

动力电池企业“捆绑”车企突围

面对补贴退坡带来的车市调整，曾经销量高速增长的新能源汽车按下暂停键，整体销量已连续5个月下滑。同时，与新能源汽车相生相伴的动力电池行业，装机量也受到波及。中国汽车动力电池产业创新联盟近日发布数据显示，今年11月我国动力电池装机量为6.3GWh，同比下降25.9%。据了解，11月配套装机动力电池企业共涉及50家，其中30家同比增速处于负增长。

业内人士表示，受补贴退坡影响，电池厂家利润减少，对于资金实力不够雄厚的企业来说，将很难支撑。当前动力电池行业已处于洗牌期。

超半数企业负增长

今年6月25日新能源汽车补贴过渡期后，受补贴退坡影响，新能源汽车动力电池装机量大幅下滑。

数据显示，今年11月我国动力电池装机量为6.3GWh，同比下降25.9%，年底冲量效果较去年差距明显。三元电池、磷酸铁锂电池装机量分别为3.8GWh和2.5GWh，同比分别下降30.8%和24%。其中，新能源乘用车装机量约3.88GWh，同比下滑28%、环比增长29%；新能源客车装机量约1.77GWh，同比下滑21%、环比增长183%；新能源专用车装机量约0.64GWh，同比下滑49%、环比增长43%。

从三大车型装机量均同比下滑现状来看，今年11月新能源汽车市场受补贴退坡影响，8月以来已连续4个月装机量同比下滑。

值得注意的是，由于今年前11个月单车平均带电量由去年的43.88KWh提升至51.45KWh，出现动力电池装机量同比增速要远高于同期新能源汽车产量增速的现象。不过，动力电池装机量仍不容乐观，从11月动力电池装机量来看，配套装机的动力电池企业共涉及50家，其中30家同比增

速处于负增长状态。装机量排名前十的企业中，最高增幅仅为28.1%。

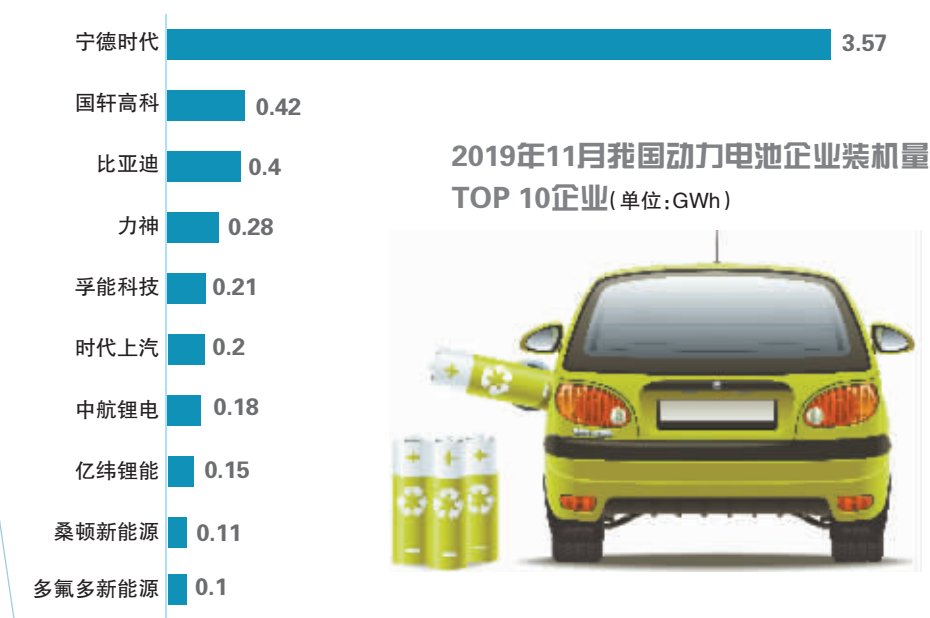
据了解，今年前11个月我国动力电池企业装机量前十名为宁德时代、比亚迪、国轩高科、力神电池、中航锂电、时代上汽、亿纬锂能、孚能科技、鹏辉能源、卡耐新能源。

双重压力难保利润

实际上，作为新能源汽车的核心零部件，在装机量下降的同时，动力电池受到整车利润影响，整体盈利水平也在不断下降。中国化学与物理电源行业协会秘书长刘彦龙表示，由于下游新能源车企资金链压力，同时上游材料价格居高不下，动力电池企业的利润空间被严重挤压，在夹缝中艰难求生，市场洗牌进一步加剧。

近日，宁德时代发布财报显示，今年三季度营收125.92亿元，同比增长高达28.80%，但净利润同比下滑7.2%。值得注意的是，今年前两个季度，宁德时代净利润分别达10.47亿元和10.55亿元，三季度利润下滑为今年宁德时代今年首个净利润下滑季度。作为国内动力电池领域“独角兽”，今年三季度宁德时代装机量为7.79GWh，环比下滑4.4%。

实际上，受到影响的不仅是宁德时代，



天齐锂业发布财报显示，今年三季度营收和归属于上市公司股东净利润分别为12.08亿元和-5392万元，同比分别下降17.81%和114.2%。据了解，这是五年半以来天齐锂业首次出现净利润亏损，天齐锂业方面预计，受锂价下行，产品销售毛利率降低等因素影响，今年全年净利润将出现94.55%-96.36%的下滑。

数据显示，2017年我国动力电池企业数量达155家，2018年已减少至105家。目前，国内动力电池企业面临上下游双重压力：一方面，下游车企面临补贴退坡要求动力电池降低配套价格；另一方面，上游原材料价格近年来上涨也给电池企业带来压力，动力电池企业数量在继续缩减。

业内人士表示，动力电池相关产品的盈利能力已经较前两年出现大幅萎缩，电池企业已经处于微利甚至亏损发展状态。同时，补贴发放时间的延长，也使得动力电池企业遇到回款难问题。

对此，中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教表示，目前在中国动力电池领域，留存的生产企业大约有80家，其中能真正实现装机量的仅40家左右，并且排名前10位企业占据八成以上市场份额。国内一些动力电池企业已开始重新回归3C电池领域或转向储能行业。

联姻车企成趋势

不仅利润承压，随着2019年新能源汽车补贴退坡方案正式落地，50%的退坡幅度对新能源整车生产与销售均带来不小压力。值得一提的是，在新能源汽车补贴退坡方案公布的同时，被业内称为“白名单”的本土动力电池保护政策也画上句号，今后国外动力电池可无门槛地进入中国市场，中国动力电池生产商将与国外厂商短兵相接，本土动力电池企业已被推至市场竞争前沿。

对此，目前很多企业已开始着手应对未来市场格局的改变。作为动力电池头部企业，从去年开始就联合东风汽车合资成立的动力电池公司-东风时代电池系统有限公司，在东风新能源汽车产业园成立并建成投产。今年，宁德时代宣布与丰田汽车在新能源汽车(NEV)动力电池的稳定供给和发展进化领域建立全面合作伙伴关系。

宁德时代方面表示，未来将提高与国内外品牌车企合作的广度和深度，在稳定主流市场客户需求的同时布局高性能、低成本产品市场，提升市场占有率。目前，宁德时代与一汽、吉利、上汽、北汽、东风、广汽、沃尔沃等车企均达成深度合作合作关系。

自2017年宁德时代夺得电池产业“龙头老大”后，比亚迪就开始追赶，2018年比亚迪与多家主机厂建立战略合作关系。比亚迪董事长王传福表示，计划将比亚迪电池业务拆分出来，独立融资上市。今年，比亚迪与丰田汽车签署合作协议，双方将共同开发电动车，计划到2024年，比亚迪将与丰田在日本推出共同研发的电动车。

除两家头部企业，动力电池企业国轩高科先后与北汽新能源、众泰、奇瑞等新能源乘用车企达成了合作，通过合资建厂、交叉持股等方式不断增加新能源乘用车市场的权重。

业内人士表示，未来动力电池企业的竞争为成本竞争，本土电池生产企业必须围绕降低成本深耕细作。如何通过技术创新以及行业联盟方式降低成本以形成价格优势是国内动力电池企业必须迅速拿下的战略制高点。同时绑定客户，对原有客户形成强力粘连，并拓展新客户。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

· 车市 ·

E-Pro上市 长安加码纯电小型SUV市场

在燃油SUV车型销量放缓局面下，新能源市场中纯电动小型SUV却扮演着销量上攻的角色。数据显示，今年上半年国内小型电动SUV市场规模约13.5万辆，该细分市场中北汽EX系列、比亚迪元EV等多款车型均交出不错的销量答卷。面对该细分市场增量空间，长安新能源近日推出纯电动小型SUV车型E-Pro，补贴后售价为10.69万-12.69万元。



业内人士认为，此前微型电动车由于售价较低等原因，销量持续上扬，抢占了部分纯电动小型SUV市场份额。但在补贴门槛提升及补贴退坡等因素影响下，今年微型电动车价格普遍上涨，价格优势减弱。继微型电动车后，纯电动小型SUV市场已成为销量增长主力军。

实际上，不仅长安汽车，北汽、奇瑞、江淮、比亚迪等自主品牌车企也已推出纯电动小型SUV车型，售价多为10万元左右，且不少车型续航里程已超过400公里。随着长安新能源E-Pro上市，小型电动SUV市场竞争将再次升级。

值得注意的是，相对于其他电动车型

而言，选择10万元左右小型电动SUV车型的消费者，更加在乎车辆实用性。业内人士表示，该价位车型在驾驶体验上的差距并不明显，续航里程优化基础上的实用性是这些车主选择的最主要因素。

据了解，为加强车型核心竞争力，本次推出的长安新能源E-Pro搭载永磁同步电机，最大功率120千瓦，NEDC工况续航里程为401公里。同时，该车型还推出电芯终身质保政策（等效于10年30万公里，且不限首购用户）。

同时，在动力电池上，长安新能源E-Pro采用行业领先的高能量密度三元锂电池和“三合一电驱”，电机系统最高

效率达到95%以上，总成效率高于行业2%。此外，该车型在快充模式下，电量从30%充至80%仅需30分钟，100公里续航充电时间仅需14.7分钟。

实际上，不仅是自主品牌，纯电动小型SUV也正成为合资品牌进军新能源车市场的主力车型，包括江淮大众、东风悦达起亚等均推出纯电动小型SUV。随着合资企业入局，不仅续航能力，电池安全性也将成为未来竞争的核心，而该细分市场也将成为自主与合资车企正面交锋的重要领域。

为此，长安新能源E-Pro还引入“电池管家”系统，该系统基于长安新能源大数据平台，随时可对车辆电池健康状态进行评估，为用户提供真实、可靠的数据支撑，并可生成电池健康报告，消除用户对电池、二手车评估的担忧，预计将使电池寿命延长20%以上。

业内人士认为，在小型电动SUV市场中，长安E-Pro所处的10.69万-12.69万元价格区间，竞争尤为激烈。不仅有来自价格区间自主品牌竞争，更有近期入局的江淮大众思皓等车型的下压。同时，随着补贴即将完全退出的局面，为了站稳新能源车市场，在2020年价格相对平稳的小型SUV市场竞争将异常激烈。

去年以来，长安新能源相继推出CS75 PHEV、逸动EV系列、奔奔EV系列、CS15 EV系列、逸动ET等多款车型，覆盖多个细分市场。按照长安新能源规划，未来三年将累计投入100亿元，加快推进新能源专属平台的打造及新能源与智能化的深度融合。长安新能源总经理杨大勇透露，明年上半年E-Pro“同门兄弟”E-Star将正式投放市场，进一步丰富长安新能源在细分市场的布局，同时也将助力各个细分市场的份额提升，应对新能源汽车市场下滑。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

· 车型 ·



取消“L” 沃尔沃S60欲挑战BBA

在国内豪华品牌车型加长“风”的背景下，沃尔沃欲通过取消“L”加长标签，主打“运动”“年轻”“安全”三张牌的方式，抢占豪华品牌第一阵营BBA（奔驰、宝马、奥迪）三大品牌市场份额。

近日，沃尔沃推出全新S60车型，共推出7款车型，分别为5款燃油版和两款插电混动车型，燃油版车型官方指导价为28.69万-37.99万元，T8 E驱混动版车型为39.99万-46.19万元。

数据显示，今年11月沃尔沃在华销量为1.45万辆，同比增长高达26.7%；今年前11个月累计销量为13.8万辆，同比增长16.3%。在XC40、XC60、XC90及S90等车型助力下，身处豪华品牌第二阵营的沃尔沃，已经开始向上追赶BBA组成的第一阵营。然而，九年未换代的S60车型，成为沃尔沃在华销量的短板，去年单月销量未超过2000辆。本次，沃尔沃推出全新S60车型，基于沃尔沃先机的SPA可扩展模块架构打造，进一步增加产品竞争力。

据了解，该架构在使沃尔沃旗下车型能够共享同一条生产线的同时，也能够实现车型电气化布局。

本次上市的沃尔沃全新S60车型，虽然取消了“L”加长名号，但相比老款车型车长增加46毫米，轴距增加16毫米，乘坐空间更为宽裕。同时，该车型全系标配City Safety城市安全系统、道路偏离预防

和保护系统、LKA车道保持辅助、DAC疲劳警示系统等智能安全配置，体现出“入门即安全”的底气。同时，Pilot Assist领航辅助系统、BLIS盲点信息系统、CTA倒车侧后警示系统等丰富的安全和驾驶辅助系统，也能进一步为用户带来安全感的出行体验。

除安全亮点，沃尔沃全新S60在驾控方面，Driver-E（E驱智能科技）带来T3、T4、T5和T8四种不同参数的动力，其中T8高性能E驱混动系统配合eAWD智能四驱，综合最大输出功率为390马力和最大扭矩为640牛·米，0-100公里每小时加速时间仅需4.6秒。

事实上，九年后换代的沃尔沃全新S60，在打造自身产品竞争力的同时，向上挑战BBA三大品牌中级轿车并非易事。目前，北京奔驰C级、华晨宝马3系、一汽-大众奥迪A4L三款车，已成为国内豪华品牌车型市场标杆车型。同时，在各豪华品牌之间竞争激烈背景下，三款车在终端市场优惠幅度始终处于高位。

业内人士表示，高位的终端优惠，已成为豪华品牌车型走量的关键之一，本次沃尔沃全新S60在打造自身产品力对抗BBA三大品牌的同时，未来终端放价，也成为该车型销量能否增长的重要一环。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦
图片来源：企业供图