

预计今年汽车产销均达250万辆 广汽集团：2024年将挑战销量增长10%

■本报记者 李雯珊

12月22日，广汽集团发布公告称，该公司第六届董事会第55次会议听取了《关于广汽集团2023年经营计划完成情况报告》等报告事项。在报告中，公司预计全年实现汽车产销分别约为251.3万辆和250万辆，同比分别增长1.3%和2.7%。

“面对多重困难挑战，公司坚持稳中求进，迎难而上，综合施策，全力以赴拼市场、争订单、挖潜能、拓增量，在深化自主品牌一体协同、科技广汽转型、推进价值创造等方面攻坚突破，生产经营保持了平稳发展态势。”广汽集团相关人士向《证券日报》记者表示。

今年推出超20款新车型

据悉，广汽集团自主品牌广汽传祺及广汽埃安2023年预计实现销售约为89万辆，自主品牌新能源汽车销量占自主品牌销量的比例约为58%，创历史新高。提前两年实现了广汽集团“十四五”规划“2025年自主品牌新能源汽车销售占比50%”的目标。

上述广汽相关人士透露：“在整车板块，各主机厂2023年推出超20款新车型，并且深化营销‘金三角’模式，营销服务持续创新。”

在自主品牌方面，广汽传祺加快新能源化转型，实现持续盈利，传祺MPV家族已收获超50万用户，目前国内MPV市占率超过20%。广汽埃安2023年1月份至11月份累计销量434056台，同比增长80%；2019年4月份开始投产的广汽埃安，截至2023年11月末总产销近95万辆。

在合资品牌中，广汽本田累计产销突破1000万辆，并且重启整车出口，全年出口超2万辆；广汽丰田克服燃油车下行等困难，全年终端销量预计位居日系第一、合资第三，表现优于燃油车平均水平。

2024年挑战销量增长10%

展望2024年，广汽集团对外公布了《关于广汽集团2024年经营计划的议案》的相关信息。广汽集团认为，2024年是冲刺“十四五”规划目标、加快建设“万亿广汽”的关键一年，2024年，公司将努力挑战销量增长10%的目标；其中，自主品牌预计实现销量超110万辆，同比增长超22%。

据广汽集团透露，作为打造“万亿广汽”的两大增量，2023年能源板块和国际板块也各有亮点。在能源及生态板块，重组设立优湃能源科技，初步完成能源板块资源整合，通过与格林美、新疆有色、紫金矿业



和南网储能等合作伙伴达成战略合作，加快布局打造“锂矿+基础锂电材料生产+电池生产+储能及充换电服务+电池租赁+电池回收和梯次利用”纵向一体化产业链。完成充电站建设超500座，换电站70座。广汽集团自研电池产业化项目（因湃电池）和自研电驱产业化项目（锐湃动力）均已建成投产。

在国际化板块，广汽集团加大资源投入，强化协同出海，目前已建立起一张“三国五地”的全球研发网，具备全天候自主研发和技术创新能力，已完成中东、美洲、非洲、东南亚、东欧五大板块、39个国家和地区的市场布局。根据海外市场特点，全球范围内已形成标准店、卫星店、服务中心等多渠道模式，预计今年海外销售店达到167家。广汽埃安聚焦东南亚市

场，强化本地化运营，预计全年出口新能源汽车3500辆。

“广汽集团是国内产业链最为完整的汽车集团之一，公司拥有研发、整车、零部件、商贸服务、金融、出行业务，构建了完整的汽车产业链闭环，自主与合资品牌齐发力，能源生态产业链布局不断完善，助力实现二次腾飞。”方正证券分析师段迎晨认为。

汽车之家空间站进驻北京 新能源及二手车市场潜力 催生新零售模式

■本报记者 龚梦泽

临近岁末，汽车之家空间站正式完成了2023年全国20座城市的线下布局，实现了对品牌、业务和门店的全方位战略升级。作为该战略重要项目之一，汽车之家空间站第20家门店——北京空间站正式落户北京汽车博物馆。

汽车之家高级副总裁兼天天拍车董事长杨嵩表示，一年来汽车之家空间站持续加速线下布局，同时在市场广度与下沉深度上发力。除了北京、上海、广州等一线城市外，还进驻了昆明、贵阳、海口等二线城市，同时也深耕了四川乐山、广州肇庆等二级市场。通过持续拓展布局范围，为持续变化的汽车消费市场挖掘新的机遇。

完成20城线下部署

作为汽车之家首创的新能源汽车线下体验中心，汽车之家空间站为消费者带来哪些创新体验？相比起其他销售模式，它又能为业界带来哪些新变化？

杨嵩告诉记者，汽车之家空间站在不同城市布局战略是有差异的。在一二线城市，大部分的主机厂商自己就具备交付能力。但在更下沉的城市，当地基础销量不够时建店亏钱成为最大问题。而空间站作为一个多品牌的集合店，可以在三四线城市起到帮助主机厂降本、下沉的作用。

“汽车之家空间站的定位是连接消费者和主机厂，在主机厂拥有完整销售网络的一二线城市，在消费者完成下单后我们会把订单转交给这个品牌在所在城市的门店，品牌门店负责后面的交车、售后维修保养。”杨嵩表示，此外，汽车之家空间站在三四线城市还会加强订单交付能力和二手车方面的服务。很多地级市还没有像家乡这样的很成熟的二手车交易市场，它的交易存在买卖双方信息不对称和不信任等问题，汽车之家空间站的出现能够规范当地二手车市场。

《证券日报》记者注意到，汽车之家空间站的创新意义不仅在于链接主机厂、经销商和消费者，更在于不断拓宽边界，融通更广泛生态圈的资源，助力汽车行业的创新发展。

据悉，汽车之家正式与北京汽车博物馆达成战略合作，提出双方将共同推动汽车文化的传播和汽车产业的正向发展，明确将在北京汽车博物馆一层建设北京首个汽车之家空间站。此次战略合作是一个良好的契机，双方在文化、科普、新技术等方面可以实现优势互补、协同发展，汽车之家副总裁周游表示。

周游认为，汽车之家空间站的新零售业态模式，依赖于汽车之家品牌号召力、线下线索优势以及深厚数据积累三大层面，代表着汽车消费产业可能的未来发展方向。“其实新零售对汽车之家来说也是全新的挑战，我们需要考虑包括消费者喜不喜欢汽车之家，投资者愿不愿意选择汽车之家，我们能否达到经济上的盈亏平衡甚至最后有盈利等等。但目前来看，汽车之家门店的月运营数据是行业平均汽车经销商门店月销售量的5倍至10倍。汽车之家模式得到了市场的验证和投资者的认同。”

据杨嵩介绍，汽车之家空间站将在全国范围内继续扩大布局，计划在2024年末完成50城线下布局，2025年末完成100城线下布局。未来，汽车之家空间站还计划进一步探索出海业务，助力国内主机厂商迈向出海的第一步。

新能源及二手车市场潜力巨大

今年以来，国内汽车消费持续回暖，汽车产销增长势头良好，新能源汽车表现尤其亮眼。中国汽车工业协会统计数据显示，今年1月份-10月份，汽车产销分别为2401.6万辆和2396.7万辆，同比增长8%和9.1%。其中，新能源汽车产销分别完成735.2万辆和728万辆，同比分别增长33.9%和37.8%，市场占有率达到30.4%。

汽车行业已经成为中国经济最具发展前景的赛道之一。为了抓住行业发展变化带来的机遇，汽车之家正在持续加大新能源汽车和二手车市场领域的业务布局。

据汽车之家11月初发布的财务报告显示，汽车之家第三季度总营收19.1亿元，同比增长3.4%；经调整归母净利润为6.04亿元，总营收和净利润均连续五个季度实现同比增长；经调整净利润率达31.7%。第三季度，公司不断拓展与新能源车企的合作，来自新能源品牌的营收同比大幅提升近70%。

谈及我国车市的中短期发展预测，周游分析称，中国车市未来将出现三个发展上的变化，一是整体新车销量增长逐渐趋于平缓，其中新能源车将会快速增长；二是国内二手车市场未来有非常好的增长预期；三是中国将从一个快速增长的新车市场逐渐发展成为一个存量为主的市场。

“这三个部分既是我们未来用户增长的主要潜力，也是我们未来业绩增长的主要潜力。”周游表示。

当被问及新能源二手车的运营情况时，杨嵩表示，中国新能源汽车爆发是从2021年下半年开始，目前大部分新能源汽车还没有进入二手车阶段。中国燃油车现在市场保有量有2亿多台，接下来“卖油买车”将成为最大的需求。

杨嵩告诉记者，在北京空间站斜对面两公里的地方是天天拍车在北京的最大门店，附近是花乡二手车市场。“我们选址在这里就有这层考虑，消费者在这里可以很方便地完成二手车、买二手车和买新能源车三合一的一站式服务体验。”

本版主编于南 责编刘慧 制作刘雄
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

《网络游戏管理办法(草案征求意见稿)》公开征求意见

设置充值限额、禁止诱导性奖励 网络游戏付费设计面临重塑

■本报记者 李豪悦

同花顺数据显示，12月22日，A股游戏板块截至收盘跌幅达到10.14%。

国家新闻出版署当天发布了《网络游戏管理办法(草案征求意见稿)》(下称“草案”)，共八章六十四条。草案发布后，引发游戏圈热烈讨论，超过10家上市公司作出回应。例如，姚记科技表示，如果草案通过，估计对整个游戏板块和行业的影响会很大。

“这次新规对于游戏运营和充值都提出了监管和限制要求。这可能会影响游戏厂商的核心收入，包括活跃人数以及充值流水都会受到影响。”CIC灼识咨询执行董事姜晓潇向《证券日报》记者表示。

“氪金系统”面临重塑

草案引起大范围讨论的，主要

是其第三章“网络游戏的出版经营”第十八条“限制游戏过度使用和诱导性奖励”中的网络游戏不得设置每日登录、首次充值、连续充值等诱导性奖励；网络游戏出版经营单位不得以炒作、拍卖等形式提供或纵容虚拟道具高价交易行为；所有网络游戏须设置用户充值限额，并在其服务协议中予以公示，对用户非理性消费行为，应进行弹窗警示提醒。

前券商分析师、互联网盗团负责人裴培向《证券日报》记者表示，“不得设置每日登录、首次充值、连续充值等诱导性奖励”，可能会影响内购付费游戏的商业化。“所有网络游戏须设置用户充值限额”，这一规定也可能影响大型多人在线游戏(MMO)、策略游戏(SLG)、二次元等高ARPU(每用户平均收入)游戏。

DataEye研究院负责人刘粤告诉《证券日报》记者表示，每日登录、首次充值、连续充值等付费设计(氪金

系统)，主要面向“轻氪玩家”。有些游戏就是靠大量“月卡玩家”或“轻氪玩家”存活的；而草案对游戏付费进行最高限额，以及限制虚拟品拍卖，则将影响一些经济系统成熟的游戏(如MMO)，预计这些游戏的流水“天花板”会有所下降。

某上市游戏公司负责人向《证券日报》记者表示，“氪金系统”是游戏非常重要的设计之一，即便在国内也经历了二十多年的演变。“很多手游出海的优势，就在于‘氪金系统’的成熟。”

中经传媒智库专家、文娱分析师张书乐向《证券日报》记者表示，游戏付费“限高”会对那些基本上采取“免费游戏，道具付费”模式的游戏公司营收产生影响。

而腾讯游戏副总裁张巍则公开表示，自从2021年“未保新规”发布以来，腾讯游戏一直严格贯彻落实管理要求，目前未成年人的游戏时长和消费数据都处于历史最低水

平。草案对于游戏合理的商业模式、运营节奏等关键要素并无本质改变。腾讯游戏将继续坚持技术创新，文化引领的精品战略，在主管部门的支持下，践行中国游戏产业的高质量发展。

未成年游戏消费降低

据了解，自“830新规”(2021年8月30日，国家新闻出版署下发的《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》)落实以来，未成年人过度游戏问题得到有效改善，游戏行业防沉迷进入新阶段。《2023中国游戏产业未成年人保护进展报告》提到，未成年入游戏消费量进一步降低，28.86%的未成年游戏用户消费减少。从休息时间活动安排看，在未成年人“休息时间做什么事情”的调查中，数据显示“玩网络游戏”仅排在第六位。

与此同时，多家游戏公司告诉《证

券日报》记者，公司按照相关规定进行未成年充值限制。

另一方面，游戏版号恢复常态化发放后，中国游戏再次焕发生命力，市场销售同比增长。《2023年中国游戏产业报告》提到，2023年国内游戏市场实际销售收入3029.64亿元，同比增长13.95%，首次突破3000亿元关口；用户规模6.68亿人，同比增长0.61%，为历史新高点。

一位游戏分析师向《证券日报》记者表示，近些年，游戏作为科技应用以及文化传播的重要载体，正在不断与不同业态相融合，游戏产业不再只具备娱乐属性。

在2023中国游戏产业年会“游戏+”论坛上，中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君发表致辞并表示，越来越多的实践成果表明，游戏产业与科技创新之间有着天然的“共振”效应，“游戏+”的实践本身就意味着创新，意味着无限可能。

光伏电池企业经营承压 新旧产能迭代将提速

■本报记者 殷高峰

光伏电池生产企业的压力越来越大。12月21日，InfoLink发布的最新一周光伏产品价格评析指出，本周电池企业的减产扩大，电池环节现在基本上全规格都是处于生产即亏损的状态。

多位业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示，随着电池价格的不断下跌，电池生产企业承压。当前亏损的主要是P型电池产能，N型产能目前还有一定的盈利空间。“光伏行业长期向好的趋势没有改变，而降本增效是光伏行业主旋律。当前，由于产能的快速扩张，市场竞争加剧，电池等光伏产品价格不断走低，这也将进一步加速淘汰落后低效的产能。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示。

电池企业经营承压

InfoLink公布数据显示，本周M10 P型电池成交价格呈现出跌无可跌的状态，维持在每瓦0.38元的底部区段。G12尺寸成交价格持续走低，回落到每瓦0.4元的价格水平，缩小与M10过往的价差。

在N型电池部分，本周TOPCon(M10)电池片主流成交价格也小幅走低，落在每瓦0.47元左右。

据《证券日报》记者了解，目前，

一些头部企业通过有效的成本管控和一体化优势还可以保持一定毛利率，可以把PERC成本控制到每瓦0.35元左右。但外采硅片的电池企业成本就要略高一些，一些落后的老旧产能成本更高。

“PERC产能的逐渐退出已不可避免。”一家光伏企业的相关人士对《证券日报》记者表示。

InfoLink判断，当前各电池厂家的库存水平仍不一致，部分厂家库存缓慢上升，其中以PERC的库存为多，不乏厂商将老旧PERC产线关停以避免持续的现金亏损。

对于目前电池厂商在亏损下经营的情况，财税专家、西北工业大学管理学院企业导师全铁汉在接受《证券日报》记者采访时表示，企业主要是为降低库存、盘活资产、回收资金。企业通过回收资金、偿还贷款可以降低企业资产负债率和财务风险，这也是企业度过困难时期的有效方式之一。

“但当企业因产品缺乏竞争力、持续亏损、蚕食自有资金而出现资金紧张、资产负债率高的情况时就会影响正常生产经营，甚至造成资金链断裂。”全铁汉表示。

隆基绿能创始人、总裁李振国对此的判断是，接下来的两到三年，中国一半以上的光伏行业制造商可能被退出市场。

但多位受访业内人士表示，落后产能的早日出清，也有利于产业

链价格早日回归正常，有利于行业的健康发展。

行业依旧处于高景气

事实上，尽管光伏产品的价格不断下跌，但在不少业内人士看来，光伏行业仍处于上升周期。隆基绿能董事长钟宝申称，并不认可光伏行业下行的说法，光伏仍是目前为数不多还保持着营收增长万亿元以上的行业。

而近日，光伏行业也不断有利好消息传来。12月20日，国家能源局发布全国电力工业统计数据，1月份至11月份光伏新增装机163.88GW，同比增长149.4%。其中，11月份单月光伏新增装机21.32GW，同比增长185.41%，环比上涨56.53%。

“光伏行业长期向好的趋势没有改变，目前像电池等环节价格持续下降，甚至出现亏损，主要是大规模扩产造成了阶段性和结构性产能过剩。”屈放分析称，这种过剩导致的竞争加剧必然加速落后产能的淘汰，具有技术优势的产能将更具竞争优势。

工信部有关负责人在上个月也表示，当前中国光伏行业确实存在一定阶段性和结构性过剩风险，但总体属于行业发展正常范围。同时，该负责人还表示，下一步工信部将加强光伏行业规范管理，引导产业合理规划布局，稳步推进产业技术迭代和转型升级，着力提升产业发展水平。

光伏技术方面近日也是好消息不断。12月19日，隆基绿能自主研发的HBC电池获得了27.09%的电池转换效率，创造单晶硅太阳能电池效率的新世界纪录。

在BC领域，12月20日，爱旭股份首次推出适用地面电站的ABC组件，双面率可达70%。12月21日，通威股份再次打破了HJT组件功率和效率的纪录，这是通威股份今年第六次刷新HJT组件的功率和效率纪录。

技术红利将逐渐释放

据记者了解，一些技术先进的产能目前仍处于紧缺状态。与行业PERC电池不断减产甚至停产不同的是，隆基绿能新一代电池技术BC电池的产能目前仍是满负荷运转。

“公司HPBC产品目前供应紧张，公司也在加速相关产线的升级和产能的投建。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示。

在隆基绿能9月份宣布选择BC技术之后，BC技术受到市场的关注，发展迅速。“BC电池之前由于工艺复杂，技术门槛较高，进行研发的企业不多，同时，由于国外企业开展BC技术较早，很多早期技术专利在国外企业手里，这也提高了企业研发的难度。但BC电池最近半年的发展超出了行业和市场的预期。”上海交通大学太阳能研究所所长沈文忠表示，这主要得