人民智行

头部车企销量K型分化 “牌桌淘汰赛”窗口逼近

证券时报记者 王小伟

传统车企和造车新势力近日陆续交出下半年首月成绩单(销量或交付量)。7月虽为传统汽车销售淡季,但仍有头部新势力冲破天花板,腰部则在3万辆阵营“混战”,也有一些车企产销下滑,共同勾勒出行业加速分化的竞争格局。

比亚迪以41.9万辆断层领跑、零跑首破10万辆月销登顶新势力、理想成新势力中唯一同比环比均下滑的品牌……这不仅仅是一张月度销量排位表,更是一张谁在上升、谁在挣扎的分割图。

按照乘联分会推算,7月狭义乘用车零售市场规模预计达到152万辆,环比下降5.1%,同比下降16.8%。其中,新能源乘用车零售销量预计在98万辆左右,环比微降,渗透率进一步提升至64.5%左右,机遇与挑战并存。

业内认为,传统淡季叠加上半年冲量透支,汽车市场正在回归真实需求,这会加剧车市的结构性洗牌。众车企必须面对的课题是,随着分化的空前加剧,一场喊了多年的淘汰赛预演窗口,真的越来越近了。

7月部分新势力车企的交付量

企业名称	交付量（辆）	同比变动幅度
零跑汽车	101267	+102%
鸿蒙智行	45046	——
小鹏汽车	38027	+约4%
蔚来汽车	35934	+71%
理想汽车	30468	-0.86%
小米汽车	超30000	未披露

王小伟/制表 图片来源:AI生成

分化明显

8月2日,比亚迪公布产销快报。7月新能源汽车产量42.02万辆,销量41.92万辆。今年累计新能源汽车销量222.77万辆,同比下降10.54%。

7月销量榜单中,零跑汽车成为最大赢家,以约10.13万辆交付量、同比增长102%的成绩,成为国内首个达成单月超10万辆交付的造车新势力企业。零跑汽车从2025年开始进入高速发展阶段,增速甚至超过公司的预期。零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明在7月销量收官视频中表示:“从月销879辆到10万辆,我们走了整整6年,过去不敢想的事,今天成了。”

原因之一在于市场覆盖面的扩容。零跑形成四大产品系列矩阵,覆盖6万元级到30万元级主流价位区间。有接近中汽协的人士对记者表示,月销10万辆意味着零跑已经触及到汽车集团的规模。

除了零跑外,极氪和埃安等品牌环比也出现逆势上涨。其中,极氪7月交付35837辆,同比增长111%,创历史新高。随着未来趋势受超级电混车型放量、高端化及出海驱动,在度过淡季后,极氪会否踏入“4万阵营”,值得关注。

7月广汽埃安(含昊铂BU口径)交付34987辆,连续数月环比上升。不过,埃安日前陷入电池质量风波,这或为其后续销量带来了不确定性。

跟随汽车大盘,国央企培育的“车二代”整体环比回落。深蓝汽车7月全球销量29213辆,同比增长7.5%,但环比下滑超13%。极狐汽车7月交付23517辆,环比跌8.30%。

新势力困于3万辆?

零跑率先撞线10万辆,为新势力打开了新的想象空间,也为未来行业的竞争格局注入了新的变量。但当下,更多的新势力车企仍在3万辆阵营里为守住阵地而战。

7月,小鹏集团交付新车38027辆、蔚来35934辆、理想30468辆,小米交付量超3万辆,从“3万级”到“4万级”的跨越遇阻明显。其中,曾经在6月突破4万辆的蔚来和小鹏,又都跌回3万辆区间。

一众新势力都希望能突破“3万天花板”。以小鹏为例,在7月发布了MONA系列首款SUV——MONA L03,后续能否重回4万辆区间,这款新车的交付表现将是关键变量。不过,也有车企依然在存量款型中求稳,蔚来公司今年已经完成了所有的新车发布。业内认为,接下来5个月里,后续增长更多依赖现有车型的市场表现和产能释放。

理想汽车7月交付30468辆,系头部新势力中同比、环比双降品牌。供应波动以及过度依赖单款车型,使理想在增程市场结构性萎缩及新老车型切换中遭遇持续阵痛。

前述汽车人士认为,车企存在两条截然不同的路径,一队将电动化视为唯一的机会窗口,全力投入、加速迭代;另一队则在转型阵痛之间反复权衡,放慢节奏、押注多技术路线。这是汽车玩家对产业未来的认知发生分歧,映射出当前中国车市竞逐的空前复杂。

有一种声音认为造车新势力正集体“困在3万辆”,这个数字一度被视为未来车市竞争留在牌桌的门票。

对此,8月2日,蔚来汽车联合创始人兼总裁秦力洪接受证券时报记者采访时认为,月销量只是一个维度,更重要的是要看量价关系。“如果一辆车均价10万元,月销3万辆可能还没有越过生死线。”

秦力洪拿蔚来举例,“中国车企不该一味求快、一味贪多。不能把自己的团队卷得没有理性,而是要先站稳(月销3万)这个台阶。目前蔚来产品均价已开始超过BBA(奔驰、宝马和奥迪),在此背景下,蔚来的策略一是稳住,二是要往上走,三是有耐心。”

下一步怎么走?

今年以来,中国整个汽车行业在量和利方面的挑战都在加大。中国汽车工业协会数据显示,1—6月中国汽车销量同比下降4.1%,面临结构调整压力。同时,汽车制造业整体利润率连续下滑,最新数据是利润率跌至1.5%的近十年来最低点。

虽然车市大盘整体进入存量市场,但一些亮点同步出现。

秦力洪将这些亮点分为三个方面。首先,纯电成为中国车市第一大动力形式,这会给聚焦纯电路线的车企带来机会。其次,中国汽车出口表现优异,说明中国品牌和技术在全球的地位在提升。最后,技术端不断进步,消费者可以花同样的钱体验到更高科技,这会大幅提升大众幸福指数。

众车企也在围绕这三个方面推进市场增量掘金,车市竞争呈现出“横看成岭侧成峰”的层次感。

例如,虽然小鹏汽车7月单月销量落后于零跑汽车,但其海外累计交付量却远远反超。截至2026年上半年,小鹏汽车海外累计交付约10.52万辆。“公司已制定详细的全球化战略规划,目标是到2030年实现海外销量100万辆。”小鹏集团国际业务总经理唐志坤表示。

前述汽车人士认为,7月的数据只是一次预演。真正的大考,还在后面。“牌桌上的人会越来越少,而谁将留在牌桌上,答案不在月度销量榜里,而在每家企业的技术储备、盈利能力和战略定力之中。”

业内认为,随着中国车市已经从增量竞争全面转入存量竞争,K型分化会重塑行业格局。对整个行业而言,竞争逻辑已从价格战转向体系化能力比拼——涵盖研发、供应链、制造、质量及用户服务。一场以核心技术、生态整合与体系效率为内核的终极淘汰赛,已然鸣枪。

证券时报·人民智行研究院出品

第十二批集采开标 相关公司普遍预期利好市场开拓

证券时报记者 张一帆

第12批国家药品集采于7月31日开标并产生拟中选结果。8月2日,多家上市药企陆续披露拟中选品种,企业普遍预期,此次拟中选以及后续的合同实施,将促进相关产品国内市场的开拓。

科伦药业(002422)披露公司共有沙库巴曲缬沙坦钠片、脂肪乳注射液(C14—24)等14个产品拟中选,在当日披露拟中选公告的上市公司中规模最为庞大。科伦药业表示,若公司后续签订采购合同并实施,将进一步扩大相关产品的销售,提高市场占有率,提升公司品牌影响力,对公司的未来经营业绩具有积极的影响。

本次集采坚持“稳临床、保质量、反内卷、防围标”原则,65种药品全部采购成功,覆盖抗感染、抗肿瘤、抗血栓、降血糖、降血压、降血脂、风湿免疫、消炎镇痛等领域常用药品。全国共4.5万家医药机构报量,医药企业积极参与本次集采,327家企业的521个产品获得拟中选资格。

除科伦药业之外,国家医保局披露还有齐鲁药业、石家庄四药、倍特药业等企业有10余个产品中选,诺华公司的沙库巴曲缬沙坦、拜耳公司的碘普罗胺等10个参比制剂中选。据了解,这些临床认可度高、质量和供应有保障的主流企业普遍中选,突出了本次集采中“稳临床”原则,将更好适应多元用药需求。

华东医药(000963)披露环孢素软胶囊、他克莫司胶囊、美沙拉秦肠溶片三款拟中选本次集采。华东医药方面介绍,环孢素和他克莫司属于免疫领域核心用药,依托集采医疗机构优先选用中选药品政策,有助于稳固院内现有市场基本盘。

“产品拟中选价格较原售价有所下调,有利于进一步提升药品可及性,降低移植、自身免疫性疾病长期治疗患者的用药经济负担。”华东医药表示。

“反内卷”与“保质量”,是本次集采过程中的另外两个突出原则。国家医保局介绍,本次集采规则采取两档防范异常低价措施,排除极端低价对整体竞争格局和价格体系的影响;同时要求中选药品采购协议期内不得降级变更包装,例如口服片剂不得由每片独立包装变更为多片瓶装,避免因包装形式变化影响药效稳定性。

湘财证券认为,“双锚点”叠加超低价不带量机制封死恶性降价空间,预计集采品种降价不确定性对市场影响将更为可控。

华海药业(600521)宣布拉莫三嗪片、艾拉莫德片、培哚普利氨氯地平片(Ⅲ)、美沙拉秦肠溶片拟中选本次集中采购。其中,华海药业的后三款产品在今年二季度刚获得《药品注册证书》,华海药业期待此次拟中选将有利于上述产品快速打开国内销售市场。

此外,昂利康(002940)宣布西格列汀二甲双胍缓释片、沙库巴曲缬沙坦钠片及海西药业吸入用七氟烷拟中选,汇宇制药(688553)宣布有三个产品拟中选。一品红(300723)旗下培哚普利氨氯地平片(Ⅲ)与注射用硫酸艾沙康唑拟中选,公司已提前完成产能预留与物流预案,确保全国范围内按时、足量、稳定供货,公司将严格把控药品质量,保障中选药品稳定供应。

湘财证券表示,当前集采已常态化推进至第12批,对二级市场的边际冲击已显著钝化,可重点关注新纳入品种可能对相关公司的影响。同时,对于成功实现从仿制药向创新跃迁的公司而言,仿制药集采对报表的影响也将逐年走弱。

宝莱特筹划控制权变更

证券时报记者 孙宪超

宝莱特(300246)7月31日晚公告,公司控股股东正筹划控制权变更事项。公司已向深交所申请,股票及可转债“宝莱转债”自8月3日(星期一)开市起停牌,预计停牌不超过2个交易日,其间可转债转股业务同步暂停。

在本次筹划上市公司控制权变更前,宝莱特控股股东、实际控制人燕金元及控股股东一致行动人、实际控制人王石就曾对外转让上市公司股份。

2026年1月12日,燕金元及王石与衢威智合签署了《股份转让协议》,约定通过协议转让方式将其持有的公司无限售流通股合计1852.06万股(系公司首次公开发行前持有股份,占公司目前总股本的7%),以9.45元/股的价格转让给衢威智合。

5月29日,宝莱特收到燕金元及王石提供的由中国证券登记结算有限责任公司出具的《证券过户登记确认书》,本次权益变动涉及的股份已完成过户登记手续,过户日期为5月28日。

该次交易完成后,燕金元及王石的持股比例分别降至20.58%、1.60%,合计为22.18%;衢威智合的持股比例为7%。

宝莱特于2011年7月在创业板上市,主营业务为医疗器械产品研发、生产、销售、服务。近年来处于持续亏损状态,2023年至2025年归母净利润分别为-6518.51万元、-7144.13万元、-6942.78万元。今年一季度,宝莱特归母净利润为-731.89万元,扣非净利润为-1462.75万元。但股价今年以来走势强劲,截至7月31日收盘,年内涨幅达137.78%。

此前,宝莱特在接待机构调研时表示,公司将始终聚焦临床实际需求,依托国家级制造业单项冠军的技术积淀,顺应行业智能化发展趋势,将“智能化”确立为产品研发的核心驱动力。公司将持续加大研发投入,力争推出更多解决临床痛点、具备“新质”属性的医疗设备,构建差异化的解决方案矩阵,推动医疗设备由“功能集成”向“智能决策”跨越,全面提升产品核心竞争力。

“在具体路径上,公司将深化产学研医合作,以前沿科学与临床经验赋能技术创新,力争在新型设备研发与关键技术攻关上取得新突破。”宝莱特表示,公司依托精密制造优势,积极探索智慧医疗与大健康领域的新赛道;深耕医疗信息化与数据算法分析,为临床辅助决策提供数据基座,布局智慧病房生态,拓展床旁问诊、健康宣教及远程会诊等应用场景;持续开发血液透析差异化耗材,拓展腹膜透析、CRRT等肾科领域产品线;加快推进G系列高端监护仪、CRRT、AED及新款输注液泵等重点有源产品的研发进程,力争早日取证上市。

充电桩3C认证强制实施 准入门槛提升行业洗牌加速

证券时报记者 叶玲珍

8月1日起,电动汽车充电桩CCC认证(即3C认证)正式强制实施,未获认证产品不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。记者了解到,目前主流设备厂商大多已完成3C认证,部分中小厂商因无法按期完成认证导致短期无单可接,正在积极谋求转型。

业内认为,充电桩3C认证将有望终结行业低价竞争的野蛮生长时代,加速行业洗牌,推动产业迈入安全化、标准化、高质量发展的全新阶段。

充电桩3C时代开启

回溯来看,充电桩3C认证此前已有明确政策铺垫,市场预期充分。2024年12月,市场监管总局发布公告,决定对电动汽车供电设备实施强制性产品认证管理。

据悉,充电桩3C认证管理包括开展防触电、短路保护、耐火耐燃等关键安全指标测试和企业现场质量保证能力、产品一致性检查,旨在筑牢产品质量安全底线。

“近期公司采购的充电桩,已经要求必须有3C认证了。”华东地区一位充电运营商告诉证券时报记者,3C认证遵循“管新不管旧”原则,8月1日前已投运的存量充电桩,仍可在符合安全要求的前提下继续使用。

近年来,随着新能源汽车渗透率的不断提升,充电桩已经成为服务百姓出行需求的重要基础设施。截至今年6月底,全国充电基础设施(枪)总量达2305.7万个,同比增长43.2%。

此前,充电桩行业存在技术门槛低、标准不统一等问题,部分厂商为压缩成本以次充好,导致漏电、起火、短路等安全事故频发。根据市场监管总局2025年的抽查情况通报,电动汽车充电桩抽查不合格率高达49.1%。

“本次需强制开展3C认证的充电桩产品包括交流供电设备和直流供电设备,家用私桩、公共商用桩均在管理范围内,覆盖面广,对规范行业发展大有裨益。”杭州鸿途智慧能源技术有限公司副总裁王锋向记者介绍。

行业洗牌加速

多数受访人士认为,充电桩3C认证落地,将大幅提升行业准入门槛,倒逼以低价竞争抢占地盘的中小厂商退出市场,加速行业洗牌。

“3C强制认证实施关键零件备案制,也就是说,不仅要求充电桩设备通过3C认证,关键零部件也必须通过严苛检测。”华东地区一位充电桩厂商内部人士表示,部分此前使用低价低质零部件的中小厂商大概率将面临供应商切换,这将是一笔不小的隐性支出。

王锋告诉记者,3C强制认证要求企业在取证周期内不能随意更换备案零部件规格及供应商,如果擅自改变,将面临取消证书和罚款。“这样一来,大型供应商与充电桩厂商之间有望形成强绑定关系,市场份额将加速向头部集中。”他同时指出,3C认证最严苛的环节并非产品检测,而是工厂审核,“不具备标准化生产流程和品控能力的厂商很难满足要求。”

除此之外,3C认证带来的认证审核等合规费用,将进一步拉开成本差距。据王锋透露,市面上充电桩产品型号众多,不同系列的充电桩产品需分别进行3C认证。

对于产能规模庞大的头部充电桩厂商,认证成本可通过规模化生产摊薄;但对于产能有限、营收薄弱的中小厂商而言,这笔刚性合规支出将进一步压缩其生存空间。

企业积极应对

面对3C强制认证,充电桩行业相关参与方均在积极布局,其中头部厂商已率先完成全系列产品3C认证,抢抓先发优势和转型红利。

早在2025年5月,特来电便宣布其21kW领航系列智能交流充电桩率先获得国家3C认证,成为行业首批获得认证的充电设备;盛弘股份在2025年年报中表示,公司全系列充电桩产品已完成3C认证审核,并在业内首批完成兆瓦级充电堆产品3C认证。

星云股份也表示,在政策正式实施前,公司已完成多品类、全功率充电桩3C认证布局,覆盖交流桩系列产品、一体式直流充检桩系列产品等。

中小厂商在成本与合规压力之下,也在积极谋求转型。

“据我了解,部分小厂无力拿下3C认证,目前已经无单可接、无货可卖。”前述充电桩厂商内部人士表示,部分厂商开始采取委外加工等模式,也有一些厂商逐步弱化生产,开始转向第三方维护业务。

在王锋看来,伴随着3C强制认证的落地,充电桩整体成本将上行,行业终端用户需转变发展思路,从过去的粗放的跑马圈地、硬件投放转向精细化运营。

“从长期来看,合规的充电桩能够有效降低设备故障、安全事故概率,减少长期运维成本;与此同时,标准化设备更适配智能充电、车桩互动、有序充电等新型业态,有望为运营商开拓新的盈利渠道。”王锋表示。