

销量大王比亚迪对决成本杀手特斯拉

全球销冠VS成本杀手,比亚迪和特斯拉谁的赚钱能力更强?在特斯拉交出净利润125亿美元的全年成绩单后,比亚迪凭借上市12年来最亮眼的业绩预告,1月31日在A股、港股市场双双高开,分别报价285元/股和247港元/股。两强相争,成为资本市场关注焦点。

全球销冠营收超4000亿

截至1月31日收盘,比亚迪A股市值达8320.08亿元,股价上涨1.35%,报价285.8元/股。市值上涨的同时,比亚迪预计去年营收将达4200亿元。

营收增长离不开比亚迪新能源汽车板块的销量贡献。数据显示,去年比亚迪销量为186.9万辆,同比增长152.46%。值得注意的是,去年3月比亚迪宣布“断油”,全面转型销售新能源汽车,因此在去年销量结构中新能源汽车成为主力军,全年销量高达186.3万辆,同比暴增208.64%。

超180万辆的交付成绩单,也让比亚迪超过特斯拉坐上全球新能源汽车销冠宝座。数据显示,去年特斯拉全球交付量超131万辆,同比增长40%。比亚迪相关人士表示:“新能源汽车行业持续爆发式增长,比亚迪作为新能源汽车行业领军企业,克服复杂严峻的外部环境及诸多超预期因素冲击,新能源汽车销量同比实现强劲增长,夺得全球新能源汽车销量首位,推动盈利大幅改善的同时,也有效缓解上游原材料价格上涨带来的成本压力。”

不仅全球市场,在国内比亚迪的市场份额也远超特斯拉。来自乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)的数据显示,比亚迪的市场份额高达31.7%,特斯拉的市场份额为7.8%。乘联会秘书长崔东树表示:“随着自主品牌车企在新能源赛道上多线并举,市场底盘持续扩大,其中比亚迪纯电动与插电混动双驱动夯实自主品牌新能源汽车的领先地位。”

不过,虽然比亚迪的新能源汽车总量超过特斯拉,但从纯电动车型销量看,特斯拉仍



然守住销冠位置。数据显示,去年比亚迪纯电动车型销量为91.1万辆,同比增长184%,而特斯拉131万辆的销量全部来自纯电动车型。

成本杀手更赚钱

新能源汽车整体销量规模上,比亚迪远超特斯拉,但在赚钱能力上,“成本杀手”特斯拉更胜一筹。

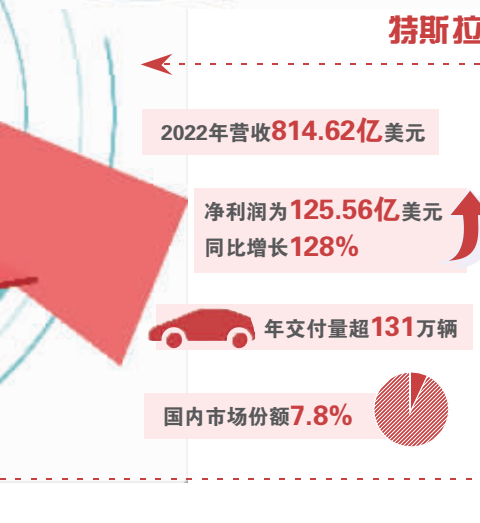
比亚迪业绩预告显示,去年归属于上市公司股东的净利润为160亿-170亿元,同比最高增长458.26%;扣非后归母净利润为151亿-163亿元,同比增长高达1103.55%-1199.2%。

比亚迪净利润预计突破百亿元,但相比特斯拉仍有差距。财报显示,去年特斯拉净利润为125.56亿美元,同比增长128%。其中,四季度净利润为37亿美元,单车利润接近9100美元(约合6.1万元人民币)。目前,比亚迪尚未公布完整财报数据,但美银证券发布研究报

告预计,去年四季度比亚迪单车净利润约1万元。而按照去年三季度财报显示,特斯拉毛利率达25.1%,比亚迪则为18.96%。

特斯拉高毛利率的背后,离不开成本控制能力。以特斯拉上海超级工厂为例,与美国超级工厂相比,该工厂的Model 3生产线为简化、更具成本效益的版本,生产线的生产成本可降低高达65%。不仅如此,特斯拉工厂也持续提升集成度。去年,特斯拉得州工厂投产时,其从电池生产到最终组装均在一个厂房内而非分为各车间,极大减少物流成本,进一步提升效率。

同时,特斯拉的主要供应商也均在其周围布局。据了解,目前已进入特斯拉上海超级工厂供应链的主要零部件厂商,大部分坐落在该工厂500公里范围内,也就是江浙沪“包邮区”。“上海超级工厂已在上海、苏州等长三角地区形成汇聚电池、汽车芯片、自动驾驶系统、汽车内饰、精密加工等新能源汽车零部件



的全生态链,形成完整的‘安全、自主、可控’的产业生态。”特斯拉相关人士表示。此外,特斯拉CEO埃隆·马斯克持续推进4680电池和一体压铸技术。有报道称,特斯拉Model Y车型在后车部分采用一体压铸技术,为此特斯拉制造一款巨型铸造机,在制造过程减少零件数量,将制造成本降低40%。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为:“特斯拉不断下探成本,留出降价空间与国内车企争夺市场份额的同时,单车利润也会更为可观。”

“一降一涨”寻找平衡点

作为全球两大新能源汽车巨头,面对竞争压力、原材料价格上涨等,新年伊始,特斯拉和比亚迪“一降一涨”寻找新平衡点。

今年初,特斯拉挑起价格战。1月6日,特斯拉在中国市场启动降价,Model Y车型起售价降至25.99万元,Model 3起售价降至

22.99万元。随后,特斯拉在全球多国市场也下调Model 3和Model Y车型售价,其中包括德国、美国、法国、西班牙、葡萄牙、荷兰、英国、挪威等,降价幅度为1%-20%不等。

马斯克表示,“尽管整体车市可能收缩,但特斯拉降价后的订单量在今年1月达到历史新高,几乎是工厂产能的两倍”。特斯拉方面更表示,今年销量目标为180万辆。“180万辆的交付量目标,是出于特斯拉的生产有可能受到疫情、自然灾害等因素影响,如今年未出现大规模供应链中断等问题,特斯拉的产量可能会达到200万辆。”马斯克称。

相比特斯拉降价“促销”,比亚迪通过提价平衡成本和利润。此前,比亚迪汽车发布的《关于车型价格正式调整的通知》显示,今年1月1日起,对相关车型官方指导价进行正式调整,上调幅度为2000-6000元。同时,继续扩充旗下车型阵容。今年初,比亚迪正式发布仰望品牌,进军百万级新能源汽车市场。此外,有消息称,比亚迪王朝网将推出全新元Pro,一款MPV车型和一款定价在8万-10万元的入门级DM-i车型;海洋网则会在此前已有车型基础上增加护卫舰05、驱逐舰07、海鸥和海狮等车型。对于今年销量目标,比亚迪董事长王传福表示:“保300万冲400万辆。”

值得一提的是,相较特斯拉在全球收割销量,目前比亚迪九成销量集中在中国市场,为进一步提升销量,比亚迪正加速“出海”。今年1月11日,比亚迪宣布,500辆BYD ATTO 3在上海港整装待发,完成装船后正式发往马来西亚。比亚迪方面表示,车辆到达马来西亚后,将陆续开启对终端客户的交付工作。此前,王传福表示,比亚迪将进一步发力全球市场,推动乘用车产业国际化。国海证券发布研报认为,目前比亚迪新能源汽车足迹遍布70多个国家和地区,伴随其新能源乘用车出海计划快速推进,海外市场有望成为销量提升的又一重要增长点。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦
图片来源:企业官网

国产新冠口服药的定价之道

1月30日晚,北京市医疗保障局官网公告,先声药业新冠治疗药品先诺特韦片/利托那韦片组合包装先诺欣首发报价公示,先诺特韦片/利托那韦片组合的首发报价为750元/盒。此前,国家医疗保障局发布了《新冠治疗药品价格形成指引(试行)》,基本要义是在坚持市场决定价格、尊重企业自主定价的基础上,更好发挥政府作用,引入医疗机构和行业协会参与社会共治,引导企业公开透明合理制定新冠治疗药品价格。那么,国产新冠口服药是如何定价的呢?

临床价值优先

先诺欣(先诺特韦片/利托那韦片组合包装)首发报价为750元/盒/完整疗程,含税出厂价(或进口到岸价格)705-720元/盒。作为首个国产3CL靶点新冠口服小分子药物,先诺欣的首发报价不到辉瑞Paxlovid(1890元/疗程)的40%,是默沙东莫诺拉韦胶囊(1500元/疗程)的50%。

据先声药业药物经济学部门负责人介绍,企业根据国家医疗保障局《新冠治疗药品价格形成指引(试行)》要求,充分考虑到国情社情和药物经济学实际,和国家相关部门多轮沟通汇报,最终确定了750元/盒的价格。

“创新药品的定价应当首先基于药品的临床价值,据临床试验数据结果,我们和P药临床价值相当,考虑到我们作为民族企业的社会担当,努力压缩销售和运营成本,使得整体运营成本远低于进口药。为了让中国的新冠创新药惠及到更多患者等,我们采取了‘向下’定价策略。”上述负责人说道。

中国药科大学国际医药商学院卫生经济学教研室主任李洪超在接受北京商报记者采访时表示,一般来讲,药物定价考虑的因素比较广泛。国产药物主要考虑的有其临床的疗效和安全性,这个是最主要的。还有一些其他的因素也会影响定价,比如疾病负担的严重程度,目前临床治疗的需要,有没有别的途径可以满足,即“未被满足的临床需求”。

多因素影响定价

李洪超表示,这段时间新冠治疗的Unmet needs(未满足的需求)比较明显,有非常明确疗效证据的药物选择不多。而新冠和普通感冒不一样,的确有一些患者产生比较严重的后果,甚至死亡,所以疾病负担也不低。

这些因素都会影响新获批的国产抗新冠口服药物的定价。“还有一个方面的因素也特别重要,即竞争产品的价格比较。辉瑞Paxlovid在中国的价格是一个疗程1890元,价格较高,医保谈判没有成功。国产药物目前的定价参照这个1890元,明显低不少。”李洪超补充道。

不同的药物治疗新冠的疗效和安全性的差异会影响药物价格。李洪超表示,先声药业的先诺欣和Paxlovid这两个药物之间没有开展过头对头的临床试验,所以很难确切地说疗效和安全性谁更好。但是,这两个药物所属同一个作用机制,即3CL蛋白酶抑制剂,从理论上来看,临床疗效和安全性的差异可能不会很明显。从两个药物各自临床试验的数据可以看到,临床疗效的指标没有相差多少,甚至先诺欣的某些临床效果指标似乎还更好一些。而近期同时获批的另一个国产创新抗新冠药物VV116与先诺欣和Paxlovid不是同一个作用机制,但是VV116和Paxlovid是做过头对头的临床试验的,并且临床疗效没有显著差异,甚至VV116的安全

性可能还略好一些。在这个前提下,就可以根据药物的疗效和安全性来做一些价格的合理测算或者定价。

个人自付不到100元

在此次北京医保局公布的首发价的数据中,先诺欣的研发费用被一并披露。据了解,先诺欣原料药成本为334.53元,直接研发费用5.02亿元。这笔费用相当于先声药业2021年全年研发投入14.17亿元的35%,2022年中期业绩公布研发费用6.52亿元的77%。

李洪超表示,这是个比较特殊的案例,以前在医保管理当中,实际上并不会非常直接地去考虑研发费用的问题。现在比较主流的思路是基于价值定价,而考虑研发成本属于基于成本定价的思路。“我们都知道创新药物的研发成本很高、周期长,主要是通过专利保护,给企业一个独占的销售权利,通过这样的做法让研发企业可以回收研发成本。对于医保管理者,通常情况不会专门地去算这个账。但像先诺欣,包括VV116都是在疫情期间临时研发的,不同于老药新用。新药研发下来的成本很高,研发机构也要付出很多的人力物力。而疫情有可能一波就过去了,过去之后的药物市场被压缩。如果要鼓励企业、研发机构有积极性能在公共卫生事件中及时开展应急研发,来应对公共卫生危机,就需要在定价当中适当考虑,尽量能够覆盖他们的研发成本。”

根据我国此前发布的《新型冠状病毒感染防控方案(第十版)》规定,以及国家医保局前不久发布的《关于实施“乙类乙管”后优化新型冠状病毒感染患者治疗费用医疗保障相关政策的通知》,先诺欣将自动进入最新版“新冠防控指南”,并纳入临时医保药品目录,购买者仅需支付医保报销后的个人自付部分,按照个人自付10%计算,仅需不到100元。

北京商报记者 姚倩

597个订单无效 保时捷逗人玩?

4S店闹乌龙,让保时捷再登风口浪尖。1月31日,保时捷官网12.4万元帕纳梅拉遭抢购#冲上热搜。598位参与者抢购“白菜价”保时捷,结果597位空欢喜。

1月30日,保时捷小程序上线一款12.4万元的Panamera(帕纳梅拉),订单页面显示该车型首付低至3万元,订金仅需911元。Panamera为保时捷旗下轿跑车型,保时捷中国官网显示,该车型起售价为99.8万元。

百万级豪车打“一折”,一经上线便引发抢购。据悉,截至1月30日22时41分,该链接共收到598个预订单。然而,一天后,该车型便被下架。同时,不少抢购该车辆的消费者表示,此前的订金也被退回。对此,有网友表示:“估计又标错价格了,12万后面少写了个0吧。”

标错价格下架商品的情况并不罕见,此前曾出现部分品牌由于标错商品价格被疯狂抢购后迅速取消订单,随即下架产品并致歉的情况。但据了解,本次12.4万元的保时捷Panamera真实存在,不过仅1辆。

银川保时捷中心(宁夏新丰泰信捷汽车销售服务有限公司)工作人员表示:“不是标价错误,而是库存仅有1辆,售完便下架了。首单用户购买成功后,后面下单的用户会自动判定为无效订单。对于支付了意向金的用户,订单(意向金)都将在48小时内进行退还,销售人员正在陆续与下订的用户沟通。”

然而,回应一出便引发热议。对于订单被取消,有参与抢购的消费者表示,下单过程中,页面并未标注售价12.4万元的保时捷Panamera只有一辆。同时,有网友称:“只有一辆车参与活动,4S店事先不知道?让这么多消费者交订金‘陪跑’,博眼球做营销也不用逗我

玩吧。”

对于本次银川保时捷中心闹出的乌龙,浙江晓德律师事务所律师陈文明认为,在订单上卖方并未标清楚车辆情况,从而导致买方下单,随后却称仅有1辆库存,除首单消费者外导致其他买方无法达成购买,这种情况卖方存在一定过错。“但从买方提供的图片来看,订单显示库存确认中,这种情况双方还未达成正式合同,仅形成要约邀请,在责任上卖方有缔约过失责任,应当赔偿一定损失。”

针对此次事件后期与订单用户沟通情况,北京商报记者联系保时捷(中国)方面,但截至发稿尚未得到回复。

值得一提的是,这已不是保时捷首次在产品上引发消费者不满而登上热搜。2021年下半年,由于缺少芯片,保时捷将部分车型配备的带电动调节功能的转向柱更换为手动调节,并计划待相关芯片短缺情况缓解后,通过改装恢复该功能。但去年2-3月,由于芯片问题迟迟不能解决,保时捷宣布取消后期恢复更换计划,并以发放2300元售后代金券的方式对车主进行补偿。

但是,对于保时捷的处理方案,不少消费者表示“并不满意”,投诉平台上出现大量对保时捷“转向柱”问题的投诉。

对此,保时捷中国官方先后在去年4月30日和5月18日发布道歉信和《保时捷关于转向柱电动调节功能问题的解决方案》,表示将会针对承诺过恢复转向柱电动调节功能的客户,“免费提供相关功能的恢复服务”,也将对最终没有恢复相关功能的客户提供统一金额的补偿方案,以及对所有受影响客户提供整车一年的延长保修服务。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦