



半年改款、一年换代 汽车“快消品化”折射行业竞速压力

编者按:时代之轮,智行致远。新能源汽车疾驰,低空经济崛起,网约车与共享经济交织,人类出行正在经历一场前所未有的变革。汽车,不再只是交通工具,更演进为智慧终端的核心与能源转型的支点;当空域与地面的联通加强,立体路网由此打开想象空间……我们熟悉的时空,正被这场出行革命重新定义。《证券时报》开设“人民智行”专栏,以客观的报道、专业的洞察、深度的思考,全景呈现这场席卷出行领域的智能化、绿色化革命。



图虫创意/供图

证券时报记者 王小伟

“一顿饭的工夫,便有一款新车进入市场。”这已成为中国品牌车型常规的更新节奏。即便在“反内卷”的当下,国内车企推新车的节奏仍在提速。数据显示,当前国内车企日均新车迭代率已攀升至3.2款左右。

在“半年一改款、一年一换代”的节奏下,汽车呈现出“快消品化”趋势。这种更新,一方面为消费者带来了多样化选择,另一方面也加剧了各家车企的竞争压力,提升了车企踏准市场节拍的难度,不少车企在竞速焦虑中“紧赶慢赶”式上新,以避免被挤下牌桌。

近期,小米、零跑、小鹏等企业陆续发布半年经营业绩,造车新势力正在集体跨过“盈亏平衡点”。“上量”竞争之后,围绕技术、品牌、生态的终极竞争依然胶着。有受访者认为,中国汽车行业终将从“百舸争流”的春秋时代,迈向“强者恒强”的战国纪元,新的竞争范式将催化“七雄”格局的推进节奏。

1 快消品化

直播带货、线上下单、“硬件预埋+软件付费”……各种力量的推动之下,汽车的换代周期提速,消费模式向快消品靠拢。

在国家级二手车评估师张泉看来,电动汽车的快消品属性由其核心——电池和算法所决定。“两者都具有寿命相对较短、迭代越来越快的特点。电池通常在使用八年后健康度降至70%以下,续航能力下滑、自然风险增加,而更换电池包的成本可能高于车辆残值。另外,随着摄像头、激光雷达、车载芯片等智能硬件上车,算法和软件遵循摩尔定律快速迭代,也让汽车快消品化的趋势难以阻挡。”

中国汽车流通协会曾公布过一组数据:中国汽车保有量超3亿辆,平均车龄约8年。传统燃油车的换代周期约为6—8年,新能源汽车缩

短至3—5年左右。新能源车产品更新速度越来越快,从过去“三年一改款,五年一换代”,到近两年已实现“半年一改款,一年一换代”。有车企负责人将其形容为“年抛型电车”。

快消品化之下,电动汽车贬值节奏整体加快,个别车型首年贬值率甚至高达50%。

“新能源汽车不但要买得起,还要亏得起。”张泉表示,“燃油车时代,新车到手打八折,开三年打六折。如今,新车到手一年可能就打七折,开两年价格就可能腰斩。”

加速迭代对车企的影响具有双面性。任职于某德系汽车公司的李芳向证券时报记者介绍,迭代一方面有利于车企快速响应市场需求和技术变化,保持产品竞争力;另一方面,频繁

改款换代可能引发消费者观望,影响购车决策。

并非所有受访者都认可“汽车成为快消品”的判断。岚图汽车CEO卢放认为,即使用户换车频率加快,安全、耐用、可靠依然是首要标准,这意味着不能用快消品的逻辑开发汽车。造车永远要符合“车规级”标准,而非“消费级”标准。

李芳也指出,“一款新车型的研发需经历36—48个月的测试,包括冬季极寒工况验证、碰撞安全实验等,仅电池包的可靠性测试就需耗时1年以上。此外,产业链的物理限制,也决定了汽车无法像手机一样快速迭代。”

尽管存在争议,但快消品化趋势下,我国新能源汽车持续产销两旺。中汽协数据显示,今年1至7月,全国汽车产销累计分别完成1823.5万辆和1826.9万辆,同比分别增长12.7%和12%。稳住汽车消费,对于当前提振消费和社零总额增长都具有非常积极的意义。

2 竞速焦虑

汽车迭代“迭”的是什么?在“三电”(电池、电机、电控)技术天花板压低的情况下,卷参数、卷配置成为车企的共性选择。例如,由理想汽车掀起的“冰箱彩电大沙发”风潮,短期确实带动销量大涨,但也引发了“究竟是消费需求驱动的创新,还是技术竞争乏力后的避重就轻”的质疑。

被“卷”起来的配置是否为“真刚需”,开始出现分歧。前述车企负责人举例,一些车企强调流线型设计,采用隐藏式门把手。“此举虽能小幅提升续航,但也可能放大安全风险。”

“反内卷”背景下,多数车企依然积极推新。有新势力车企负责人表示,这是基于市场需求作出的判断。“单一车型有局限性。只有不断细化市场需求,才能保证市场份额和品牌活力。”

印证案例之一就是特斯拉。Model Y六座版8月19日正式上市,主流判断认为,这主要是出于弥补车型换代太慢导致的吸引力下降的考量。

多数车企的推新节奏,看似主动选择,实则是被动卷入。“很多是被时代的车轮推着走。当下的汽车市场,已经变成没有终点的技术冲刺与产品迭代竞赛。车企被卷入一场‘创新马拉松’,不仅要跑赢对手,还要超越昨天的自己。”前述新势力车企人士表示。

伴随着中国新能源汽车市场从“野蛮生长”进入“精耕细作”阶段,用户需求被切割成无数细分市场赛道。“每个细分市场都在升级换代。谁都清楚,有些细分市场规模有限,如果不能依靠上新抢占份额,就意味着被挤出牌桌,未来想再挤上去就太难了。”张泉表示。

车企的成本收益权衡是最重要的底层逻辑。从成本侧看,频频推新有助于销量排名,且可以摊薄单车研发等成本投入。从市场侧看,在强调概念和品牌之前,产品必须先经得起消费者的性价比考量。

这种模式下的负效应也显而易见。前述车企负责人介绍,在短周期快速迭代压力下,车企往往直接导入上游供应商的模块化解决方案,导致竞争核心转向供应链管理效率。

在快消品化的趋势下,一些车企踏准市场节拍的难度明显增加。以理想i8为例,刚发布时被视为“高价低配”的代表,上市一周便火速降价改配。

在张泉看来,这款车(理想i8)如果早一年推出,其配置和价格都没问题,“但在当前时点,面对乐道L90等新近上市且差异化配置突出(如前备箱),以及特斯拉推出的Model Y L等,i8就显得竞争力不足了。这说明新能源汽车市场变化太快,去年能打的车,今年可能就不行了;甚至上半年能打的车,下半年就可能落后了。”

同时出现的,还有“自我踩踏”的担忧。小米YU7上市时,就有市场担心其对小米SU7的潜在影响。更典型的是蔚来,其定位高端的全新ES8在8月21日开启预售,而更具性价比的乐道L90则于8月初刚交付,两者同样定位“大三排SUV家庭用车”。

供过于求。未来几年,中国车企的盈利状况将更加分化。

盘古智库理事长易鹏认为,中国汽车行业将从“百舸争流”的春秋时代,迈向“强者恒强”的战国纪元,市场集中度提升,资源向头部聚拢,技术壁垒成为关键护城河。“基于全球汽车产业整合规律及中国市场竞争态势研判,未来十年中国汽车产业将加速整合,最终形成类似‘七雄’的格局。”

“对于汽车企业来说,年销售量达到300万辆可进入主牌桌,100万辆将成为生存底线。”易鹏表示。

证券时报·人民智行研究院出品

牧原股份上半年净利增超1100% 拟拿出50亿元分红

证券时报记者 赵黎昀

今年上半年生猪价格整体呈现下行走势,但基于成本优势,养殖龙头牧原股份(002714)依然实现了百亿元规模的盈利。

8月20日晚间,牧原股份披露的2025年半年报显示,期内实现营业收入764.63亿元,较上年同期增加34.46%。其中屠宰、肉食业务实现营业收入193.45亿元,较上年同期增长93.83%。上半年公司实现净利润105.3亿元,同比增长1169.77%;实现经营活动产生的现金流量净额173.51亿元,较上年同期增长12.13%;2025年6月末,公司资产负债率为56.06%,较年初下降2.62个百分点。

高额盈利下,牧原股份也延续了高分红。

20日晚间,牧原股份同时公告,基于当前公司的经营情况、战略规划,为积极回报股东,在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下,公司拟以未来实施分配方案时股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利9.32元(含税,暂以2025年8月19日总股本扣除公司已回购股份计算),分红总额50.02亿元(含税),占公司2025年半年度归母净利润的47.5%;本次不送红股,不进行资本公积转增股本。

期内,牧原股份生产成绩持续改善,生猪养殖成本逐月下降,2025年6月生猪养殖完全成本低于12.1元/公斤。公司在半年报中称,后续会围绕健康管理、种猪育种、营养配方、智能化应用等方面,通过技术创新与精细化的管理,提升各项生产指标,持续降本增效,努力实现今年制定的全年平均12元/公斤的成本目标。

证券时报记者注意到,在8月11日回复投资者互动平台提问时牧原股份透露,公司2025年7月的生猪养殖完全成本为11.8元/公斤左右。

值得关注的是,2025年上半年,牧原股份正式开启“出海战略”,在3月份设立越南牧原有限公司后,5月份,公司向香港联交所递交境外上市外资股(H股)发行并上市的申请。

对此,牧原股份在半年报中表示,公司希望在香港联交所上市成为推进全球化战略的重要一步,将借助本次发行港股上市,重新梳理投资价值,塑造良好的资本市场印象,引入更多国际、长期投资者,进一步优化股东结构,提升公司治理水平。

当前全球生猪养殖行业仍有较大的发展空间,公司希望利用多年来在行业内积累的各项技术优势、成本管控和环保治理经验等,充分把握海外市场的发展机遇,推动公司业务实现进一步增长。

丽珠集团上半年净利增长9.4% 海外收入占比进一步提升

证券时报记者 李映泉

8月20日晚间,丽珠集团(000513)披露2025年半年报,公司上半年实现营业收入62.72亿元,同比下降0.17%;归母净利润12.81亿元,同比增长9.4%;基本每股收益1.43元。半年报显示,上半年丽珠集团在消化、精神神经、生殖、中药板块的主要产品收入均实现同比增长;利润方面,制剂板块的增长,以及原料药板块高毛利特色原料药出口的增长带动了利润增加;通过持续提高运营效率、降本增效,公司利润总额和扣非归母净利润均实现较高增长。

上半年,丽珠集团研发投入约4.91亿元,占营业总收入7.82%。截至2025年7月31日,公司制剂在研产品共39个。从研发阶段看,13项处于上市申报阶段,4项处于III期临床阶段,2项处于工艺验证/BE阶段,4项处于II期临床阶段。

在管线交付方面,注射用阿立哌唑微球及黄体酮注射液获得上市批件;重组人促卵泡激素注射液、棕榈酸帕利哌酮注射液及注射用阿立哌唑两款长效微晶等主要产品已申报上市。

上半年,丽珠集团进一步强化全流程研发管理,通过对在研项目分级分类管理,强化立项和再评估,加强对核心项目的统筹和资

源倾斜,重点项目的研发效率显著提升。

除了自研外,公司还通过BD(商务拓展)引进快速补齐管线和推进临床进程。2024年公司通过BD模式引进的6个项目,5个已顺利进入临床转化阶段,与现有自研管线形成良好的协同互补效应。2025年上半年,BD业务继续围绕消化道、精神神经、代谢、抗感染等核心治疗领域展开系统性调研,重点布局双抗、siRNA等前沿领域,进一步丰富项目储备。

半年报显示,丽珠集团持续加强AI技术在研发全流程的应用,将AI深度嵌入疾病靶点识别、药物设计、药学研究、临床研究及上市后监测等关键环节,不断拓展应用边界。

在专利布局方面,2025年上半年,丽珠集团共提交专利申请23项,获得国内专利授权19项。截至2025年6月30日,公司拥有国内外有效授权专利936项,其中发明专利490项;目前处于审查阶段的专利315项。

报告期内,丽珠集团实现海外收入约10.04亿元,同比增长18.40%;海外收入规模约占营业总收入的16.01%,较上年提升2.51个百分点。其中,公司原料药全球拓展成效显著,上半年原料药及中间体出口收入达9.74亿元,同比增长19.68%。

铬盐行业整合升级 振华股份确认参与七家公司重整

证券时报记者 刘茜

8月20日,振华股份(603067)公告称,公司在新疆沈宏集团等7家公司合并重整案重整投资人遴选会上,被评选为唯一投资人。公司已向管理人提交破产重整投资人的申报材料,并启动了对7家公司的尽职调查工作。但《重整投资方案》能否通过审议并经法院裁定批准存在不确定性。此外,调整重整投资方案或需履行其他审批程序的通过也存在不确定性。

回溯来看,吐鲁番市中级人民法院(简称“法院”)于2024年8月22日作出民事裁定书,裁定受理新疆沈宏集团破产清算一案,并于同日指定新疆元正盛业律师事务所(现更名为“广东华商(乌鲁木齐)律师事务所”)为新疆沈宏集团股份有限公司管理人。

法院于2025年1月2日作出民事裁定书,裁定自2025年1月2日起,对新疆沈宏集团进行重整。经管理人申请,法院于2025年2月21日作出民事裁定书,裁定受理对7家公司进行实质合并破产重整,并于同日指定广东华商(乌鲁木齐)律师事务所继续担任管理人。

随后,振华股份向管理人提交了破产

重整投资人的申报材料,向管理人支付了报名保证金,与管理人签署了《保密协议》,并启动了对7家公司的尽职调查工作。6月,公司向管理人提交了《重整投资方案》。8月19日晚,管理人发布公告,确定振华股份为7家公司合并重整案唯一投资人。

振华股份是A股市场唯一一家以铬化学品为主业的上市公司,也是全球规模最大的铬盐和维生素K3生产企业。受益于规模效应带来的成本优化,今年上半年公司实现营业收入21.9亿元,同比增长10.17%;归母净利润2.98亿元,同比增长23.62%。

国海证券研报指出,随着海外及相关领域对金属铬需求的快速增长,重铬酸钠作为上游较关键且较紧缺的原料,其供应或将直接影响海外高端制造产能释放,振华股份在重铬酸钠产品的产能扩张壁垒与技术优势有望占据重要地位,铬盐大周期将至,公司有望受益。

此前,振华股份透露,新疆沈宏集团是国内当前四家具有源头铬盐生产能力的金属铬材料厂商之一。公司参与本次破产重整符合铬盐行业“大型化、集中化、清洁化”的发展要求和规律,将有利于拓展公司业务渠道,提高市场份额,推动铬盐行业整合升级。

3 理性回归

今年夏秋两季,“大三排”SUV成为电车市场的竞争焦点。特斯拉、理想、蔚来、问界,都已经或将发布6座或7座车型,“一拥而上”上新特征明显。

“车企普遍认为,只要造出尺寸够大、配置够高的车型,就能拉动品牌溢价,甚至带动销量。但消费者在选购高端产品时,往往只会记住细分市场的前三位。”张泉说,当十余款车型挤在同一赛道,本质上是用不同包装卖相似产品,这是否会形成新的产能泡沫?

李芳认为,“反内卷”持续推进下,中国车企同质化、快消品化的竞争终将回归理性。“以‘卷配置’为例,特斯拉就开启了减配之路,比如真

皮座椅变为织物座椅,全景天窗变为金属天窗等。消费市场终会返璞归真,比如一些屏幕按键可能会回归物理按键。”

在回归理性的过程中,产业出清被部分受访者高度关注。

中国新能源汽车市场格局在不断迭代。十年前“蔚小理”横空出世,新势力挑战传统巨头成为市场焦点。十年后的今天,新旧对立的格局早已模糊,激烈的竞争取代了野蛮生长,新势力自身也成为新一代挑战的目标,尤其是华为系和小米系的强势入局。

摩根士丹利预测,全球电动车市场已出现