2024年9月4日 星期三
本版主编:姜 楠 责 编:白 杨 制 作:闫 亮
证券日报

聚焦·金九银十

新能源车企8月份销量分化再加剧 “金九银十”或将拉动汽车消费

本报记者 刘 钊

销量是车企经营情况的重要风向标。从各家车企发布的8月份销量数据来看,在比亚迪、吉利、奇瑞等品牌高歌猛进之时,一些品牌却止步不前,与预期的年度销售目标差距更是悬殊。总体来看,新能源汽车市场呈现出分化进一步加剧的态势。

国际智能运载科技协会秘书长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示:“近期汽车行业呈现两极分化态势。其中,头部车企通过增强品牌影响力、拓展产品线、掌握关键技术及实现规模经济等方式巩固市场地位,小型车企则面临更大挑战。”

比亚迪仍稳坐月销量榜首

从新能源车企来看,比亚迪8月份新能源汽车销量37.31万辆,同比增长35.97%,稳坐车企榜首宝座,距离月销40万辆关口仅一步之遥。

吉利8月份新能源汽车销量(含吉利品牌、领克品牌、极氪品牌)7.55万辆,同比增长65%,环比增长28%,再创历史新高;奇瑞8月份新能源汽车销量为4.65万辆,同比增长158.5%;上汽集团8月份新能源汽车超过8.6万辆;赛力斯8月份新能源汽车销量达3.62辆,同比增长479.55%。

造车新势力方面,理想汽车8月份销量为4.81万辆,同比增长37.8%。其中,理想L6已连续三个月交付量突破2万辆,成为理想汽车当之无愧的主销车型,然而由于L6定价略低,影响到了公司毛利率,公司的整车毛利率从一季度的19.3%降至第二季度的18.7%。

凭借强大的产品力和稳扎稳打的发展策略,零跑汽车成为第三家月销破3万辆的造车新势力。8月份,零跑汽车销量3.03万辆,同比增长113%,环比增长37%,成为8月份新能源车企中的“黑马”。

极氪8月份销量1.80万辆,同比增长46%,环比增长15%。8月份,极氪动作频频:发布全球首个主动式AI大模型智能座舱;浩瀚智驾进入2.0阶段,端到端大模型全面开启;获得上海、杭州L3自动驾驶测试牌照;推出新车2025款极氪001、极氪007。吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧表示,极氪目标在第三季度冲击月均销售2万台,第四季度冲高单月销售3万台,有信心达成全年23万台的销量目标。

同为造车新势力的小鹏汽车和蔚来汽车同比增速明显放缓。8月27日,小鹏首款AI车型MONA M03正式上市,上市后仅48小时大定量超3万台,有望成为公司业绩新增长极。小鹏汽车董事长何小鹏此前预期,从8月份开始,小鹏汽车的销量将逐步攀升。MONA M03的月销量将逐渐达到1万辆以上。与此同时,9月1日,蔚来子品牌乐道汽车的超百家门店同步开业,覆盖全国55座城市,也会为蔚来的市场竞争再添助力。

车企推花式促销活动

从年度销售目标完成率来看,尽管2024年的时间进度已过去2/3,但多数新能源车企的完成率并未过半。一方面是由于年初制定的目标过高,低估了2024年的市场竞争压力,另一方面则是受到行业销量周期的影响。

乘联分会秘书长崔东树在接受《证券日报》记者采访时表示,一般而言,汽车市场销售呈现出前低后高的全年周期表现,能完成50%销量目标的车企已实属难得,“金九银十”汽车市场销售旺季已至,有望进一步拉动市场消费。

魏健骐/制图

为迎接销售旺季,各家车企纷纷推出限时促销活动,助推新能源汽车渗透率进一步提升。其中,不少车企推出多款促销活动吸引消费者购车,有的车企提供直接现金优惠;有的则推出0息金融政策、免费电卡、超万元配置赠送等多样化福利。如小米汽车表示,9月1日至30日,下定小米SU7全系车型可享受赠送价值8000元真皮座椅等。

除了车企多样化的促销活动外,国家和地方政府出台了一系列促进汽车消费和产业转型升级的政策,全力冲刺“金九银十”销售旺季。例如,8月30日,成都市宣布投入1亿元开展第三轮汽车消费奖励活动,与第27届成都国际车展同步亮相。从8月30日至9月20日,个人消费者在成都市参加活动的汽车销售企业购买家用乘用新车,完整提交资料并在申报平台申报成功的,新能源车和燃油车按照车价最高可分别享受8000元、7000元奖励。

经过十多年的迅猛发展,新能源车企已经能够提供零排放且续航里程长的车辆,满足人们的出行需求。然而,电池技术的进步遇到瓶颈,并且成本不断上涨,推动行业进入新的发展阶段,即更加注重自动驾驶技术的竞争。众多企业开始推出针对城市和高速公路环境的自动驾驶解决方案,智能化水平成为左右销量的关键因素。

此外,为了响应消费者日趋增长的智驾技术需求,近期,众多产业链企业联手布局智能驾驶领域,共同推进技术更新换代。比如,为发挥华为在智能化领域的优势,助力汽车行业实现智能化转型升级,长安汽车和赛力斯共同投资华为旗下的引望公司,各以115亿元的价格收购引望10%的股份。同时,比亚迪方程豹与华为在深圳签署智能驾驶合作协议、小鹏汽车发布自主研发的芯片“小鹏图灵”、理想汽车也宣布OTA6.2版本正式推送,持续在智能驾驶、智能空间和智能电动领域提升产品性能。

张翔预测,受多重因素的共同推动,9月份汽车市场将呈现出积极的发展势头。近期,产业链企业纷纷“抱团”布局智能驾驶领域,推动智驾技术迭代升级。随着搭载智驾技术的新车型陆续推出,将吸引更多消费者购车。此外,成都国际车展的成功举办为车企提供了展示和营销的平台,将进一步促进车企销量提升。

多地推出楼市“金九银十”促销活动 有望提升市场活跃度

本报记者 张芗逸

进入9月份,意味着进入“金九银十”这一房地产销售的传统旺季。各地纷纷推出房地产促销活动,进一步支持多样化住房需求。

上海易居房地产研究院副院长严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示,房地产提振政策及相关促销活动对拉升9月份、10月份楼市行情有所帮助。

开展多样化促销活动

9月1日,2024重庆秋季线上房地产暨家居展示交易会正式启动,除了在线上线下集中展示房源、开启房地产相关行业联动促销以外,会上还推出惠民消费套餐、财政贴息补贴等多种优惠措施。

除了重庆,其他一些地区也积极开展房地产促销活动。在天津,“美好津城 为爱安家”2024天津秋季房交会正在举行,吸引270余家房地产企业参展;在山东,2024齐鲁秋季(48届)房地产展示交易会将于9月5日开启,集中展示一批满足百姓刚性和改善性住房需求的楼盘项目。

此外,还有一些区域推出购房补贴、发放购房消费券,助力楼市“金九银十”。例如,杭州市萧山区从8月31日起发放购房消费券,在购买相关项目的新建商品住宅时每套房源可凭消费券抵扣3万元。

进行房地产促销的同时,各地的房地产交易政策也在不断优化调整。9月1日起施行的《重庆市住房和城乡建设委员会关于调整优化房地产交易政策的通知》提到,调整新购住房再交易管理、优化住房套数认定标准等多项举措。

“重庆等地近期推出的一系列房地产相关政策,将会发挥一定的积极作用。”严跃进表示,预计今年“金九银十”房地产领域优化政策较多,房价也相对优惠,预期市场表现将强于7月份、8月份。

市场活跃度或回升

今年以来,各地不断推出房地产相关政策。中指研究院数据显示,8月份,各地相继出台房地产优化政策超50条。

“今年以来,各地加快楼市政策的出台节奏,进一步提升市场活跃度。”58安居客研究院院长张波对《证券日报》记者表示,在今年9月份、10月份,随着政策不断发力,叠加各地收储动作持续推进,一、二手房销售量相比7月份、8月份提升应该是大概率事件。其中,一线城市的市场韧性总体较强,市场成交量提升的确定性更强。

中指研究院指数研究部研究副总监徐跃进认为,接下来市场将进入“金九银十”传统旺季,短期内核心城市新房市场活跃度或将小幅回升,但前期土地大幅缩量或制约房企供货能力,进而拖累销售恢复,新房市场整体仍承压。二手房方面,预计重点城市二手房市场有望保持一定活跃度。

谈及接下来房地产政策的发力方向,张波表示,未来几个月政策可以在一线城市优化限购、各地增强购房补贴的力度、放松对新房的价格管控等方面重点发力。其中,在购房补贴方面,目前涉及的包括契税、增值税在内的交易税减免,以及人才购房、多孩家庭购房相关的补贴,但总体来看补贴力度依然偏小,可以针对性出台更大力度补贴,尤其是大额限时折扣的效果会更明显。

实探中秋节前白酒动销行情:

各大白酒品牌终端花式促销 酒企积极去库存缓解压力

本报记者 李 静

中秋假期将至,白酒行业迎来传统销售旺季。连日来,《证券日报》记者走访市场发现,白酒品牌纷纷开启节日促销活动。

广发证券表示,进入9月份,白酒行业由传统淡季转向中秋、国庆旺季,在需求回暖的情况下主流产品价盘有望企稳。

促销帷幕已拉开

随着中秋假期临近,头部酒企以多种方式开展营销活动。比如,洋河推出“中秋团圆喝洋河,万部华为抢先得”活动;郎酒近期在福建举办“中国郎·福建博饼文化节”。

针对即将到来的旺季,各大酒企还纷纷推出了中秋礼盒。比如,茅台推出限量85000套的茅台2024年中秋礼盒出炉;洋河则推出洋河·梦之蓝中秋礼盒。

同时,不少烟酒专卖店也抢抓“中秋行情”做起了活动。“53度五粮液售价1100元/瓶,整箱售价5880元/箱,合980元/瓶。”位于北京大兴区的凯森烟酒行负责人对《证券日报》记者介绍,店铺是新开业,今年中秋假期活动力度较大,也是为了吸引新的顾客。

北京丰台区某烟酒零售店老板告诉《证券日报》记者,最近老客户开始陆续订购白酒,价格在300元/瓶至600元/瓶之间,因为上半年压货较多,今年中秋假期店里也加大了促销力度,如购买产品总价格超2000元,会送价值200元的红酒一瓶。

除白酒专卖店外,部分商超的白酒货架上也标注着最新优惠活动——“购买部分指定酒品实付880元返100元现金抵用券,实付2000元返300元现金抵用券”。

白酒专家、知趣咨询经理蔡学飞对《证券日报》记者表示,中秋假期是酒类销售、消费的重要时期。当前,宴席与礼品的酒类消费开始升温,带动了贵州茅台、五粮液、泸州老窖等一线酒企的明星产品价格回升,也带动了古井贡酒、今世缘、迎驾贡酒等区域强势酒企在当地市场的活跃表现。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青在接受《证券日报》采访时表示,今年中秋假期和国庆假期可以带动两波市场行情,能够有效扩大市场需求。同时,随着天气转凉,白酒消费场景将逐渐回归,这也会加大白酒的销售。

行业仍处去库存阶段

今年以来,酒企一直在通过促销、强渠道等方式去库存,但产能过剩、供需不平衡的问题依然明显。

中国酒业协会此前发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》显示,2024年白酒市场“库存高企”问题突出。与去年同期相比,2024年上半年有超过60%经销商、终端零售商表示库存增加,超过30%表示面临现金流压力,超过40%表示实际销售价格的倒挂程度有所增加,超过50%表示利润空间有所减少。

东方财富Choice数据显示,今年上半年A股与H股市场中的21家白酒上市公司上半年合计存货金额同比增长10.29%,达1574.70亿元。其中,贵州茅台、洋河股份、五粮液、泸州老窖、山西汾酒等5家酒企存货均超百亿元。

在蔡学飞看来,下半年,随着白酒消费旺季的到来,行业高库存问题将逐步缓解。

肖竹青表示,整个白酒行业目前的问题还是社会购买力不足,中秋假期会对去库存产生一定的积极作用。

虽然白酒库存问题依旧存在,但透过白酒上市公司半年报可以看出,白酒企业依旧充满韧性。东方财富Choice数据显示,上述21家白酒上市公司上半年合计实现营收2477.27亿元,同比增长13.14%;合计实现净利润964.34亿元,同比增长13.07%;经营活动产生的现金流量净额为734.45亿元,同比增长25.47%。

蔡学飞称,上半年,一线酒企基本上都取得了营收与净利润的双位数增长,并呈现出产销两旺态势;区域强势酒企由于有基数优势,表现更为突出。

对于今年中秋假期行情,多家酒企持谨慎乐观态度。水井坊表示:“今年中秋旺季,我们保持谨慎乐观的态度。”泸州老窖称,存量市场竞争下,今年中秋假期,公司将加大市场投入以获取更多份额。

券商也普遍看好旺季行情。国盛证券研报表示,目前中秋动销旺季逐步临近,市场整体预期处于低位,动销环比改善可期。华泰证券预计,中秋假期、国庆假期应以环比改善、渐进式复苏方向为主。

上市银行科技金融“中考”交卷:

主打“技术流” 多方位推进体系化建设

本报记者 李 冰

随着半年报披露完毕,上市银行今年上半年推进科技金融服务的“成绩单”也浮出水面。

据《证券日报》记者梳理,多数上市银行科技型企业贷款余额及服务科技企业用户数量均增速明显。整体看,银行业金融机构积极响应国家政策,并通过优化组织架构、深耕重点场景、推广专项产品、完善科技金融服务体系、加强科技金融生态建设等全战略方向深入科技金融探索与实践。

科技型企业贷款增速明显

经梳理,多家上市银行对科技金融着墨颇多,个别银行在业绩报中提及“科技金融”达30次。综合看,围绕“科技金融”大文章,上市银行正不断加大对科技型企业的支持力度。

从贷款规模来看,工商银行、建设银行、中国银行科技型企业贷款余额均已超过万亿元。截至2024年6月末,工商银行科技型企业贷款余额近2.1万亿元;建设银行科技型企业贷款余额1.80万亿元,较上年末增幅12.31%;中国银行共为8.35万家科技型企业提供1.71万亿元授信支持。

构建科技金融生态圈,创新提升科技金融服务质效。截至2024年6月末,农业银行战略性新兴产业贷款余额达2.63万亿元;交通银行科技型企业授信客户数较上年末增长16.05%,战略性新兴产业贷款、“专精特新”中小企业贷款、科技型中小企业贷款增速分别为5.89%、37.87%和8.51%;邮储银行服务科技型企业近8万户,融资余额突破4000亿元,同比增幅超过40%。

股份行中,科技型企业贷款余额普遍超千亿元。比如,招商银行科技企业贷款余额5829.97亿元,较年初增长8.35%;浦发银行科技金融贷款余额超5500亿元;中信银行科技金融贷款余额4330.89亿元,较上年末增长4.19%;光大银行科技型企业贷款余额3510.61亿元,比上年末增加838.09亿元,增长31.36%;民生银行对以“专精特新”客群为代表的科技型企业提供信贷支持超4000亿元。

在上市城农商行中,北京银行、上海银行表现颇为亮眼。例如,报告期内,北京银行科技金融余额3378.95亿元,较年初增长786.59亿元,增速30.34%;上海银行科技型企业贷款余额1535.25亿元,较上年末增长9.41%。

“从各银行半年报来看,在科技金融领域,银行机构均交出了满意的‘答卷’,对科技型企业贷款投放增速显著增长。”中国银行研究院研究员吴丹对《证券日报》记者表示,当前科技金融已成为提升银行经营竞争力的重要赛道,主动赋能科技金融改革升级和落地实践已成为银行机构的“必修课”。银行通过数字化手段不断提升金融服务科技创新能力与质量,有助于缓解金融科技创新融资难题,推动产业经济转型升级。

“上市银行半年报普遍将‘五篇大文章’作重点阐述,其中科技金融方面增速显著,亮点颇多。综合看,国有大行体系化发展相对成熟,并初步建立起全链条、全流程科技金融服务体系;中小银行大多处于业务探索的阶段,规模仍待放量。”星图金融研究院副院长薛洪言对《证券日报》记者表示。

加强科技金融生态建设

围绕科技型企业所处不同产业链节点、所处不同发展阶段特点,上市银行也持续完善科技金融服务体系,加强科技金融生态建设,优化科技金融组织架构和综合服务能力的提升。

同时,多家银行正通过数字化能力精准营销。中国银行表示,通过数字化能力精准营销和手段开展客户画像,分层、分类精准营销施策,聚焦科技型企业核心客群特征,围绕科技型企业项目研发、技术攻关、成果转化等重点领域,提供全生命周期服务。

浦发银行坚持以数智化为底座,围绕赛道发展规划施工图,将科技金融作为战略主赛道,大力支持战略性新兴产业和科技型企业。

农业银行创新推出新兴产业赋能贷,探索“贷款+外部直投”业务模式,构建科技金融“政金企、产学研、投服创”生态圈。

交通银行推出“交银科创”品牌,打造涵盖“股债贷租”四大产品体系和“链圈园”三大场景生态的专属服务方案,为科技型企业提供多元化接力式的全生命周期金融产品和服务。

兴业银行表示,聚合资源搭建科技金融强生态。以“政策链、创新链、资本链、产业链、人才链”为核心,搭建生态伙伴体系。

“当前各大银行普遍加大对科技金融重视力度,在资源倾斜、产品研发、审批优化等方面做了很多创新,驱动科技金融业务实现较快发展。从经济结构转型大趋势看,科技金融必然会成为银行业新增贷款的主力军和下一个风口。”薛洪言表示。

吴丹认为,上半年银行业对科技型企业贷款投放增速显著,但不容忽视的是,银行科技金融服务仍面临堵点。如银行对初创企业支持不足、信贷投放与科技企业轻资产缺担保等特征不适应、科技金融风险控制体系尚不健全等。未来商业银行应全面提升金融服务科技水平和能力建设,加快构建、完善科技金融专属组织架构和风控机制,以绩效考核等内部制度升级和完善为导向,为科技金融发展和我国高水平科技自立自强贡献更多力量。