

合资车企合资模式蝶变 今年欲打“翻身仗”

■本报记者 刘 钊

在中国新能源车高歌猛进之时，合资车企整体却显得有些“落寞”。近日，多家合资车企率先发布了2024年销量数据。《证券日报》记者梳理发现，尽管少数几家合资车企报告期内实现销量同比增长，但大部分合资车企却呈现出不同程度的同比下滑。然而，仍面临严峻的市场挑战，合资车企仍展现出强劲的发展韧性，通过油电共进、技术协同等战略稳住阵脚的同时，蓄势待发，准备在2025年打个漂亮的“翻身仗”。

对于2024年合资车企的表现，受访人士普遍认为，一方面，由于合资车企向新能源市场的转型相对缓慢，新能源车销量占比低，使得其在自主品牌和新兴新能源汽车企业带来的激烈市场竞争中难以招架，导致其整体销量出现下滑，市场份额被抢占；另一方面，部分合资车企在新能源转型方面已经取得了一定进展，开始陆续推出配备全场景NOA（导航辅助驾驶）的新车型，并加速本地化进程，探索新的合资模式，努力提升产品竞争力。同时，合资车企在传统技术领域，如混合动力、整车技术和车辆可靠性等方面，仍保持着一一定的优势。

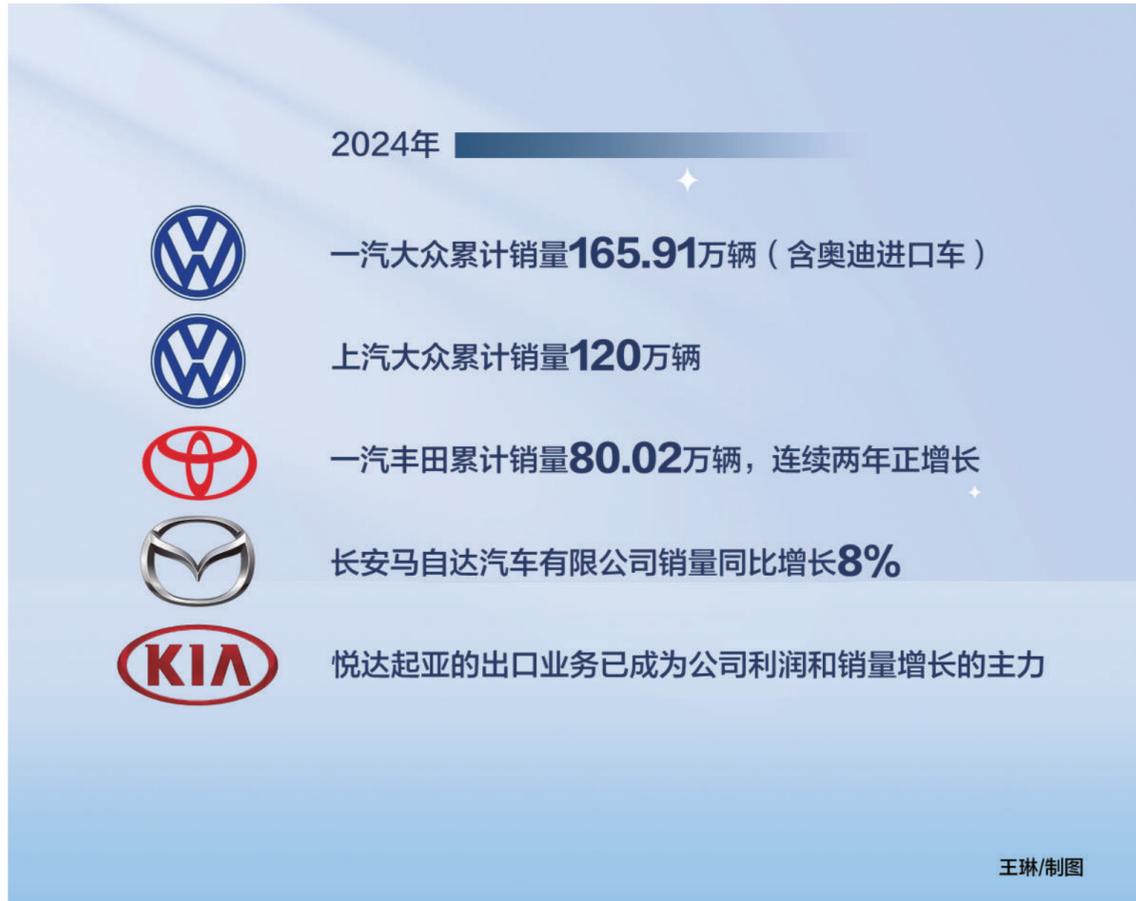
市场竞争加剧

从已发布的数据来看。尽管销量有所下滑，但一汽-大众汽车有限公司（以下简称“一汽大众”）仍坚守住了国内合资车企的龙头宝座，2024年累计销量165.91万辆（含奥迪进口车）。其中，大众品牌92.8万辆，奥迪品牌61.11万辆，捷达品牌12.00万辆。

一汽大众相关负责人表示，面对汽车市场的剧烈变化，公司积极应对智能网联、新能源等新技术对行业的深层影响，在自研混动、整车研发、IT系统国产化、营销创新等方面都取得了显著成效。2024年，公司成为国内首家产销突破2800万辆的乘用车企业，继续夯实燃油车市场的领先地位。

上汽大众汽车有限公司（以下简称“上汽大众”）的销量较2023年有小幅下滑，但仍达成了120万辆的销量成绩。此外，上汽通用汽车有限公司（以下简称“上汽通用”）、上汽通用五菱汽车股份有限公司（以下简称“上汽通用五菱”）和广汽本田汽车有限公司（以下简称“广汽本田”）2024年累计销量80.02万辆，连续两年正增长。其中，电动化

车型全年销量38.46万辆，同比增长36%，占比达48%；长安马自达汽车有限公司2024年销量同比增长8%。



车型全年销量38.46万辆，同比增长36%，占比达48%；长安马自达汽车有限公司2024年销量同比增长8%。

一汽丰田相关负责人表示，2024年，公司明确了全面响应国家以旧换新号召、全面智混化、全面高端化的“三大战略”。公司发布了全新进化的IT'S TIME 2.0智能电混双擎技术品牌，迈出了全面智混化的新步伐。同时，公司还与华为技术有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司等国内顶级科技企业强强联合，共同打造了支持“人、车、家”无缝衔接的汽车智能生态系统。

在过去年燃油车占主导的时代，合资车企凭借更先进的技术储备赢得了不少市场份额。然而随着新能源汽车的市场渗透率逐渐提高，合资车企在新能源汽车领域的布局相对滞后，具有竞争力的新能源车推出节奏较慢，车型数量较少，导致合资车企在新能源市场的竞争力不足。尽管部分合资车企在新能源市场有所布局，但销量占比仍然较低。

2024年

一汽大众累计销量165.91万辆（含奥迪进口车）

上汽大众累计销量120万辆

一汽丰田累计销量80.02万辆，连续两年正增长

长安马自达汽车有限公司销量同比增长8%

悦达起亚的出口业务已成为公司利润和销量增长的主力

吹响“反攻号角”

面对中国市场的激烈竞争，合资车企开始加速本地化进程。通过采用本土供应链产品、降低采购成本和技术转让费成本等方式，合资车企试图提高产品的竞争力。同时，合资车企也在探索新的合资模式。从传统的“外资提供产品与技术，中资负责生产与市场”的老合资模式，向重视本地化和供应链创新的新合资模式转变。这种模式的蝶变，不仅助力了中国汽车产业的进一步飞跃，也为国产品牌走向国际市场打开了新视野。

2024年11月27日，作为中国最早的轿车合资企业，上汽集团与大众汽车集团宣布延长上汽大众

的合资协议至2040年，展现出双方发展合资企业的坚定信心。上汽大众相关负责人表示，公司将基于中国市场开发多款包括纯电、插电混动在内的全新车型，持续打造更懂中国市场的好产品。到2030年，公司将推出18款新车型。其中，有15款将专为中国市场开发。在燃油赛道，公司将聚焦油车智能化，而在新能源领域，公司将推出全新的纯电车型、增程版车型和插电式混合动力车型。

值得关注的是，合资车企也在市场竞争中逐渐稳住了阵脚。北京现代汽车有限公司（以下简称“北京现代”）、上汽通用等合资车企也在全力应对市场挑战。例如，从2025年开始，北京现代将依托与北汽汽车股份有限公司合作开发的平台，推出首款纯电车型，从2026年开始，其将陆续开发出5款新车型，涵盖纯电、增程等动力形式；上汽通用表示，2025年将推出“具有市场竞争力的全新产品和创新技术”，覆盖纯电、插混、增程等主流类型，全面吹响“反攻号角”。

在面对国内市场压力的同时，

部分合资车企也开始寻求海外市场的机遇。通过扩大出口规模，这些车企实现了销量的增长和利润的提升。例如，江苏悦达起亚汽车有限公司（以下简称“悦达起亚”）在2024年的出口业务，已成为其利润和销量增长的主力，而北京现代、长安福特等车企也在战略转型中扩大了出口规模。

悦达起亚相关负责人表示，《证券日报》记者表示，2024年，公司出口业务稳定增长，出口销量屡创历史新高，逐步稳固“内销外销齐头并进”的发展新格局。

此外，合资车企也正逐渐发挥自身优势，在智能驾驶和智能座舱等消费者关注度较高的领域，通过采取本地化开发与供应商合作的策略，缩小与自主车企差距。同时，其也在通过自身过硬的技术实力，广泛的销售渠道和品牌认知度逐渐赢回市场。

业内人士表示，2025年，合资车企需要进一步加强在电动化转型、提高产品竞争力、加强本地化合作以及拓展海外市场等方面的努力，以应对中国市场的激烈竞争和挑战。

2025年国际消费电子展将至 中国AI眼镜产业链或成热点

■本报记者 李万晨曦

2025年国际消费电子展（以下简称“CES2025”）将于当地时间1月7日至1月10日在美国拉斯维加斯举行。据了解，今年将有一系列AI（智能）眼镜前沿技术和产品在活动中亮相，其核心亮点集中在轻量化结构设计、全彩显示效果、增强现实与AI技术的深度融合以及多场景应用拓展等方面。

同花顺iFinD数据显示，A股市场AI眼镜概念板块近期表现同样活跃，1月3日板块整体逆市走强。截至当日收盘，佛山市国星光电股份有限公司、浙江比依电器股份有限公司等涨停，佛山纬达光电材料股份有限公司（以下简称“纬达光电”）、京东方华灿光电股份有限公司（以下简称“华灿光电”）涨幅超12%，万向新元科技股份有限公司、宁波永新光学股份有限公司等涨幅超5%。

“端侧AI技术的持续落地和多家科技企业的积极布局，使得近期AI眼镜市场热度爆棚。AI眼镜作为智能穿戴市场的新风口，集成了先进的AI功能，满足了消费者多样化的需求。同时，众多科技大厂和初创公司的相继入局，使得市场竞争

加剧，产业链相关上市企业密集“剧透”布局进展，这些因素都推动了AI眼镜技术的快速发展和产品的不断创新。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示。

市场潜力巨大

“目前，我国在AI眼镜领域不仅取得了不少技术创新和产品研发成果，还在产业链完善、市场表现和商业化落地等方面展现了积极的成效。本次CES2025，AI眼镜或将成为热点。从行业热度及技术创新等方面来看，AI眼镜行业已展现出广阔的市场前景。”萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示。

据透露，在CES2025上，珠海莫界科技有限公司的轻量型全彩AR+AI眼镜设计方案将亮相；大朋VR（乐相科技有限公司旗下VR品牌）将展示XR创新成果及AI眼镜新品；雷鸟创新技术（深圳）有限公司将与TCL科技集团股份有限公司联合参展，推出AI拍摄眼镜V3和AI+AR光波导眼镜X3Pro。

“2025年有望成为AI眼镜元

年，新产品、新技术的密集发布，将会“催化”AI眼镜的市场热度。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示，随着AI技术的不断进步及VR/AR技术的不断成熟，AI眼镜的功能和应用场景将会更加丰富和多样。同时，随着5G、物联网等技术的普及和应用，AI眼镜将会与更多的智能设备进行互联互通，形成更加智能化的生态系统。此外，大模型应用的普及，也使得AI眼镜具备了更好的人机交互效果，这些因素都将加速AI眼镜的市场渗透。

“尽管技术在不断进步，但我国AI眼镜产业在一些关键领域如芯片性能、显示技术等方面仍存在一定的瓶颈。此外，目前市场上大多数AI眼镜产品功能较为相似，缺乏差异化竞争，这导致了市场竞争的加剧和企业利润空间的压缩。”北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示。

“随着应用场景的不断拓展，为AI眼镜的发展提供了更多的可能性。可以预见，AI眼镜的市场潜力巨大，其出货量也将持续增长。”北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏表示。

据深圳市维深信息技术有限公司预测，2025年开始，AI智能眼镜将在传统眼镜销量保持稳定增长的大背景下，快速向传统眼镜渗透。

机构密集调研

随着市场关注度的持续上升，近期多家AI眼镜概念板块上市公司受到了机构投资者的重点关注。数据显示，近一个月以来，包括华灿光电、纬达光电、博士眼镜连锁股份有限公司等在内的超30家AI眼镜概念企业迎来了机构密集调研。

“AI智能眼镜产业链涉及光学模组、显示模组、交互模组、SOC（系统级芯片）、结构件等。其中，成本占比最高的是SOC和结构件两部分，而随着AI眼镜的普及，将增加对SOC等硬件及软件的需求，为产业链企业的业务增长和盈利提升带来正面影响。”深度智慧科技研究院（江苏）有限公司院长张孝荣表示。

在SOC领域，星辰科技股份有限公司相关负责人表示，公司已在AI眼镜芯片上投入研发资源，正与部分客户展开对接，预计2025年会

有产品推出。同时，公司在安防领域无网无电户外场景所积累的低功耗技术、行业领先的ISP视觉效果，以及先进制程SOC能力，都将应用于AI眼镜中。

在显示模组领域，利亚德光电股份有限公司相关负责人表示，公司联手合作伙伴西安赛富乐斯半导体科技有限公司推出了业界领先的全彩mLED微显示屏和单色（绿色）mLED微显示屏，现正基于该技术研发T3版本mLED全彩微显示屏，预期可代替成本高昂的三片光合方案，帮助AR+AI眼镜走向市场成熟。

华灿光电相关负责人表示，公司AI眼镜客户涵盖创业公司、消费电子企业及互联网公司，针对不同需求和产品定位提供解决方案，目前已进入研发试样及方案验证阶段。

“相关产业链企业应加强技术创新和研发投入，提升产品的核心竞争力。同时，应注重市场需求和消费者体验，不断优化产品和服务，加强产业链上下游企业的协同合作，形成合力推动AI眼镜产业的快速发展。此外，也要积极关注政策动态和市场趋势，及时调整企业战略和发展方向。”郑磊说。

45家公司发布年度业绩预告 7家公司预测净利润同比翻番

■本报记者 桂小笋

同花顺iFinD数据显示，截至1月5日，共有45家A股公司发布了2024年年度业绩预告。其中，有7家公司预计报告期内净利润同比增长幅度将超过100%（以预告净利润同比增长幅度上限排序，下同）。

从预告净利润金额来看，立讯精密工业股份有限公司（以下简称“立讯精密”）、温氏食品集团股份有限公司（以下简称“温氏股份”）等5家公司预计报告期内实现净利润超过10亿元。

多家专家表示，在2024年，面临复杂经营局面的同时，公司采取了多种经营措施。例如，进一步深化产业链垂直整合，积极布局新产品、新技术和新领域，以及控制成本等，最终在2024年取得了不错的经营业绩。

在上述45家上市公司中，温氏股份预计的净利润金额及同比增长幅度排名均较为靠前。公司在近日发布的2024年业绩预告中表示，报告期内，公司核心生产指标持续改善，生产持续向好，同时叠加饲料原料价格下降的影响，公司生猪养殖业务利润同比大幅上升，实现扭亏为盈。预计公司2024年度实现归属于上市公司股东的净利润为90亿元至95亿元。

广东省食品安全保障促进会副会长、中国食品产业分析师朱丹蓬向《证券日报》记者表示，2024年，养殖行业进入了相对有序、健康、良性的发展周期，使得行业头部企业在业绩上受益明显，“从中长期来看，行业还将受益于三个红利。首先，政策鼓励拉动内需。其次，经过此前的产能调整，行业生产效率不断提升，企业也在不断拼‘内功’和成本，为利润的获取提供了基础。最后，经济稳中有升带来的消费需求释放。”

值得一提的是，上述45家公司当中，有3家公司已经发布了两次2024年业绩预告。

上海明伦律师事务所律师王智斌告诉《证券日报》记者，在发布业绩预告时，上市公司要确保内容的准确度，“例如，有一些上市公司在发布业绩预告之后，又频繁修正业绩，如果修正的业绩变化是在合理范围内，可以理解。但在过往的案例中，也有一些上市公司修正业绩后出现‘变脸’的现象，这将对投资者造成严重误导。”

王智斌表示，在被监管部门问询或处罚过的上市公司中，有一些案例是因为在业绩预告发布时，公司对于收入确认、计提减值、商誉等会计科目的统计有较大误差，最终造成业绩预告和正式发布的财报差别明显。因此，建议投资者在做出投资判断时，应结合更多的信息共同甄别。

预计2024年盈利超90亿元 温氏股份成本优化迈入新阶段

■本报记者 丁 蓉

1月4日，头部养殖企业温氏食品集团股份有限公司（以下简称“温氏股份”）发布2024年业绩预告显示，预计公司报告期内实现营业收入超1000亿元；实现归属于上市公司股东的净利润90亿元至95亿元。

资料显示，温氏股份2024年前三季度累计实现归属于上市公司股东的净利润64.08亿元，由此计算，公司预计第四季度实现归属于上市公司股东的净利润为25.92至30.92亿元。

温氏股份总经理黎少松向《证券日报》记者表示，2024年公司能够实现营收超1000亿元和净利润超90亿元的成绩，主要得益于成本的降低。2025年公司将进一步增强在经营成本方面的把控。

业绩预告显示，报告期内，在生猪养殖业务方面，温氏股份销售肉猪同比增长，毛猪销售均价同比上升。同时，公司继续强化基础生产管理和重大疫病防控工作，核心生产指标持续改善，生产持续向好，叠加饲料原料价格下降的影响，公司养猪成本同比大幅下降，实现生猪养殖业务利润同比大幅上升，实现扭亏为盈。具体来看，公司此前披露的数据显示，截至2024年10月份，公司16个省级养殖单位中，肉猪养殖综合成本已全部实现7.3元/斤以下。其中，有5个低于6.5元/斤，有7个处于6.5元/斤至7元/斤之间，4个处于7元/斤至7.3元/斤。

在养鸡业务方面，报告期内，温氏股份销售肉鸡同比增长，毛鸡销售均价同比略降。公司养鸡业务保持高水平稳定状态，叠加饲料原料价格下降的影响，公司养鸡成本同比下降，实现养鸡业务利润同比上升。

据悉，优化成本是头部养殖企业的竞争焦点，2025年继续降本将成为行业的主旋律之一。温氏股份已经抛出了2025年全年肉猪养殖综合成本目标。根据公司初步规划，为6.5元/斤以下。

据黎少松介绍，温氏股份将通过多项措施进一步降本，其中，提升种猪性能、精益内部管理等是主要方向，公司当前在这些方面也存在较大提升空间。同时，公司将持之以恒用科技赋能，进行数字化转型。

上海钢联电子商务股份有限公司农产品事业部生猪分析师王艺霖在接受《证券日报》记者采访时表示，随着成本竞争的加剧和市场份额的逐步集中，具有成本优势的头部企业将不断扩大其市场份额，“今年多家生猪养殖企业在降本方面取得了显著突破，它们将凭借先进的养殖技术和管理经验，在市场竞争中占据领先地位，并有望在未来继续保持这一领先优势。”