等热销品牌车型,优惠幅度最高近20万元。

### 多家车企降价促销

临近岁末,在各大车企冲刺全年销售目标的关键时刻,车市格

战也被推向新一波高峰。据记者不完全统计,自12月1日以来,已有超20家车企陆续发布价格优惠信息,其中有不少产品上市仅一两个月,就官宣超万元的降价信息。

“沃尔沃XC90累计19万元的优惠是真的,但前提是要选择分期。”12月10日,记者从沃尔沃北京4S店获悉,叠加厂家14万元优惠,年底2万元购车补贴和1万元店铺优惠。如果再选择分期付款,加上2万元-3万元的价格减免,这款沃尔沃旗舰车型将获得近20万元的优惠。

记者走访北京地区多家4S店发现,大幅的优惠政策往往出自传统燃油车的豪华品牌阵列。有一汽奥迪4S店负责人告诉记者,2024款A4L中配官方指导价为34.38万元,现在直接降价10万元,算上购置税和保险,落地在27万元左右。

“今年车价一直在谷底徘徊。同时受新能源汽车价格竞争波及,燃油版车型降价力度非常大。”上述负责人表示。

从新能源车型来看,12月1日,零跑汽车对外发布信息称,12月份公司开启八周年岁末限时优惠,具体内容包括下定零跑C11、C01等车型,立享现金优惠、金融贴息等购车福利。比如,C11车型缴纳5000元定金可享受现金优惠5000元以及至高选装基金5000元、至高金融贴息8000元等。

智己汽车也在12月1日宣布,即刻起消费者登录“IM 智己”App或小程序下定智己LS6,即可享价值37600元优惠,包括立减12000元现金权益和特定限时权益等。

中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳认为,进入12月份,车企依然密集推出优惠政策,实际上是想结

合地方推出的汽车消费补贴政策,在年底再冲一波销量。

### 政策发力促汽车消费

在张秀阳看来,临近岁末,车企密集发布降价信息,一定程度上也受到了地方频推汽车补贴政策的影响。多地相继推出促进汽车消费的政策,通过发放消费券或给予购车补贴等方式,进一步激活汽车消费市场。

11月28日,南京市开展汽车消费补贴活动,消费者买车最高可享受8000元大额补贴;大连市在11月28日至12月31日期间向市民发放总额2000万元的“2023大连市冬季消费券”,其中包括1000万元的“汽车消费券”;11月25日,苏州市启动新能源汽车消费节,对在苏州市购买新能源乘用车新车的个人消费者

此外,11月份-11月份,中国品牌乘用车市场份额为55.8%,同比上升6.6个百分点;11月份-11月份,国内生产的高端品牌乘用车销量完成403.4万辆,同比增长14.2%。

出口方面,11月份-11月份,乘用车出口量为372万辆,同比增长65.1%;商用车出口量为69.2万辆,同比增长29.8%。从动力系统类型来看,今年前11个月,传统燃油汽车出口量为332万辆,同比增长51.5%;新能源汽车出口量为109.1万辆,同比增长83.5%。

从企业表现来看,11月份-11月份,整车出口前十企业中,从增速上来看,比亚迪出口量为21.6万辆,同比增长3.6倍;奇瑞出口量为83.7万辆,同比增长1.1倍;长城出口量为28.3万辆,同比增长84.8%。

谈及全年的销量预测,中汽协相关负责人表示,随着政策效果持续显现,各地车展及促销活动持续发力,加之企业最后一个月收尾冲刺,预计再现年底“翘尾”现象,全年汽车产销有望创历史新高。

## 金蝶国际获卡塔尔投资局 2亿美元战略投资 助力公司国际化增长战略

■本报记者 李雯珊

12月10日,金蝶国际软件集团有限公司(以下简称“金蝶国际”)与卡塔尔投资局(以下简称“QIA”)宣布达成最终协议。根据协议,QIA将投资约2亿美元作为对价认购金蝶国际根据一般性授权发行的普通股,交易完成后约占金蝶国际总股本的4.26%,锁定期为180天。

金蝶国际董事会主席兼首席执行官徐少春向《证券日报》记者表示:“本次来自QIA的战略投资彰显了金蝶国际在企业数字化管理行业的龙头地位,并将助力金蝶国际的国际化增长战略。”

公开资料显示,QIA是卡塔尔的国家主权财富基金,是全球最大、最活跃的主权财富基金之一,投资于多个资产类别和地区,以长期视角构建遍布全球的多元化投资组合。

“此次金蝶国际和QIA的合作,就是一种定向增发,主要目的是引入超长期的战略投资者,长期改善公司的资本结构,同时推动国际化的业务,而且QIA自愿在公告里明确愿意锁定港股最长的180天锁定期。”金蝶国际投资者关系部相关负责人在投资者交流会上表示。

据悉,这是QIA首次投资中国SaaS(软件运营服务)企业,也是自2019年以来QIA在中国单笔金额最大的投资。

“QIA首次投资中国SaaS企业,体现了对中国SaaS市场的认可和信心,显示了对市场趋势的敏锐洞察力和战略远见。近年来,中国SaaS市场快速发展,逐渐成为全球最具活力的市场之一。对于金蝶国际而言,此次战略投资不仅带来了资金支持,更有助于金蝶国际在全球范围内拓展业务,提升品牌影响力。”北京社科院副研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示。

此前,金蝶国际公布国内首个财务大模型,并设立国际业务部,陆续引进国际化的领军人才,并全面开启全球化战略。据悉,该公司“出海”初期将以东南亚为始,进军新加坡、马来西亚、泰国等国家,同时公司还将重点打造全球交付能力、解决方案能力及伙伴管理能力,发展和整合生态伙伴,并计划于五年内完成全球布局。

“下一个十年,金蝶国际将在国际市场方面取得突破,力争在2026年取得亚太第一的市场规模,在2030年取得全球前五的市场规模。”金蝶国际中国总裁章勇表示。

上述金蝶国际投资者关系部相关负责人表示,中东地区数字经济规模每年的增长幅度在20%以上,是全球数字经济增长非常快的地区。同时在深化共建“一带一路”倡议下,将给金蝶国际的全球化业务发展带来更多的合作机会。

“从行业角度来看,此次投资凸显了SaaS行业的巨大潜力。随着云计算、大数据和人工智能等新兴数字技术不断发展,SaaS企业在全中国范围内持续高速增长。同时,中国SaaS企业带来更多的国际合作和交流机会,推动金蝶国际的技术创新和业务拓展。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力认为。

## 李宁拟斥资22亿港元买楼 公司股价年内下跌约七成

■本报记者 李静

12月10日晚间,“国货一哥”李宁在港交所公告称,将以22.08亿港元向恒基兆业地产有限公司(以下简称“恒基兆业”)购买物业。

12月11日早间,李宁股价持续走低,一度跌超16%,截至当日收盘,下跌14.29%,报18.30港元,市值为480.4亿港元,创下年内新低。

公告显示,李宁间接全资附属公司High Match Limited与恒基兆业签订买卖协议,计划以22.08亿港元收购恒基兆业旗下一家主要从事物业投资的公司,预计收购事项将于2024年1月28日前完成。

据悉,李宁此次拟购买的物业为一整栋楼宇,总占地面积约9600平方英尺,总建筑面积约14.4万平方英尺,楼宇包含22层商业、办公空间以及两层零售区域。据独立物业估值师评估,该物业在2023年12月5日的估值为24.6亿港元。

李宁在公告中称,将物业的一部分用作(李宁)集团于香港的总部。李宁表示,本集团在香港的业务具有巨大发展潜力。此外,拓展集团在香港的业务运营将有助于拓展国际业务,因而具有重要战略意义。通过收购事项购买物业用作集团的香港总部,展现了集团对香港的业务充满信心,并标志着落实执行加强国际业务发展计划。

“当前香港物业价格具有较明显的竞争力。作为港股上市企业,李宁积极拓展国际化成长空间,在香港建设总部符合企业发展需要。”广咨咨询策略分析师沈萌对《证券日报》记者表示。

今年以来,受经营业绩等因素影响,李宁整体股价表现并不理想。据Wind数据,今年以来,李宁股价下跌约七成。

10月25日,李宁披露的2023年第三季度最新运营状况公告显示,第三季度,公司销售点(不包括李宁YOUNG)于整个平台之零售流水按年实现中单位数增长。从渠道来看,线下渠道(包括零售及批发)获得高单位数增长,其中零售渠道获得20%至30%低段增长,批发渠道获得低单位数增长,电子商务虚拟店铺业务获得低单位数下降。

对于市场关注的库存及供货、业绩达成等问题,李宁管理层在11月2日举行的投资者电话会中回应,公司已采取积极措施改善渠道库存与供货的问题,并承诺在今年年底前回到健康的库存水平。同时,第三季度业绩不佳也使李宁下调全年业绩指引,李宁在面向投资者的内部会议上,下调了全年收益预期,将此前15%左右的营收增速预期下调为“单位数”增长。

## 全年销量目标完成率分化明显 新能源车企借“限时优惠”冲刺年末销量

■本报记者 徐一鸣

近期,多家新能源车企相继公布11月份及前11个月销量数据,2023年车市整体情况已有大致轮廓。一方面,车企全年销售目标完成率分化明显;另一方面,碳酸锂价格下跌为下游新能源车企释放了成本空间,不少车企以价换量,进入年末销量冲刺阶段。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示,前11个月,多家车企销售目标完成率分化明显,反映出车市竞争日益激烈,特别是在新能源汽车市场,消费者面对越来越多的选择时变

得更审慎,更倾向于选择技术成熟、口碑好的车型。而对于车企来说,不仅要准确地把握市场需求,还需及时调整策略,以应对快速变化的市场环境。

作为新能源汽车头部企业,比亚迪2023年销量目标为300万辆。前11个月累计销售268.34万辆,完成全年销量目标的89.45%。如果想要实现全年目标,比亚迪需要在12月份销售31.66万辆。

从今年销售情况看,比亚迪单月完成超30万辆的任务并非不可能。据记者梳理,10月份以及11月份,比亚迪月销量分别为30.18万辆、30.19万辆。

理想汽车今年的销量表现也

较为亮眼。11月份,理想汽车交付新车41030辆,同比增长172.9%。前11个月累计交付32.57万辆,提前完成2023年30万辆的销量目标。

而相较之下,目前还有部分车企的全年销量目标完成率不足50%。比如,哪吒汽车前11个月累计交付量为12.24万辆,全年销量目标为25万辆,完成率为48.96%。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示,去年新能源汽车销量量增,部分厂商过于乐观的提高今年的销售预期。同时,今年新能源汽车市场竞争日益激烈,这也提醒车企需要不断优化产品,提升竞争力,以及调整销售策略,以缩小与目标销量的差距。

此外,12月份以来,多家车企先后采取以价换量的方式,紧抓年终消费旺季。

“限时”是12月份新能源车企提及最多的关键词。比亚迪旗下的秦、汉、唐、宋、元等车系推出“油转电”限时优惠,即在12月份,燃油车不论品牌,只要置换比亚迪上述系列车型,最高可享受2万元燃油转订基金。

零跑汽车则在12月份打出现金优惠、金融贴息、选装基金“组合拳”。此外,长安汽车、奇瑞等车企也均推出新能源车型12月份限时优惠活动。

中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文对《证券日报》

## 《2023湿厕纸新消费趋势白皮书》发布

12月11日,智家GI联合马应龙发布《2023湿厕纸新消费趋势白皮书》(下称《白皮书》)。《白皮书》对湿厕纸品类的新消费趋势进行了多角度研究,以期推动湿厕纸行业的良性发展,升级全民健康如厕方式。

随着国民个人卫生意识加强,中国湿巾市场的消费规模迎来快速增长,2017-2027E的增幅超过全球市场7个百分点。在湿巾的细分品类中,湿厕纸的市场份额显著扩张,第三方权威机构预测未来几年中国整体湿厕纸的市场规模将

快速突破30亿元。《白皮书》指出消费者流入湿厕纸市场的原因,约八成的用户认为湿厕纸可以在传统干纸巾的基础上达到更加洁净的效果——这一点从专家角度也得到了证实。湖北省肛肠专家委员会委员,中国武汉肛肠联盟成员,三甲医院副主任医师李全富认为,传统干纸巾侧重于日常便后的清洁,但可能会导致皮肤擦伤,对肛门皮肤黏膜的保护力度稍弱。随着当代人群的个人卫生意识加强,湿厕纸更能满足人们追求“卫生+护理”的需求。

随着消费者需求的日趋多元化,湿厕纸品质升级也成为品类发展的大势所趋。例如深耕肛肠领域多年的知名药企马应龙,凭借对市场需求的洞察,依托在肛肠领域的研发优势,推出以马应龙原研配方为核心卖点的系列湿厕纸产品。在制药的高标准、严要求之下,马应龙湿厕纸不仅材质柔软舒适,成分温和安全,还基于传承四百余年的八宝古方开发原研配方,带来更舒缓镇静效果和独特的清凉体验。



目前,马应龙组织起草的《湿厕纸团体标准》已经通过申请立项,并完成专家评审。未来,相信在各方共同努力下,湿厕纸行业

产品和服务标准将进一步完善,中国湿厕纸市场必将迎来更加健康的发展。

(CIS)