

## 新能源汽车产业集中度提升

## 智能驾驶赛道竞争进入新阶段

11月5日,乘联分会发布10月汽车市场销量数据,全国乘用车市场零售238.7万辆,同比增长6%;新能源车市场零售140万辆,同比增长17%。当日,赛力斯港股上市、小鹏Robotaxi发布、京东“国民好车”下线三件大事同日落地。值得寻味的是,销量数据与车企动作形成共振,恰似企业对资本、技术、需求三大分化根源的应对,也释放出汽车产业从“规模竞赛”向“价值突围”转型的信号。

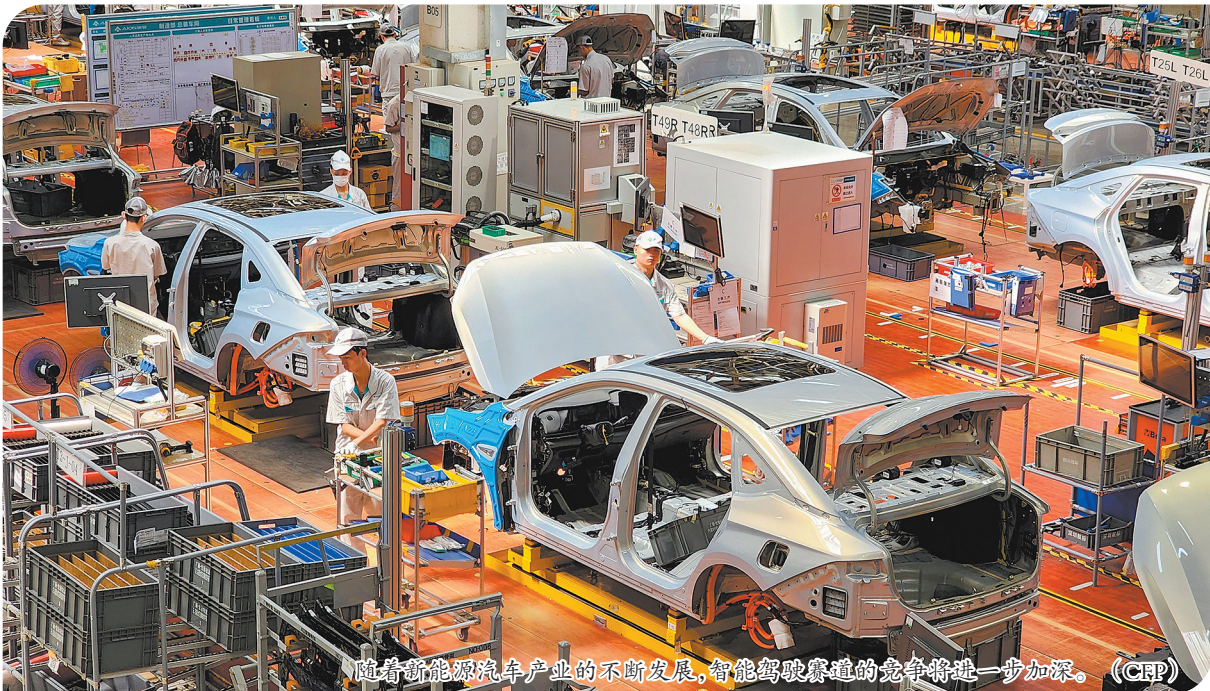
## 资本向潜力车企聚集

11月5日,赛力斯在港股市场完成挂牌,创下年内全球车企IPO规模之最。尽管开盘遭遇破发,但超2200亿港元的市值规模仍凸显出资本市场对其发展潜力的认可,这场上市之旅本质上是新能源车企应对资本分化的典型样本。

在“以旧换新”政策拉动车市持续升温的背景下,乘联分会数据显示,10月新能源汽车销量达140万辆,同比增长17%,但高速增长背后是企业研发与产能扩张的巨额资金需求,资本实力差异已成为车企增长断层的核心诱因。

新能源汽车产业的资本分化态势在2024年愈发显著:一边是高合、极越等车企因资金链断裂陷入困境,另一边理想、蔚来等头部企业年内顺利完成数十亿级融资,智己汽车更是斩获94亿元B轮融资。赛力斯港股上市募资正是对这一现状的主动应对。据其招股书披露,本次募集资金将重点投向智能驾驶技术研发、新车型平台建设及补能网络扩张,而这三大领域恰是当前车企竞争的核心战场。

东方证券研报指出,随着产业集中度提升,资本将进一步向具备技术储备与市场潜力的车企聚集。赛力斯的资本补血模式或被更多二线车企效仿,未来资本市场的“马太效应”将加剧,只有能通过上市、融资等方式持续补充资本的企业,才能在研发竞赛中站稳脚跟。



随着新能源汽车产业的不断发展,智能驾驶赛道的竞争将进一步加深。(CFP)

## 智能化成为竞速焦点

当赛力斯在资本市场跃迁之时,小鹏汽车同步发布了其Robotaxi技术路线图,试图以高阶智驾破局。这一战略背后,是其面对智能化红海时的焦虑——尽管10月交付量创历史新高至42013辆,但城市NOA落地进度滞后、智驾数据积累不足等问题,正制约其与头部玩家的抗衡能力。

纵观行业,智能化已成为车企竞速焦点。特斯拉FSD凭借海量数据持续迭代,华为乾崮ADS 3.0借鸿蒙生态覆盖25万级市场,而小鹏虽将城市NOA下放至15万级车型,但在算法精度与场景覆盖上仍有差距。而比亚迪“天神之眼”智驾系统虽已搭载170万辆车,但其城市领航功能仍局限于特定版本,尚未大规模推广。

从产业视角看,政策引导正从“补贴驱动”转向“技术择优”。早期按续航里程分档的普惠补贴模式已调整为“退坡+门

槛提升”组合拳,续航最低要求从150公里升至300公里,并新增能量密度、百公里电耗等指标。

未来三年,智能驾驶赛道将进入“生态决战期”。车企若仅依靠单点技术突破,难以形成持久竞争力。

## 新模式试水零售变革

同日,京东联合广汽集团、宁德时代推出的“国民好车”正式下线,以“线上定制+线下快提”模式试水汽车零售变革。这一动作看似跨界颠覆,实则是行业对“需求匹配效率”升级的必然回应——当产销规模突破临界点,生态协同价值将取代单一产品竞争。

对比传统模式,京东汽车生态可实现从购车到充电、保养、二手车置换的全生命周期服务。数据显示,传统车企的需求响应周期平均为18个月,而京东通过用户数据画像,将新功能迭代周期缩短至9个月。

然而,生态整合并非易事。经济学者盘和林此前指出,线上渠道虽能加速获客,但售后网点质量参差不齐,且消费者仍倾向线下试驾决策。这意味着,京东需在“流量入口”与“服务落地”间找到平衡点。此前,蔚来通过换电网络与用户社区绑定高端客群;特斯拉借超充站与直营店提升用户体验。二者证明,生态能力本质是“用户运营效率”的比拼。

政策层面,配套措施正从“单一扶持”转向“生态构建”。例如,政策要求新建小区充电设施配比比例不低于10%,并鼓励车企与充电运营商合作。未来,汽车产业竞争将从“产品交付”升级为“全生命周期服务”。

赛力斯上市、小鹏技术发布、京东生态落地三件大事看似独立,实则共同指向新能源行业的分化与重构:资本决定生存底线,技术划定竞争天花板,而生态能力最终决定价值分配权。随着政策驱动变化、市场竞争深化,车企需在“规模扩张”与“价值沉淀”间找到动态平衡。(中新)

## “反内卷”取得阶段性成效

## 风电行业向好态势明显

经历长时间深度调整后,风电行业正显现积极变化。在已披露三季报的风电设备企业中,大多数实现营收和净利润同比双增,零部件与整机龙头企业业绩普遍改善。

## “反内卷”见成效

今年以来,风电行业向好态势明显。上半年,各机型中标价格已全部高于其最低成本价,部分机型最低中标价大幅提升。中国可再生能源学会风能专业委员会认为,风电整机中标价普遍回升,意味着行业低价恶性竞争态势得到有效遏制,产业链压力得到缓解,风电行业“反内卷”已取得阶段性成效。

去年以来,在国家“反内卷”相关政策引导下,风电行业针对“反内卷”做了大量工作。40余家开发企业与整机企业达成关键共识:优化招投标规则、提高技术标权重、杜绝最低价中标。整机企业积极调整策略,头部企业主动退出超低价项目竞标,从价格竞争转向价值竞争。风电开发龙头企业改变招标规则,摒弃了最低价基准模式或是将价格评标权重下调。随着政策与行业自律共同发力,风机价格逐步回归理性。

## 发展新动能集聚

与此同时,风电行业中长期发展新动能正在集聚。近日举行的联合国气候变化峰会上,我国正式宣布,到2035年,风电和太阳能发电总装机容量达到2020年的6倍以上,力争达到36亿千瓦。

当前,新能源全面进入电力市场化交易新阶段,风电行业正经历一场从政策驱动到市场驱动的深刻变革。在新市场环境保持风电投资吸引力,企业需要强化新能力。

从规模比拼转为精细运营。相较过去几年企业一味追求大容量机组的路径,今年整机厂商更注重提升现有机组发电潜力和交易能力。从“规模驱动”转向“价值驱动”,风电企业要积极拥抱人工智能技术,以更灵活精准的发电策略、更高的可靠性、更强的电网支撑能力,破解新能源发电不稳定和电价波动的双重挑战,实现价值升值。

从单兵突进转为集成发展。在左右侧,风电与氢氨醇、储能等技术协同,可有效提升风电稳定性,拓展应用场景,孕育新的商业模式。企业需加快风电与其他能源技术融合发展,开辟新的增长空间。在上下端,通过联合上下游企业集成化创新,可有效提升风机性能,实现更高发电效率和更低运营成本。

从单押国内转为全球竞合。与中国光伏企业独步全球形成鲜明对比的是,当前中国风电企业海外市场占比普遍较低。事实上,中国整机厂在供应链完备性、成熟度以及服务响应能力方面都具备显著优势,要坚定“走出去”的信心,提升“走进来”的能力,赢取更多国际市场份额。(中新)

## 智能化装备加速落地

## 无人技术在快递领域实现广泛应用

日前,第11届快递“最后一公里”大会在北京举行。会上发布的《中国快递末端服务创新发展现状及趋势报告(2025)》显示,作为智能技术的集中代表,无人技术在快递领域实现了广泛应用。

《报告》介绍,目前,顺丰、“通达系”、极兔以及京东物流都在加速推进无人车的落地应用。随着技术日趋成熟,无人车性价比

越来越高。在面向网点的调查中,1535个网点计划采用无人车,以提升末端效能、降低运营成本,占样本总量的20.7%。

此外,无人机在网点尤其是农特产品“产粮区”的网点具有重要价值。茶青、松茸等高价值农产品生长环境特殊,采摘后需要尽快进入后续处理环节,速度更快、调配更灵活的无人机具有巨大的发挥空间。但相较于无人车,无人机的使用难度更大、技术要求更高,需要更多方面的资源支持。

《报告》显示,以智能快件箱、服务站为代表的新型末端在快件交付中发挥了巨大作用。在面向快递网点的调研中,1538个网点配备了智能快件箱,占样本总量的20.74%;570个网点设置了无人驿站,占样本总量的7.69%。

国家邮政局副局长廖进荣在大会上表示,新时代以来,寄递企业数字化、信息化、智慧化水平不断提升,末端智能化装备加速落地,无人机投递试点不断扩大,无人车应用末端投递逐渐规模化,有效助力提升末端服务水平。

(钟欣)

新鲜有趣的金融资讯,贴心实用的理财百科,帮你打理钱袋子、为你提供好点子、热点+热度+热情——“泉州金融窗”,一个全新视角的金融天地!



持续深化拓展“深学争优、敢为争先、实干争效”行动  
大拼经济 大抓发展