

小米发布会揭晓SU7价格 新能源汽车内卷加剧

证券时报记者 韩志楠 王小伟

3月28日,备受瞩目的小米汽车上市发布会终于拉开神秘的价格面纱,小米SU7标准版定价21.59万元,小米SU7 Pro版定价24.59万元,小米SU7 Max版本定价29.99万元,整体全部控制在30万元以内。这意味着,小米汽车正式加入到中国整个新能源汽车市场角逐的风暴眼当中。

发布会现场座无虚席,“蔚小理”、长城、北汽一把手均来到发布会现场,雷军演讲几度哽咽。经过1000多天的奋战,作为创业生涯的最后一战,雷军自认为交出了一张满意的答卷。“小米SU7就是承载所有向往的Dream Car!自信人生无定数,相信不断向前的成就,就是对人生最好的奖励。”

汽车百年赛道无捷径。发布会上,雷军重申小米汽车的长期目标:通过15年到20年的努力,成为全球前五的车企,为中国汽车工业全面崛起而奋斗。

雷军表示,智能电动汽车本质上就是“汽车×电动×智能”。过去十年,行业已经解决了电动化问题,未来十年,将是智能化的十年,“智能是汽车的灵魂,智能化将成为这个时代的决胜点”。当晚10:30,小米汽车官方微博发布消息,小米汽车上市27分钟大定突破50000台。

定价历经多重考量

小米这场发布会晚7点正式开始,证券时报记者来到位于亦庄的发布会现场时,看到三款Xiaomi SU7已经摆在发布会展台,不少人与小米新车对各自喜欢的颜色拍照留念。记者来到会场内,虽然抵达时间不到6:30,但现场数千个座位至少已经有4/5被坐满了,显示了大家对小米首款新车的期待与热情。

市场普遍关心的定价,选择在最后环节公布。新车共分为3个版本,其中SU7标准版,具备700公里长续航和智驾功能,定价21.59万元;SU7 Pro版本,标配830公里超长续航、激光雷达以及小米智驾Max城市NOA,定价24.59万元;SU7 Max版本,更加强调性能,对标保时捷Taycan,定价29.99万元。上述三款车型即日起开启预订。

“目前的电动车市场,竞争如此激烈,只有特斯拉敢涨价。”雷军曾感叹道,目前的纯电动新能源车,除了特斯拉,很多家企业都是巨额亏损。即便是特斯拉这么大的规模和这么高的运营效率,其实也只有约9%的利润。小米SU7产品上市初期,采购成本也非常高,定价上,确实有些压力。

广汽集团去年净利润44.29亿元 拟回购5亿至10亿元股份

证券时报记者 李映泉

3月28日晚间,广汽集团(601238)发布2023年年度报告。公司全年实现营业总收入约5023亿元,合并口径营业收入约为1297亿元,同比增长17.62%;归母净利润44.29亿元。公司全年拟合计派息约15.7亿元,派息率近36%。同日,广汽集团首次宣布拟回购A股和H股股票共计5亿~10亿元。

广汽集团董事长曾庆洪表示,公司一直以来非常重视对股东的回报,坚持每年中期、末期两次现金分红,自2012年上市以来派息率均高于30%。“未来公司将坚持常态化分红政策,同时根据市场情况,利用好股份回购等提升投资价值的工具,为股东创造更多价值。”曾庆洪说。

年报数据显示,2023年,广汽集团全年实现汽车产销均超250万辆,规模居国内汽车企业集团前五。广汽乘用车、广汽埃安、广汽丰田、广汽本田产能利用率均超80%。全年上市乘用车产品包括18个系列的轿车,25个系列的SUV及6个系列的MPV,其中,SUV销量增长10.4%,MPV销量增长30.5%。



王小微/供图 陈锦兴/制图

基于以上背景,雷军对于小米SU7的定价进行了诸多铺垫,并明确表示,小米SU7对标特斯拉Model 3,特别是在智能驾驶体验上,是不弱于Model 3的。

小米集团总裁兼合伙人卢伟冰也在小米集团2023年业绩会上表示,小米汽车SU7定价有些小贵,但看过发布会之后,大家会认可我们的定价。

小米汽车SU7的定价之所以引发如此之高的关注,主要原因还是受到当前激烈的价格战影响。业内人士告诉证券时报记者,从配置上来看,小米SU7的定价要定高一些。首款产品对于品牌的定位至关重要。待品牌稳固后,再进行价格下沉。3月28日当天,小鹏汽车董事长何小鹏也试驾了小米SU7,并称这款车不能卖便宜了。

另有业内人士判断,在激烈的价格战之下,小米SU7需要快速抢占市场,避免后续产品力不足,被“卷”出市场。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,汽车价格战在很大程度上与国内汽车市场供给过剩、需求增长相对放缓的矛盾相关。随着2024年新车大量上市,这种供需上的不平衡很难在短期内改变。

记者注意到,小米SU7的定价,不仅是消费者关注的问题,也引起了诸多同台竞技的车企的围观。此前,蔚来创始人、董事长李斌在个人账号直播时,就谈到蔚来第二品牌“乐道”定价,要先看看小米汽车的定价,再掀起后发优势。

汽车行业关注小米入局

在小米汽车上市发布会上,“蔚小

理”三家造车新势力的创始人李斌、李想、何小鹏均现身活动现场,长城汽车董事长魏建军、北汽集团新任董事长张建勇也出现在发布会上,嘉宾阵容堪比行业顶级论坛。

强大的嘉宾阵容,也侧面体现出小米汽车就此正式加入中国整个新能源汽车市场的角逐之中。

对小米来说,这堪称一次关键跨越,真正完成了“人车家生态”的闭环,实现了从手机、AIoT到汽车的跨越。

雷军介绍,小米汽车可以与小米的智能家居进行连接。在家中通过小米音响,即可远程调控车内空调;在小米汽车座舱内部,也可以通过监控摄像头远程看到家中的情况。

按照小米构想,从空间来看,这将成为全球规模最大的“人车家生态圈”;从时间考量,小米则致力于领跑面向未来的万物互联时代。

值得一提的是,小米的人局,不仅关乎这家互联网公司本身,还有不容小觑的外溢效应。据证券时报记者不完全统计,小米汽车已带动数十家上市公司参与到小米汽车产业链之中。光弘科技、商络电子、德迈仕、道恩股份、金杨股份、蓝思科技等均参与到小米产业链中。

小米集团总裁卢伟冰曾在接受证券时报采访时透露,小米的阶段性目标是进入纯电豪华轿车的销量前三,但他同时强调,相比销量,小米更关心用户的体验和口碑。

雷军表示,所谓智能电动汽车,首

先得是一辆好开的车。在研发之初,小米方面就设立了目标:要做50万元以内速度最快的量产车,要有50万元以内最好的驾驶体验。据悉,小米SU7将全系标配智能辅助驾驶,高速NOA上市即交付。在发布会现场,雷军重申,2024年,小米汽车将进入智能驾驶行业第一阵营。

线下门店客流量爆棚

从证券时报记者实际探店情况来看,小米SU7迎来销量开门红的可能性还是比较大的。在北京王府井地区的东方广场汽车旗舰店内,近几天内每天都有不少潜在消费者早早来到门店看车,那些未能提前预约的用户只能在店内外排起长队,店内常常人声鼎沸,场面火爆到一度限流。

3月28日下午,证券时报记者再度来到小米汽车北京东方广场门店,工作人员表示,售价公布后,小米SU7就开始预订了。自小米汽车APP上线以来,已有20多万用户注册,消费者对于小米汽车的预期非常之高。

按照小米在日前举办的2023年业绩交流会上透露的数据,小米汽车预约试驾的第一天就增加了十多单,有一家门店的预约量达到一万多单。

据悉,未来小米汽车将会有三类门店,能够体验到小米汽车,包括每个城市都会有的小米自营的交付中心,融合汽车业务的小米之家以及与汽车投资公司合作的2S店。这三类门店将会覆盖全国的29个城市的59家门店。

中联重科去年净利增58% 拟分红超27亿元

证券时报记者 张一帆

3月28日晚,中联重科(000157)发布2023年年度报告,公司实现质量回报双提升。

财报显示,中联重科全年实现营业收入470.75亿元,同比增长13%;实现净利润37.71亿元,同比增长58%;归母净利润为35.06亿元,同比增长52%。同时,中联重科拟每10股派发现金红利3.20元(含税),合计分红金额超过27亿元,分红率高达约80%。

2023年,中联重科持续做优、做强、做大传统优势板块,加快发展新质生产力,培育壮大高速增长的新兴板块,工程机械产业的所有板块均实现正增长,成长动能强劲。

公司传统优势板块的市场地位稳中有升,起重机械收入192.9亿元,同比增长1.6%;混凝土机械86亿元,同比增长1.6%;新兴板块竞相突破,土方机械、高空机械、矿山机械等产品市场地位显著提升。其中,土方机械收入66.5亿元,同比增长89.3%;高空机械57.1亿元,同比增长24.2%。

与此同时,中联重科正在有序推进子公司中联高机注入中联重科并表上市公司路畅科技,该公司在汽车信息化、智能化、网络化相关产品的研发和生产具备较好的优势。

2023年,中联重科境外收入占比创历史新高。财报显示,2023年中联重科境外收入179.05亿元,同比增长79.2%,境外收入占比进一步提升至38.04%,凸显中国品牌在海外市场的竞争力持续提升。

中联重科在全球的市场布局也进一步完善。截至2023年末,公司在全球先后建设30余个一级业务航空港,350多个二级网点,网点建设从区域中心下沉至重要城市。全球海外本土化员工总人数超过3000人,产品覆盖超140个国家和地区。

在2024年经营举措中,中联重科明确表示,将坚定“地球村”海外业务战略,以“端对端”模式拓展业务,以“航空港”赋能销售增长,实现海外经营业绩的大跨越。分析

中芯国际去年营收453亿 净利下滑六成

证券时报记者 王一鸣

3月28日晚间,中芯国际(688981)发布2023年年度报告。报告期内,公司实现营业收入452.5亿元,同比下降8.6%;同期实现归属于上市公司股东的净利润48.23亿元,同比下滑60.3%;年平均产能利用率为75%,基本符合年初指引。

中芯国际是世界领先的集成电路晶圆代工企业之一,也是国内集成电路制造行业领导者,拥有领先的工艺技术能力、产能优势、服务配套,向全球客户提供8英寸和12英寸晶圆代工与技术服务。

谈及业绩下滑的原因,中芯国际认为,主要是由于过去一年,半导体行业处于周期底部,全球市场需求疲软,行业库存较高,去库存缓慢,且同业竞争激烈。受此影响,集团平均产能利用率降低,晶圆销售数量减少,产品组合变动。此外,集团处于高投入期,折旧较2022年增加。

从数量来看,中芯国际销售晶圆的数量(8英寸晶圆约当量)由2022年的709.8万片减少17.4%至2023年的586.7万片。平均售价(销售收入除以总销售晶圆数量)2023年为人民币6967元,2022年为人民币6381元。

晶圆代工收入以应用分类,2023年智能手机、电脑与平板、消费电子、互联与可穿戴、工业与汽车对应的占比分别为26.7%、26.7%、25%、12.1%、9.5%;在2022年上述应用对应的比例分别为27%、17.5%、26.7%、18%、10.8%。

在2023年,中芯国际研发投入

人士预期,中联重科在全球各地的研发中心、制造工厂、销售网络、服务团队、品牌认知的持续完善和提升,为公司国际市场的稳定高速增长奠定了坚实基础,将持续推动公司迈向全球价值链高端。海外市场的超大空间未来将持续为公司提供坚实的增长动力。

业务规模稳步扩大的同时,中联重科在2023年的盈利能力呈现全市场、全产品的持续增强。

财报显示,中联重科全年毛利率为27.54%,同比提升5.7个百分点。从结构来看,公司境内与境外毛利率实现双提升,境内毛利率24.7%,同比提升约3个百分点,境外毛利率32.2%,同比提升约10个百分点。

据了解,公司不断在5G、工业互联网、云计算、大数据、生成式人工智能等核心技术领域取得突破,大数据、云计算等数字化技术发明专利申请量行业排名第一。2023年,公司旗下中科云谷入选国家级“双跨”平台,其代表着国内工业互联网平台最高水平,是工业互联网集聚共享、工业数据集成利用、工业生产与服务优化创新的重要载体。

核心新技术领域研发成果的不断落地,使中联重科在智能制造的不断加持下,竞争优势持续显现。

以中联智慧产业城为核心,中联重科同步建设23个全球领先的智能工厂,深度融合人工智能、智能制造技术与智能装备,打造智能化、柔性化、绿色化的智能产线;创新应用智能控制算法与数字化系统,将先进智造技术研究成果快速转化应用,构建高效、协同的智能工厂,大幅提升了生产计划达成率、生产效率、发货准时率,产品合格率达到100%,生产运营成本降低25%,生产交期缩短52%。

值得一提的是,2023年度,中联重科拟向全体股东每10股派发现金红利3.20元(含税),合计金额超过27亿元,分红率高达约80%。

资料显示,自上市以来,不算本次分红,中联重科已累计分红超25次,分红金额超235亿元,超过公司从股票市场融资的金额,历史整体分红率约为42%。

依然保持较高水平,达到49.92亿元,研发投入占比为11%。核心技术及研发进展方面,报告期内公司28纳米超低功耗平台项目、40纳米嵌入式存储工艺汽车平台项目、4X纳米 NOR Flash 工艺平台项目、55纳米高压显示驱动汽车工艺平台项目等已完成研发,进入小批量试产。同时,公司多个平台项目开发按计划进行。

中芯国际认为,伴随全球行业格局的变化,晶圆代工企业在专注自身工艺技术与平台建设的同时,也愈加重视产业生态布局,其产能规模效应和在地化的产业链协同能力已成为客户衡量供应链稳定性和完整性的关键因素之一。晶圆代工企业通过持续拓展产能规模、新工艺研发,加强产业链协同等方式不断强化资本、技术和行业生态壁垒,少数企业占据市场主导地位的状态将长期存在,行业头部效应将愈加明显。

在此背景下,展望2024年,中芯国际指出,公司仍然面临宏观经济、地缘政治、同业竞争和老产品库存的挑战。预计公司表现“中规中矩”,随半导体产业链一起摆脱低迷,在客户库存逐步好转和手机与互联需求持续回升的共同作用下,实现平稳温和的成长。但从整个市场来看,需求复苏的强度尚不足以支撑半导体全面强劲反弹。

公司计划在2024年继续推进近几年来已宣布的12英寸工厂和产能建设计划,并预计资本开支与上一年相比大致持平(公司2023年资本开支约为人民币528.4亿元)。