



新能源车企激战大电量时代 “量效协同”成必答题

证券时报记者 叶玲玲

作为车企角逐的主战场,电池容量军备竞赛日趋白热化。中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,今年1—4月,我国新能源汽车单车平均带电量达67.8kWh,同比增长33.8%。

大电量时代的加速到来,不仅得益于政策的助力、技术的迭代,更折射出电动化进程换挡、市场需求向高端化跃迁的结构性变革。

然而,伴随着电量的持续扩容,车重攀升、电耗增加、成本上扬等挑战接踵而至,如何平衡多重诉求成为行业亟待攻克的新问题。多数受访人士认为,以材料优化、结构创新为抓手,进行场景化精准研发,同步完善全域补能网络,才能找到“量效协同”的最优解。

竞速电池容量

“今年以来,明显感觉到客户的单车电量在提升,公司配套的B级以上车型项目也在增加。”国轩高科相关负责人告诉证券时报记者。

“作为续航里程的核心指标,带电量是客户购车的第一考量因素。”安徽合肥零跑汽车一位销售人员表示,从销售情况来看,大电量车型虽然价格更贵,但是更受欢迎,尤其增程车,“大电池、小油箱”渐渐形成趋势。

前述销售人员感受到的情况,从行业数据中可见一斑。据中国汽车动力电池产业创新联盟数据,2026年1—4月,我国新能源汽车单车平均带电量达67.8kWh,同比增长33.8%。其中,插电式混合动力乘用车、纯电动乘用车单车平均带电量分别为37.3kWh、64.7kWh,同比增幅分别为40.1%、21%。

在销售端,搭载大电池的千公里续航车型密集面市,电容量竞赛持续升级。

今年3月,比亚迪发布新款仰望U7,腾势Z9GT等多款新车,其中新款仰望U7纯电版电池容量达150kWh,CLTC续航最高1006公里;新款腾势Z9GT纯电版最大电池容量为122.5kWh,CLTC续航高达1036公里。

在增程及插混领域,大电量更是“香饽饽”。今年4月,零跑汽车旗下旗舰D平台首款车型——零跑D19正式上市,其中增程版本最高搭载80kWh大电池,CLTC纯电续航里程为500公里,综合续航超千公里。

“刚上市那几天,预约试驾的客户多得排不过来。”前述销售人员告诉记者,现在D19是门店的销售爆款,且绝大多数客户都选择了大电量版本。

除乘用车外,商用车应用场景逐步由城区配送走向城际、省际支线及干线物流,大电量趋势也愈发明显。据中信建投研报,2025年新能重卡平均单车带电量约415kWh,预计2026年将增至470kWh以上,其中500kWh+单车带电量车型占比将进一步提升。

“受驾驶习惯、路况环境、载重等多重因素影响,电动汽车的实际续航里程会在CLTC续航里程基础上打一定折扣,而大电池能够给用户足够的安全感,预留出足够的续航冗余。”真锂研究首席分析师墨柯表示,大电池可减少充电频次,对电池寿命更为友好。

多方合力驱动

在采访中,记者了解到,车企激战大电量赛道,是政策精准赋能、技术持续突破与市场需求强劲三方合力驱动的结果。

在政策端,《2026—2027年减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求》将插电式(含增程式)混合动力乘用车的纯电续航里程要求由此前的



汽车大电量时代的加速到来,不仅得益于政策的助力、技术的迭代,更折射出电动化进程换挡、市场需求向高端化跃迁的结构性变革,同时如何平衡多重诉求成为行业亟待攻克的新问题。

时报财经图库/供图

43公里提升至100公里,增幅超130%。这意味着,插混车型若想继续享受购置税减免红利,必须配备更大容量电池。

另一方面,2026年汽车以旧换新补贴政策由“定额”转向“比例+上限”模式,将补贴金额与车价直接挂钩,也在一定程度上刺激了更大电量、更高价位的新能源汽车购置需求。

在技术端,电池的更新迭代为大电量提供了核心支撑。今年以来,比亚迪二代刀片电池、宁德时代新一代神行电池、麒麟电池及骁遥超级增混电池密集发布,蜂巢能源推出80kWh插混电池包“堡垒2.0”,将电池能量密度提升至新的高度,让电动汽车在相同体积下能够装载更多电能。

“400公里只是增混及格线,600公里才是增混新赛道。”宁德时代首席技术官高焕表示。

从数据来看,今年4月我国纯电动乘用车系统能量密度在140Wh/kg以上的车型产量占比为56.7%,同比提升18.6个百分点,其中160Wh/kg以上的车型产量占比达10.1%,同比提升6.1个百分点;125Wh/kg以下车型仅占比0.02%,已基本退出市场。

除政策和技术外,市场需求的升级、电动化的结构性转型才是本轮大电量比拼的底色。

“当前,新能源汽车已不止于交通工具,更多地承担起移动智能空间的角色,车载智能硬件与多场景用车需求拉动整车用电负荷走高,倒逼车型储备更大电量;与此同时,近年来新能源购车人群呈现明显的年轻化、中产化特征,他们更看重整车综合性能与用车体验,更愿意为大电量买单。”上海有色网锂电分析师杨功告诉证券时报记者。

值得一提的是,新能源商用车接替乘用车,迎来渗透率飙升期,也为单车带电量增长注入强劲动能。今年1—4月,我国新能源商用车国内销量27.9万辆,同比逆势增长27.8%,其中4月单月销量为9.5万辆,国内市场渗透率达32.8%。

“新能源商用车平均带电量在200度以上,抵上三辆乘用车,且目前处于高速增长期,未来将成为动力电池装机的一大增长极。”杨功表示。

寻找“量效协同”最优解

需要关注的是,大电量趋势之下,多重隐忧已悄然浮现。最直接的问题是,带电量提升增加整车质量,从而提升电耗。

“按照能量密度140—160Wh/kg测算,电池

容量加大10kWh,电池包重量约增加60—70公斤,电机需要消耗更多的能量来驱动车辆,反向影响续航表现;与此同时,过重的电池组会增加车辆悬挂系统负重,导致其响应速度变慢,降低车辆的操控稳定性,严重时甚至出现“崴脚”情况。”墨柯表示。

在商用车领域,面对车货总重的定额要求,大电量带来的增重意味着运载货物减少,俗称“亏吨”,将直接导致经济损失。

成本挑战也是大电量绕不过的话题。“目前,电池各项原材料处于上升通道,增加电量带来的成本压力不容小觑。当电池包做到100度以上,材料体系可能就需要从磷酸铁锂切换至三元,这部分额外成本能否转嫁给消费者也面临考验。”杨功表示。

此外,大容量电池对热管理、安全防护以及整车轻量化提出更为严苛的要求,车企可能需要为此付出更多隐性成本。

如何平衡电池容量与重量、成本之间的关系,成为大电量时代的“必答题”。

在多数受访人士看来,提升能量密度依然是破解难题的关键。“不仅要关注电池质量能量密度,还要关注体积能量密度,同时不断迭代CTP技术,让电池更轻、更小。”国轩高科相关负责人表示,以公司磷酸铁锂电池系统为例,质量能量密度超150Wh/kg,体积利用率超过70%,结合零部件的轻量化设计、新材料的应用,可适配客户对单车电量提升的需求。

材料创新被视为破局的长远之道。当前,业内正积极引入富锂锰基正极、硅基负极等新材料,并着力推进固态电池产业化,突破能量密度与续航里程天花板。

除内在技术升级外,快充、换电等在补能网络的完善也有助于缓解里程焦虑,避免大电量比拼走向极端。

大电量虽是趋势,但并非“万能钥匙”,找到精准适配的场景才是最优解。“企业不应再试图用单一维度、单一产品打天下,而必须深入出行、物流的毛细血管,结合用户对购车成本、出行场景、充电频次、驾驶体验的综合诉求,精准开发适配性产品。”国轩高科一位市场负责人表示。

证券时报·人民智行研究院出品

应对周期波动 牧原股份用上了养猪大模型

证券时报记者 赵黎韵

5月13日,牧原股份(002714)举行2025年度股东会,会议审议通过了包括公司2025年度利润分配方案及2026年中期分红规划、提请股东会授予董事会回购公司H股股份一般性授权、发行债务融资工具一般性授权等9项议案。

持续推动分红

虽然生猪养殖行业步入周期低谷,养殖企业经营压力加大。但2025年,牧原股份通过技术成果向实际生产力的转化,生猪养殖生产成本显著下降。

2025年,牧原股份全年生猪养殖完全成本约12元/公斤,较上年同期降低约2元/公斤。公司高管表示,近年来公司持续进行成本挖潜,头均降本已达到362元。目前公司最好场线成本控制已达到10.5元/公斤以下,但依然有场线成本在12元/公斤以上,成本挖潜空间依然存在。未来随着公司生产管理各环节的不断优化,公司生产效率将逐步提高,公司生猪养殖完全成本有望进一步下降。

虽然经营承压,但2025年牧原股份依然推进了大手笔分红。公司拟向全体股东每10股派发现金红利4.27元,分红总额24.35亿元(含税)。加上2025年半年度利润分配50.02亿元,牧原股份2025年公司现金分红总额为74.38亿元(含税)。

此外,2025年度公司股份回购金额约为20.01亿元(不含交易费用等)。公司2025年度现金分红和股份回购总额为94.39亿元,占公司年度净利润的比例为60.95%。

13日的股东会上,牧原股份还通过了2026年中期分红规划。

海外业务拓展

2025年,牧原股份在深耕国内业务的同时,积极关注并开拓海外市场。

公司管理层表示,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,通过装备与技术出海,赋能生猪养殖行业,推动公司业务实现进一步发展。

2025年牧原股份设立越南牧原有限公司,与越南BAF公司签署合作协议,积极探索海外市场。2026年2月,牧原股份完成港股上市,拟借助本次发行重新梳理投资价值,塑造良好的资本市场形象,进一步优化股东结构,提升公司治理水平。

公司高管表示,目前牧原股份海外业务

已逐步从轻资产输出技术到规划产能布局的阶段,企业已经锁定了自建项目,2026年公司也将继续加大对海外投资的力度。

13日的股东会审议通过了发行债务融资工具一般性授权的议案,为进一步满足境内外业务发展需求,拓宽融资渠道,及时把握市场发行时机,降低融资成本,优化公司债务结构,公司拟在境内发行不超过等值人民币120亿元(含120亿元)额度的债务融资工具,有关债务融资工具包括但不限于短期融资券、中期票据、公司债券、境外人民币债券和外汇债券及监管机构许可发行的其他境内外人民币或外币债务融资工具。其中向中国银行间市场交易商协会注册中期票据不超过60亿元(含60亿元),短期融资券不超过20亿元(含20亿元)。

此外,公司提请股东会授予董事会回购公司H股股份一般性授权的议案也获通过。

应对周期波动

国家统计局数据显示,2025年我国生猪出栏7.18亿头,同比增长2.4%。截至2025年末,全国能繁母猪存栏3961万头,较上年末下降2.9%;生猪存栏4.3亿头,较上年末增长0.5%。

在市场供给增强,周期阶段下行的背景下,2025年全年活猪均价为14.44元/公斤,同比下降9.2%。

2026年国内生猪价格再度下探,当前处于底部运行阶段。在行业面临产能调控之际,牧原股份未来的发力方向也受到投资者关注。

“过去大多数投资者对牧原期望是自繁自养业务规模持续发展,但在2025年生猪产能面临调控的背景下,

这一发展目标也需要调整。”牧原股份管理层表示,在公司已经积累的养殖能力和技术能力下,后续更多的工作重心将转向持续推进技术输出,打造养猪大模型。把通过自繁自养拓展产能发展,转变为帮助同业养殖户一起发展。

“面对当前生猪市场供需矛盾,国家相关部门已多措并举推动产能调控,公司也持续按照相关要求调节产能,取得了一定成果。”公司管理层表示。

2026年公司结合行业发展情况、市场情况及自身经营情况,预计全年销售商品猪7500万头至8100万头。

股东会直击



5月13日,牧原股份举行2025年度股东会。受访公司/供图

申昊科技与中移杭州合作 共拓具身智能终端新赛道

证券时报记者 康股

申昊科技(300853)5月13日晚间公告,公司与中移(杭州)信息技术有限公司签署战略合作协议,双方将围绕具身智能终端产品开展深度合作。

据悉,中移(杭州)是中国移动通信有限公司(简称“中国移动”)的全资子公司,深耕操作系统、算力与安全、人工智能、机器人四大关键技术领域,是中国移动贯彻“网络强国”战略、推进企业转型的重要布局载体,曾获得2023年国家科学技术进步奖一等奖,牵头或参与制定国际国内标准80余项。

协议指出,双方以行业需求为导向,依托双方在资源汇聚、场景整合、核心技术研发等方面的各自优势,在具身智能终端产

品方面开展深度合作,形成多元化、有韧性的供应格局,充分发挥各自在专业领域的影响力,推动双方共赢发展。

申昊科技表示,公司本次与中移(杭州)签署战略合作协议,双方将重点围绕具身智能领域的产品开发和推广开展深度合作。通过此次合作,有利于拓展公司细分场景市场,进一步完善公司在工业大健康方向的产业布局,增强公司综合竞争实力和行业影响力。

据了解,申昊科技主要从事智能机器人、智能监测检测及控制设备的研发、制造、销售及服务,为工业设备安全运行及智能化运维提供综合解决方案。申昊科技产品主要分为巡检类机器人、操作类机器人、水下机器人、家庭储能、智能化系统及解决方案等。

阿里全年收入首破1万亿元 云和AI成新增长引擎

证券时报记者 葛英好

5月13日,阿里巴巴集团发布2026财年第四季度(自然年2026年第一季度)财报及全年财报。

2026年第一季度,阿里巴巴集团总收入为2433.8亿元,同比增长3%。若不考虑高鑫零售和银泰的已处置业务收入,同口径收入同比增长为11%。归属于普通股股东的净利润为254.76亿元。净利润为235.02亿元,同比增长96%。

2026财年(自然年2025年4月1日—2026年3月31日),阿里巴巴集团营收10236.7亿元,同比增长3%;净利润1059.04亿元。全年收入首次站上万亿元。

同时,阿里巴巴宣布派发2026财年度定期现金股息,股息总额约为25亿美元。

财报显示,阿里云外部商业化收入增长加速

至40%,其中AI相关产品收入占比首次突破30%,成为新增长引擎。AI相关产品季度收入89.71亿元,年化收入突破358亿元。电商CMR(客户管理收入)同比增长8%,即时零售强劲增长57%,市场规模保持稳定,单位经济效益持续改善。

阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭表示:“阿里全栈AI技术投入已正式跨越初期培育阶段,进入正向的规模商业化回报周期。本季度,我们在模型、云基础设施和应用各层实现加速突破。”

本次财报最大亮点来自云和AI。从模型、云基础设施到应用,阿里全栈AI各层均加速突破,AI正在成为驱动云收入增长的主要引擎。

2026年第一季度,云智能集团收入为人民币416.26亿元,同比增长38%,特别是外部商业化收入同比增长加速至40%。这一增长势头主

要由公共云业务收入增长所驱动,其中包括AI相关产品采用量的提升。在模型层,千问大模型在推理、编程、智能体任务等方面展现领先地位,同时丰富多模态模型矩阵,包括世界模型HappyOyster和视频生成模型HappyHorse。在芯片层,平头哥自研GPU芯片已实现规模化量产和广泛产业应用,60%以上的算力已服务于外部商业化客户,覆盖互联网、金融、自动驾驶等核心场景。

报告期内,AI正在与阿里巴巴消费生态加速融合,逐渐成为贯穿各业务的新增长引擎。

2026年第一季度,阿里中国电商事业集团收入1222.2亿元;中国电商集团CMR(客户管理收入)增长8%,即时零售收入增长57%,88VIP会员规模突破6200万,同比双位数增长。即时零售收入强劲增长的同时,订单结构同步优化。