



# 新能源汽车供应链踏上“升维”之路

■本报记者 刘 钊

当前,中国新能源汽车产量连续8年位居全球第一,动力电池装机量占据全球近70%的市场份额,智能驾驶技术从实验室快速走向量产应用,中国汽车产业迎来发展的历史性拐点。

但繁荣背后,产业链供应链的安全稳定日益受到关注。在全球经济格局深刻调整、技术变革加速演进、市场竞争日趋激烈的大环境下,中国新能源汽车产业如何实现强链补链,走上“升维”之路,构建具有国际竞争力的产业生态体系,是绕不开的课题。

一方面,整车企业需要投入更多资源构建安全稳定的供应链体系;另一方面,零部件企业需要提升快速反应能力和技术创新能力。

## 以数字化转型破局

在新能源汽车产业链中,动力电池、芯片、软件三大核心领域是全球竞争焦点。

“虽然中国是全球动力电池强国,但上游资源和产能的供应链安全仍面临挑战。锂、钴、镍等关键资源主要集中在少数国家,存在被垄断的风险。”车百会理事长张宏伟在接受《证券日报》记者采访时表示。

软件领域的竞争同样激烈。随着汽车智能化程度不断提升,操作系统的重要性日益凸显。

走进东软睿驰汽车技术(沈阳)有限公司研发总部,《证券日报》记者注意到,研发人员在开放工位与实验室间高效协作,在这样的研发节奏与工程体系支撑下,公司打造的整车级操作系统NeusAR OS得以在安全性、稳定性与规模化方面持续取得突破。在该公司总裁兼CTO杜强看来,汽车产业正由原来的“软件定义汽车”逐步步入“AI定义汽车”时代。在这个过程中,操作系统的自主可控已成为产业链安全的关键环节。

面对挑战,新能源汽车产业链如何破局?“技术创新+数字化转型驱动”或是答案。

当前,智能驾驶技术正在经历从模块化向端到端模式的深刻变革。这种变革的本质是从规则驱动转向数据驱动,通过单一神经网络直接从传感器输入映射到车辆控制指令。

对此,上海交通大学智能汽车研究所副所长黄宏成直言:“端到端技术的优势主要体现在效率提升、泛化能力增强和迭代速度加快三个方面。传统模块化架构中,模块间的信息压缩会导致关键细节丢失,而端到端模型能够保留全量信息,实现更加精准的决策。”

目前,企业已经从多维度展开尝试。在数据供应链创新方面,仰望数据CEO于旭对记者表示:“我们通过‘数据拼车’的创新模式,让行业内企业共享高质量数据集,实现成本降低和效率提升。在最刚需的共性数据集上,我们可以做到目前行业1/3的成本,通过复用和共享能做到成本降一半、效率高三倍。”



## 汽车供应链正在加速扩容细分赛道生意,为机器人、低空经济、无人船舶等新兴产业提供支撑



崔建岐/制图

值得关注的新变化是,底盘技术正成为新的突破点。在业内看来,底盘技术的发展呈现出智能化、集成化趋势。线控制动、线控转向、集成式智能线控底盘等新技术正在快速发展。

合肥工业大学汽车与交通工程学院副院长夏光表示:“传统汽车的三大核心技术中,我们绕开发动机和变速器,但底盘技术每辆车都必须面对。新能源汽车底盘需要重新设计,以满足电池、电机以及整车性能的要求。”

对于该细分赛道的未来发展空间,天海汽车电子研发总监王超表示:“汽车电子电气产业2025年市场规模是1.28万亿元,预计2030年可达到2万亿元产值。我们在轻量化、高压化、高速化和域控化、智能化等方面开展前沿技术预研和推广应用。”

更关键的变化则是,数字化转型正在重塑汽车供应链的运作模式。华为云中国区汽车拓展部解决方案专家严丽滨表示:“AI变革不是几个智能体的问题,而是涉及整个企业怎么去结合自己的业务,进行一个顶层规划框架。所有的AI架构都应该与以往的数字化架构相结合,实现统一的愿景、统一的平台、统一的数字化能力,统一的数据处理平台。”

实际上,建设供应链平台,为解决整零供需矛盾提供了新途径。在这方面,已有企业深度布局。

据安徽江淮汽车集团股份有限公司采购中心副总经理魏沈平透露:“江汽集团通过与华为深度合作,以全方位、多领域、深层次的对标学习和数字

化赋能,系统实施IPD(集成产品开发)、ISC(集成供应链)、LTC(线索到现金)等核心价值流程变革,建立端到端能力资源中心。为打造尊界项目已联合华为、宁德时代、舍弗勒、保隆等240余家全球一流的供应链伙伴,结成品质同盟。”

蔚来汽车供应链发展部助理副总裁章向利表示:“开发周期极大缩短,产销预测难度增加,这就要求我们与合作伙伴建立更加紧密的协同关系。通过早期参与开发和近地化布局,能够有效提升供应链的响应速度和灵活性。”

## 构建开放韧性供应链体系

在海内外市场进行多元化布局,也是提升供应链韧性的重要策略。

比如,部分企业提出“双工厂”模式,即在中国本土建立“大脑工厂”,负责所有的工艺控制和技术研发,在海外建立“手脚工厂”,主要负责末端的自动化生产制造。

这种模式的优势在于,“手脚工厂”可以远程控制,现场用工非常少,用工要求以简单操作为主,有效解决海外人才短缺的问题。同时,所有的控制工艺和供应链配置都通过数字化方式远程实现,确保生产的稳定性和一致性。

对此,法拉第未来采购总监霍旭表示:“我们在关键零部件布局上采取分阶段策略。第一阶段主要解决行业法规要求,对必须本土化的零部件开展工作;第二阶段提升产品力和满足客户使用习惯,降低进口关税;第三阶段提高产品市场竞

争力,完成绝大部分长周期零部件的本土化;第四阶段完成超长周期零部件的本土化,实现超过90%的本土化率。”

简言之,哪里有整车,哪里就一定会出现一批配套的供应链体系。远供的供应链被近供所替代,不仅是出于成本考虑,更重要的是供应链安全。“开发一代、储备一代、供应一代”的理念正在被重新定义。

为适应这种需求走势,汽车供应链正在加速扩容细分赛道生意,为机器人、低空经济、无人船舶等新兴产业提供支撑。

“过去给汽车做动力电池的企业可以做船舶电池、机器人电池。汽车上的感知器件几乎可以无缝导入到具身机器人领域。”张宏伟表示,这种跨界融合不仅为汽车企业找到新的发展赛道,也为新兴产业的快速发展提供成熟的供应链支撑。

正如王超强调:“供应链企业靠一次技术创新、大规模制造来实现发展的模式基本结束了。相关企业必须具备技术和工艺迭代能力,要比整车企业快走半步、快走一步,甚至要持续领先。”

面对挑战,魏沈平提出构建开放韧性供应链生态体系的三点倡议:“一是从产品输出到体系输出,不仅输出整车,更要推广车型平台+供应链组合方案;二是从地理布局到韧性网络,推进本地化生产+全球资源调配,打造既能全球协同又能区域自主的弹性供应链网络;三是从资源整合到生态共赢,以开放姿态反向链接全球细分领域的隐形冠军,通过合资合作实现核心技术的深度融合。”

从早期的野蛮生长到中期的规模扩张,再到现在的精细化运营和生态构建,电商行业正经历一场范式转变。如今,“双12”正以更扎实、更多元的方式,融入消费者的生活场景和节庆文化,这正是行业走向成熟和可持续发展的必经之路。

另外,直播电商、即时零售、AI技术等新兴力量正在重塑行业竞争格局。电商平台应当思考,如何借助新技术、新模式重新平衡商家、平台与消费者三方关系,实现行业破局。

“行业核心竞争已转向三个维度:用户留存深度、生态闭环完整性,以及数据资产应用能力。”一位电商行业分析师对《证券日报》记者表示,“竞争的关键,在于平台能否将‘低价’认知转化为可持续的‘高性价比’体系,并构建起难以复制的场景服务壁垒。”

从早期的野蛮生长到中期的规模扩张,再到现在的精细化运营和生态构建,电商行业正经历一场范式转变。如今,“双12”正以更扎实、更多元的方式,融入消费者的生活场景和节庆文化,这正是行业走向成熟和可持续发展的必经之路。

## 惠而浦拟收购控股股东洗衣机业务相关资产 解决同业竞争问题

■本报记者 徐一鸣

12月11日晚间,惠而浦(中国)股份有限公司(以下简称“惠而浦”)发布公告称,公司拟以7461.93万元现金收购控股股东广东格兰仕家用电器制造有限公司(以下简称“格兰仕”)的洗衣机(含干衣机)业务相关资产,涵盖固定资产、专利、专有技术及产品等核心资源。

值得一提的是,此次交易附加了商标授权条款,即格兰仕将以全球独占许可的方式,将洗衣机业务相关商标授权给惠而浦使用,这一举措既避免了品牌分散的风险,又为惠而浦整合市场资源提供了法律保障。

回溯交易历程,2021年3月份,格兰仕在发起对惠而浦的要约收购前,出具《关于避免同业竞争的承诺函》,明确在收购惠而浦完成后的60个月内,解决其与惠而浦可能存在的同业竞争问题。2021年5月份,格兰仕发布公告称,公司正式完成要约收购,以51.1%的持股成为惠而浦控股股东。

彼时,惠而浦聚焦海外市场,依托与Beko等国际巨头的合作稳固营收;格兰仕则深耕本土市场,形成产品结构与客户群体的互补。但洗衣机业务作为双方共同涉足的品类,始终存在同业竞争问题,这也是市场关注的焦点。

## 兆新股份拟收购优得新能源70%股权

■本报记者 刘晓一

12月11日晚间,深圳市兆新能源股份有限公司(以下简称“兆新股份”)发布公告称,拟以现金支付方式收购优得新能源科技(宁波)有限公司(以下简称“优得新能源”)70%股权,交易对价上限为2.2亿元。交易完成后,优得新能源将成为公司控股子公司,纳入合并财务报表范围。

公告显示,本次收购对价初步以标的公司未来3年承诺净利润对应的动态市盈率不超过12倍为定价依据,最终交易价格将综合参考经审计、评估结果,结合业务发展、业绩承诺等因素确定,以正式签署的股权收购协议为准。

据了解,作为新能源运维细分赛道龙头,优得新能源已深耕该领域逾8年,是光伏电站运维国家标准规范起草单位,已在全国设立超100个县级运维中心,服务网络覆盖华东、华南等高价电区域,历史运维电站规模超2000座,累计容量逾10GW。

“本次收购将进一步增强公司新能源全域运营战略部署与落地能力,拓宽新能源板块业务发展空间。”兆新股份相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示,交易完成后,公司将获取约5GW的在运电站运维规模及一线实操经验,加速实现该细分

惠而浦相关负责人表示,本次资产收购完成后,格兰仕及其实际控制人将不再生产、销售洗衣机产品,格兰仕及其实际控制人与公司不再存在实质性同业竞争。

从交易价格看,截至12月2日,格兰仕洗衣机资产组账面值为人民币7443.09万元,评估值为7461.93万元,评估增值为人民币18.84万元,增值率为0.25%。此外,今年前三季度,惠而浦货币资金储备为16.99亿元,为此次交易提供了充足的现金流动性支撑。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元对《证券日报》记者表示,通过这种“以现金换资产”的模式,惠而浦既规避了股权融资的稀释效应,又优化了资产结构。

同时,公告显示,本次关联交易定价公允,不存在损害公司及其股东特别是中小股东利益的情形,不会对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

上海大学悉尼工商学院讲师王雨婷对《证券日报》记者表示,资产收购完成后,惠而浦或将全面整合格兰仕在洗衣机领域的生产设备、研发专利与技术储备,快速补强产品矩阵的薄弱环节,同时,与自身既有的高端制造经验、全球化渠道形成协同,推动产品在智能化、节能化等方面进行升级迭代。

依托自身数字化技术优势,可推动传统运维业务向智慧运维迭代升级,助力公司从单一的“电站资产持有运营商”向“资产+数据+服务”三位一体的综合智慧能源服务商转型。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者分析称,当前新能源产业正加速从项目开发向全生命周期运营转型,运维服务作为后市场核心环节,市场需求持续扩容。在“双碳”目标推动下,光伏、风电等新能源装机量稳步增长,运维的专业性、智能化要求不断提升,具备成熟服务网络、专业技术团队和智能管理平台的龙头企业优势愈发凸显。此次收购有望实现兆新股份在新能源运营领域的资源互补,契合行业“精细化运营、高质量发展”的主流趋势,未来头部企业的资源整合有望进一步提升行业集中度。

值得一提的是,近期,兆新股份在完善新能源业务方面频繁落子。11月份以来,公司拟通过债转股整合青海锦泰钾肥有限公司股权,剑指优质盐湖锂资源;此外,计划与浙江亿扬能源科技有限公司合资设立公司,布局煤矿低浓瓦斯综合利用项目。此次拟收购优得新能源,也旨在进一步完善新能源全产业链条。

## 新兴铸管拟12.44亿元收购华润制钢

■本报记者 张晓玉

12月11日晚间,新兴铸管股份有限公司(以下简称“新兴铸管”)发布公告称,公司全资子公司芜湖新兴铸管有限责任公司(以下简称“芜湖新兴”)将以12.44亿元对价收购江阴华润制钢有限公司(以下简称“华润制钢”)100%股权。

华润制钢成立于1994年,注册资本15.55亿元,具备年炼钢94万吨、优质无缝钢管40万吨、工模具钢轧板5万吨的生产能力,环评手续齐全,产品广泛应用于机械、汽车、电力、石油等高端装备制造领域。财务数据显示,该公司经营状况稳健,2024年实现营业收入25.39亿元,净利润8883.93万元;2025年前9个月营收达20.61亿元,净利润9060.67万元。

华润制钢旗下还拥有两家全资子公司:江阴兴润再生资源有限公司和江阴西润精密铸造有限公司,主营金属材料销售和废旧物资回收业务。

值得注意的是,芜湖新兴已受托管理华润制钢多年,对其生产流程、技术特点及市场布局有着深入了解。公告表明,双方优钢业务存在显著协同优势,本次收购符合钢铁产业结构转型升级、绿色化发展的行业趋势,将助力新兴铸管优化产品结构,加速优特钢转型进程。

“先托管后收购的模式在钢铁行业并不罕见。”一位不愿具名的证券

分析师表示,这种模式可以让买方充分了解标的企业的经营情况,避免并购后的整合风险。从华润制钢的财务数据看,该企业盈利能力稳定,与新兴铸管的业务协同性较强。

新兴铸管在公告中表示,本次收购将推动公司实现“芜湖、江阴一体化”协同发展,形成棒、线、坯、管、锻、板的产业链全覆盖布局,有助于提高差异化竞争能力,推动产品从低端向中高端跃升,助力“普转优、优转特、特转精”的战略目标实现。

中国企业联合会特约研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示:“当前我国钢铁行业正处于结构调整的关键期,优特钢作为高端制造的重要基础材料,市场需求持续增长,成为行业转型的核心方向。新兴铸管此次收购时机恰当,华润制钢在无缝钢管、工模具钢等领域的产能和技术储备,与芜湖新兴的优钢业务形成互补,能够快速完善上市公司在高端钢铁产品领域的布局。”

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹对《证券日报》记者表示:“本次收购是新兴铸管加速优特钢转型、优化产品结构的关键战略举措,通过整合华润制钢成熟的技术、市场及渠道,不仅能直接增强公司在高端装备制造用钢领域的竞争力,还可借助双方丰富的业务协同效应与多年托管积累的整合经验,快速提升整体盈利能力与产业升级效率,符合钢铁行业绿色化、高端化的发展趋势。”

## 电商平台激战“双12” 以差异化谋突围

■本报记者 梁傲男

临近年末,电商行业的焦点再度转向“双12”。作为年末清仓促销的“生态试验场”,电商平台如何在“双12”这个传统节点上找到新的增长动力?

今年,各大电商平台在“双12”的节奏安排上呈现差异化布局。

例如,淘宝天猫与京东自12月8日已进入“正式售卖期”,以覆盖全品类的5天优惠期,打造年底补购重要节点。抖音电商、快手电商提前于12月3日启动“年终狂欢季”,衔接“双12”与元旦,形成长达一个月的促销周期。微信小程序、分期乐商城等平台也已相继开启“双12”大促,进一步拓宽消费者的选择空间。

网经社电子商务研究中心主任曹磊对《证券日报》记者表示,“双12”不再是“双11”的简单延续或单纯的“价格

战”,而是成为各平台强化特色、实现差异化经营的关键节点。由于“双11”促销周期已延长至近一个月,并通过预售提前消化了大量年度消费需求,留给“双12”的余量空间十分有限。

从“618”到“双11”,再到“双12”,电商大促已几乎贯穿全年,形成了连续不断的促销链条。常态化的大促环境,既为消费者提供了持续不断的购物机会,也对平台的创新能力和资源调配能力提出了更高要求。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示,随着电商促销进入常态化阶段,“双12”定位更聚焦于“年末促销+生活场景覆盖”。比如,淘宝强化“生活消费心智”,通过家居、年货等细分品类绑定元旦、春节等节日需求;抖音依托内容场景打造“发现式消费”模式,让购物成为内容消费的自然延伸。

电商大促接踵而至,“天天有低价”“百亿补贴”渐成常态,削弱了特定购物节的吸引力,“促销疲劳”成为电商行业面临的普遍挑战。

“破解之道在于回归消费本质,构建‘双12’的不可替代性。”郭涛认为,一是提供差异化供给,摆脱同质化满减,挖掘小众品类、独家联名等特色商品;二是升级服务体验,通过提速物流、强化售后,以“确定性”服务弥补低价吸引力的不足;三是设计情感共鸣场景,结合“年终犒赏”“家庭焕新”等主题绑定用户情绪价值。

曹磊也认为,“双12”作为独立购物节的影响力虽逐渐减弱,但其作为年末营销固定节点仍将持续存在。“双12”未来的价值将更侧重于成为平台特色业务的试验场,或是展示其连接本地生活、旅行、即时零售等多元生态能力的窗口,从而强化“一站式生活服务平台”