

既分高下，也决生死！新能源汽车年中群英会：迎战最卷的 “2024”，新旧势力殊死一搏 | 风云主题

导语：如何用问界 M5 来判断一款车的投资和消费价值。

作者：市值风云 App：观韬

天下大势，浩浩荡荡，不因尧存，不以纣亡，无外乎“时势”二字。

遥想长城汽车（603633.SH、02333.HK）当年，凭神车哈弗 H6 在 10-15 万价格区间找到发力点，累计拿下 103 个月 SUV 销量冠军。

春风得意之际，“WEY”豪华 SUV 横空出世，颇有一番“以吾之姓，赐汝荣光”的韵味，也体现出对逆向研发的自信。

但轰轰烈烈的新能源时代已经拉开序幕，在经历了“看不上、看不起、看不懂”以及持续亏损后，蔚小理在 2020 年涅槃，新王仿佛若隐若现。

谁成想，凭借厚积薄发的混动和电池技术，比亚迪（002594.SZ、01211.HK）在 2021 年乘风而起，71 万、186 万、302 万辆，一举成为我国首个年销量达到 300 万辆的车企。由于在 2022 年 3 月全面停产燃油车，300 万前还可以再加一个壮举，新能源。

人声鼎沸之际，比亚迪喊出“在一起才是中国汽车”，颇有秦皇“九合诸侯，一统天下”的霸气。



然而还未等迪盟主号令群雄，一句“遥遥领先”划破夜空，华为问界 M7 横空出世。凭借优异的高阶智能驾驶，问界新 M7 上市 50 天累计大定突破 8 万台。

就在大家以为天下大势已定，2024 年 3 月，千呼万唤中小米汽车姗姗来迟，营销鬼才雷布斯也用一场酣畅淋漓的大胜，告诉大家什么叫先天圣体：小米 SU7 上市 24 小时，大定 88898 台，雷老板凭实力在牌桌上挤出自己的身位。

如果用一句话来概括 2024 年国内新能源汽车市场，那就是“既分高下，也决生死”，谁能留在牌桌上，年底必见分晓。

基于此，风云君将以 2024 年上半年的销量和部分已披露业绩预告的上市公司业绩，来做一个综合点评。（注：除有特别说明，本文销量数据都来自懂车帝）

一、一个内心强大的产业，应该敢于直面别人优秀

根据中汽协发布的数据，2024年前6个月，我国汽车产销量均在1400万辆左右。其中乘用车产量1188.6万辆，销量1197.9万辆，分别同比增长4.9%和6.1%。

波澜不惊的数据下，是中国汽车产业强劲的生命力。

首先是国产品牌的崛起，2024年上半年国产品牌乘用车销量为741.9万辆，同比增长23.9%，市场份额为61.9%；

其次是新能源汽车依旧强劲的增长势头，产销量接近500万辆，均增长超30%，市占率超35%；

最后走出国门闯世界，上半年汽车出口同比增长也超30%，出口量达279.3万辆。

当然，虽然国产品牌正在强势崛起，也有汽车创始人表示“特斯拉有的我都有，我有的他都不会有”，但Model Y仍是2024年上半年销量冠军，而且这个冠军不需要任何定语点缀。

近半年 ▾	零售量 ▾	价格 ▾	厂商属性 ▾	品牌 ▾
1 ST		Model Y 特斯拉中国/中型suv 24.99-35.49万 参数 图片 懂车分 车友圈	207,817 销量趋势 ▾	
2 ND		海鸥 比亚迪/小型车 6.98-8.58万 参数 图片 懂车分 车友圈	167,861 销量趋势 ▾	
3 RD		轩逸 东风日产/紧凑型车 6.98-14.19万 参数 图片 懂车分 车友圈	161,379 销量趋势 ▾	

(截止 7 月 12 号, 近半年数据, 下同)


要知道排在 Model Y 后面的可是比亚迪海鸥，一款物美价廉的入门级冲量代步车。它山之石，可以攻玉，作为新能源汽车领域当之无愧的带头大哥，特斯拉显然还有更多值得我们学习的地方。

另外，虽然燃油车被杀的溃不成军频频见诸报道，但日产轩逸上半年仍以超 16 万的销量排在第三位。这位已连续 4 年蝉联全国燃油车销冠的老炮，似乎雄风不减。

此外，朗逸、速腾同样在前十榜拥有一席之地，加上轩逸是前十中唯一的三款燃油车型。

3		轩逸 东风日产/紧凑型车 6.98-14.19万 参数 图片 懂车分 车友圈	161,379 销量趋势 ▾
4		秦PLUS DM 比亚迪/紧凑型车 7.98-12.58万 参数 图片 懂车分 车友圈	152,042 销量趋势 ▾
5		朗逸 上汽大众/紧凑型车 6.00-9.69万 参数 图片 懂车分 车友圈	137,452 销量趋势 ▾
6		宋Pro DM-i 比亚迪/紧凑型suv 10.98-13.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	120,721 销量趋势 ▾
7		宋PLUS DM-i 比亚迪/紧凑型suv 12.98-16.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	119,167 销量趋势 ▾
8		元PLUS 比亚迪/紧凑型suv 11.98-14.78万 参数 图片 懂车分 车友圈	118,883 销量趋势 ▾
9		速腾 一汽-大众/紧凑型车 9.19-13.69万 参数 图片 懂车分 车友圈	110,051 销量趋势 ▾

排在轩逸后面的是比亚迪秦 PLUS-DM,比亚迪的又一门面担当。当然由于比亚迪的王炸车型秦 L-DM-i 2024 年 5 月底才问世, 6 月份单月销量就已冲到第 14 名, 未来能不能把轩逸拉下王座值得期待。

14 ↑ 400		秦L DM-i 比亚迪/中型车 9.98-13.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	18,021 销量趋势 ▾
-------------	---	---	-------------------------

(秦 L-DMI 6 月销量排名, 来源: 懂车帝)

该说不说，比亚迪确实有王者风范，排名前 10 的车型中，海鸥、秦 PLUS-DM、宋 Pro DM-i、宋 PLUS DM-i、元 PLUS 有 5 款都是比亚迪的。

也因此，我们先从迪盟主聊起。

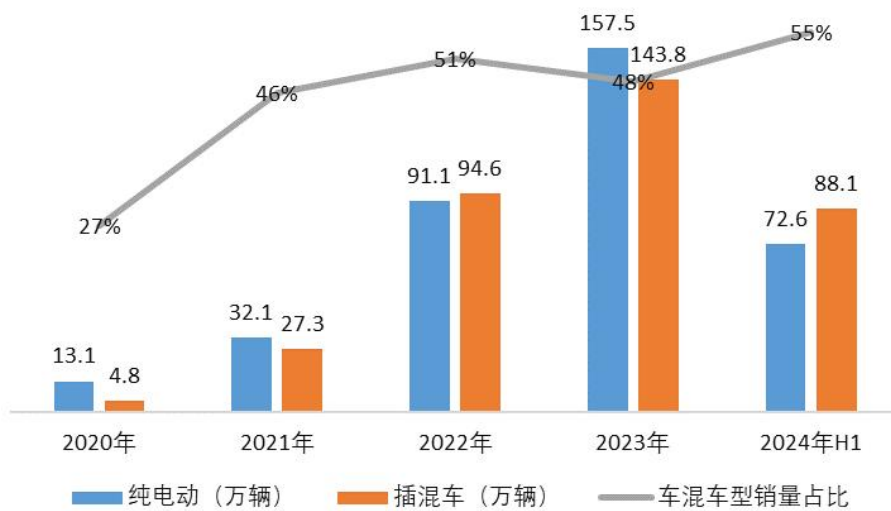
二、比亚迪、长城、吉利、长安，群雄逐鹿

比亚迪 2024 年全年的销量目标为 362 万辆以上，从其公布的 2024 年 6 月份产销快报来看，2024 年共销售了 161.30 万辆，已完成全年目标的 45%。

项目类别	销量				
	本月	去年同期	本年累计	去年累计	累计同比
新能源汽车	341,658	253,046	1,612,983	1,255,637	28.46%
-乘用车	340,211	251,685	1,607,145	1,248,161	28.76%
-纯电动	145,179	128,196	726,153	616,810	17.73%
-插电式混合动力	195,032	123,489	880,992	631,351	39.54%
-商用车	1,447	1,361	5,838	7,476	-21.91%
-客车	392	272	2,098	1,925	8.99%
-其他	1,055	1,089	3,740	5,551	-32.62%
合计	341,658	253,046	1,612,983	1,255,637	28.46%

(比亚迪 6 月产销快报)

从车型看，2024 年上半年，比亚迪混动车型销量占比创新高，达 55%，销量为 88.10 万辆。一方面，油箱是目前摆脱里程焦虑最有效的手段；另一方面，秦 L 代表的第五代 DMI 混动技术确实让整个市场轰动，也吸引了更多的购买人群。



(来源: Choice 终端, 制图: 市值风云 APP)

比亚迪插混卖的有多好, 打开懂车帝, 你会发现 6 月份卖的最好前 10 款插混都是比亚迪的。

全部	轿车	SUV	MPV	插电式混动
2024年06月 销量 价格 厂商属性 品牌				
数据源于行业综合销量，每月10号左右更新				
1		秦PLUS DM 比亚迪/紧凑型车	21,679	销量趋势
		7.98-12.58万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
2		宋PLUS DM-i 比亚迪/紧凑型suv	20,573	销量趋势
		12.98-16.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
3		驱逐舰05 比亚迪/紧凑型车	19,441	销量趋势
		7.98-12.88万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
4		宋Pro DM-i 比亚迪/紧凑型suv	19,316	销量趋势
		10.98-13.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
5		秦L DM-i 比亚迪/中型车	18,021	销量趋势
		9.98-13.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
6		唐DM 比亚迪/中型suv	11,678	销量趋势
		17.98-26.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
7		汉DM 比亚迪/中大型车	10,857	销量趋势
		15.98-25.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
8		腾势D9 DM-i 腾势汽车	9,667	销量趋势
		32.48-60.06万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
9		海豹06 DM-i 比亚迪/中型车	7,625	销量趋势
		9.98-13.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		
10		海豹DM-i 比亚迪/中型车	7,325	销量趋势
		14.98-21.98万		
		参数 图片 懂车分 车友圈		

2023年上半年,比亚迪卖了125.56万辆车,占当年总销量的41.5%。如果2024年仍是这个比例,全年销量将在390万辆左右,有望超额完成全年销售目标。因此我们看到,摩根大通近日预估比亚迪2024年销量将达到400万辆。

摩根大通：上调比亚迪2024年度的销量预估至400万辆



观点机构
2024-07-10 11:37 广东

观点网讯：7月10日消息，摩根大通将比亚迪未来12月的H股和A股的目标价分别上调86%和83%，至475港元和440元，上调2024年度的销量预估至400万辆。

当然比亚迪也有自己面临的挑战，风云君认为主要来自两方面，智能驾驶和高端化。

智驾仁者见仁，咱们今天主要聊高端化，因为这个数据用销量论证最有说服力。







比亚迪旗下的高端化品牌主要包括仰望、腾势、豹5 以及对标 Model Y 的宋 L。仰望自不必说，凭借游泳和原地掉头两大神技，这款百万级豪车在上半年卖了5500 辆。



但腾势品牌，腾势 N9 和 N7 两级分化严重。腾势 D9 DM-i 上半年卖了 5 万多辆，在所有的中大型 MPV 中名列第一；而腾势 N7 上半年的累计销量只有 5956 辆，要知道这当初也是对标 Model Y 的竞品车型。

60		腾势D9 DM-i 腾势汽车 32.48-60.06万 参数 图片 懂车分 车友圈	50,590 销量趋势 ▾
283		腾势N7 腾势汽车/中型suv 23.98-32.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	5,965 销量趋势 ▾

这个销量跟 2023 年底上市的宋 L 都相差很多。2024 年上半年，宋 L 卖了近 3 万辆，在 18-25 万价格区间中型 SUV 市场排名第 10。

全部		轿车 ▾	中型SUV ▾	MPV ▾	新能源 ▾
近半年 ▾	零售量 ▾	18-25万 ▾	厂商属性 ▾	品牌 ▾	
6		深蓝S7 深蓝汽车/中型suv 13.49-20.29万 参数 图片 懂车分 车友圈	37,795 销量趋势 ▾		
7		汉兰达 广汽丰田/中型suv 20.48-29.58万 参数 图片 懂车分 车友圈	37,503 销量趋势 ▾		
8		领克08 EM-P 领克/中型suv 17.98-24.28万 参数 图片 懂车分 车友圈	35,619 销量趋势 ▾		
9		零跑C11 零跑汽车/中型suv 12.78-20.58万 参数 图片 懂车分 车友圈	29,387 销量趋势 ▾		
10		宋L 比亚迪/中型suv 18.98-24.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	29,377 销量趋势 ▾		
11		昂科威 上汽通用别克/中型suv 16.19-24.79万 参数 图片 懂车分 车友圈	26,919 销量趋势 ▾		

客观来说，宋 L 这个销量确实让风云君很意外。它上市时，汽车价格战正如火如荼，另一方面，问界 M7 横空出世，宋 L 同 M5、M7 价格区间也重合，这也迫使

宋 L 的最终定价也从预售时的“22 万起”下调至“18.98 万起”。

在比亚迪品牌内部，同价格区间，宋 L 的销量仅次于唐 DM，用一句话概括其上市后表现就是中规中矩。







(15-25 价格区间，中型 SUV 上半年排名)

最后，我们来聊聊豹 5。作为比亚迪的首款越野车型，豹 5 在 2024 年上半年卖了 18283 辆。作为比亚迪从“0-1”的突破，这当然值得肯定。



但同长城汽车这样的越野老炮比起来，的确逊色不少。

同价格区间的坦克 400 和坦克 500，上半年销量都超过了豹 5。整个坦克家族就更不用说了，坦克 300 在上半年销量更是超 4 万辆。

72		坦克300 长城汽车/紧凑型suv 19.98-33.00万 参数 图片 懂车分 车友圈	41,830 销量趋势 ▾
141		坦克500 Hi4-T 长城汽车/中大型suv 33.50万 参数 图片 懂车分 车友圈	20,248 销量趋势 ▾
146		坦克400 Hi4-T 长城汽车/中大型suv 28.58-28.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	19,515 销量趋势 ▾
257		坦克700 Hi4-T 长城汽车/中大型suv 42.80-70.00万 参数 图片 懂车分 车友圈	7,673 销量趋势 ▾

坦克家族在 2024 年销量同比增长近 100%达 11.60 万辆，也是长城汽车上半年净利润暴增 4 倍，预计最高可达 73 亿的主要原因。

车型	销量					
	月度同比			年度同比		
	本月	去年同期	增减(%)	本年累计	去年同期	增减(%)
哈弗品牌	47,729	59,007	-19.11	299,738	292,644	2.42
WEY品牌	2,939	6,602	-55.48	19,867	18,150	9.46
长城皮卡	15,251	16,523	-7.70	91,916	102,596	-10.41
欧拉品牌	6,029	10,015	-39.80	31,749	47,298	-32.87
坦克品牌	26,059	12,773	104.02	116,038	58,327	98.94
其他	73	37	97.30	361	211	71.09
总计	98,080	104,957	-6.55	559,669	519,226	7.79

在“猫、狗”系列讨好新消费群体未果，又在混动领域反应过于迟钝后，长城汽车这个越野老炮最终凭借 Hi4-T 技术，在自己最擅长的越野领域重拾竞争优势，也重回自己的核心目标客群。



(来源：市值风云 APP)






当然，坦克品牌的一枝独秀并不能掩盖欧拉品牌的低迷，以及 WEY 品牌较弱的存在感。前者上半年销量下滑超 30%，后者整个品牌一年销量不超过 5 万辆。

吉利汽车 (00175.HK) 虽未披露半年报，但根据其公布的上半年销售数据，总销量同比增长 41%，并主动将年度销售目标从 190 万辆上调至 200 万辆，看上去也信心十足。

品牌	本月 (部)	去年同期 (部)	同比變動 (%)	今年累計 (部)	去年同期累計 (部)	同比變動 (%)
吉利	121,540	106,691	14	741,860	553,250	34
其中：銀河	15,975	9,673	65	81,421	9,673	742
極氪	20,106	10,620	89	87,870	42,633	106
領克 ^{PRO}	24,439	16,375	49	126,000	82,037	54
合計	166,085	133,686	24	955,730	677,920	41
其中：						
純電動(BEVs)	37,100	23,321	59	187,047	125,484	49
插電式混動(PHEVs)	28,859	11,702	147	133,138	22,113	502
其中：						
出口	35,347	21,954	61	197,428	118,116	67

根據今年迄今為止本集團產品的強勁銷售表現，本集團管理團隊決定將原定全年銷量目標上調約5%，從1,900,000部增至2,000,000部。

作为吉利旗下高端新能源产品，极氪上半年销量增长了106%，其最畅销车型极氪001销量达5.46万辆，比迪王的汉还能打。

1		奧迪A6L 一汽-大眾奧迪/中大型車 29.95-55.17萬 参数 图片 懂车分 车友圈	86,512 销量趋势 ▾
2		奔馳E級 北京奔馳/中大型車 31.90-47.16萬 参数 图片 懂车分 车友圈	64,143 销量趋势 ▾
3		ZEEKR 001 極氪/中大型車 26.90-32.90萬 参数 图片 懂车分 车友圈	54,568 销量趋势 ▾
4		漢DM 比亞迪/中大型車 15.98-25.98萬 参数 图片 懂车分 车友圈	54,082 销量趋势 ▾
5		漢EV 比亞迪/中大型車 17.98-26.98萬 参数 图片 懂车分 车友圈	39,985 销量趋势 ▾

与长城汽车业绩暴增相比，长安汽车（000625.SZ）2024年上半年发布的是业

绩预减公告，这同 2023 年一季度将深蓝汽车并表确认 50.2 亿投资收益有一定关系。

项 目	本报告期	上年同期
归属于上市公司股东的净利润	盈利：250,000 万元 - 320,000 万元 比上年同期下降：58.19% - 67.33%	盈利：765,297.93 万元
扣除非经常性损益后的净利润	盈利：80,000 万元 - 150,000 万元 比上年同期变动：-35.58% - 20.79%	盈利：124,185.42 万元
基本每股收益	盈利：0.25 元/股 - 0.32 元/股	盈利：0.78 元/股







(来源：长安汽车公告)

不过，跟吉利一样，长安各主要销售单元 2024 年上半年都保持了两位数增长，数据相对均衡，但均衡或者说波澜不惊也算是长安汽车的底色。

单位	销量（辆）					
	本月	去年同期	同比变动	本年累计	去年同期累计	同比变动
重庆长安	101,837	97,532	4.41%	595,233	572,573	3.96%
河北长安	9,830	9,958	-1.29%	63,493	50,086	26.77%
合肥长安	27,114	33,031	-17.91%	151,888	126,490	20.08%
长安福特	19,513	20,153	-3.18%	111,633	98,480	13.36%
长安马自达	5,535	7,411	-25.31%	36,845	32,195	14.44%
其他	61,184	57,611	6.20%	374,959	335,857	11.64%
合计	225,013	225,696	-0.30%	1,334,051	1,215,681	9.74%

无论是最早的奥拓、奔奔，还是现在的福特、马自达、启源、长安 CS，乃至深蓝汽车、阿维塔，长安的品牌大都享有一定市场知名度，但又很难像比亚迪那样，用一款爆品把市场彻底打穿，让竞争对手后背发凉。

以深蓝 S7 这款高端新能源产品为例，上半年销量 37795 辆，排在它前面的 Model Y 就不说了，途观 L、探岳、唐 DM、红旗 HS5 好像都小有名气但又差点，但也侧面说明深蓝 S7 的市场情况。

全部	轿车	中型SUV	MPV	新能源
近半年	零售量	18-25万	厂商属性	品牌
数据源于行业综合销量，每月10号左右更新				
1		Model Y 特斯拉中国/中型suv 24.99-35.49万 参数 图片 懂车分 车友圈	207,817 销量趋势	
2		途观L 上汽大众/中型suv 12.18-21.48万 参数 图片 懂车分 车友圈	65,816 销量趋势	
3		探岳 一汽大众/中型suv 15.49-20.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	63,258 销量趋势	
4		唐DM 比亚迪/中型suv 17.98-26.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	56,544 销量趋势	
5		红旗HS5 一汽红旗/中型suv 15.38-21.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	48,214 销量趋势	
6		深蓝S7 深蓝汽车/中型suv 13.49-20.29万 参数 图片 懂车分 车友圈	37,795 销量趋势	

客观来说，长安汽车已是众多传统车企中转向较快的，效果也还可以。对比来看，无论是上汽集团还是广汽集团，上半年销量都分别下滑了 12%和 26%。

单 位	销 量 (辆)					
	本月数	去年 同期	月度 同比	本年 累计	去年 累计	累计 同比
上汽大众 汽车有限公司	82,003	95,833	-14.43%	512,088	503,289	1.75%
上汽通用 汽车有限公司	26,021	93,000	-72.02%	225,579	450,958	-49.98%
上汽集团 乘用车分公司	54,576	72,401	-24.62%	334,839	410,799	-18.49%
上汽通用五菱 汽车股份有限公司	107,000	112,000	-4.46%	570,009	520,100	9.60%
上汽大通 汽车有限公司	15,020	18,556	-19.06%	96,276	106,008	-9.18%
智己汽车 科技有限公司	5,200	2,007	159.09%	22,452	9,790	129.34%
上汽正大 有限公司	2,406	1,419	69.56%	13,964	8,516	63.97%
上汽通用五菱汽车 印尼有限公司	1,000	1,801	-44.48%	10,035	9,954	0.81%
名爵汽车 印度有限公司	4,810	5,129	-6.22%	24,940	32,223	-22.60%
其他	2,509	3,579	-29.90%	16,772	20,004	-16.16%
上汽集团整车合计	300,545	405,725	-25.92%	1,826,954	2,071,641	-11.81%
其中：新能源汽车	93,422	85,867	8.80%	461,027	372,102	23.90%
出口及海外基地	81,223	94,969	-14.47%	487,868	533,424	-8.54%

(上汽集团 2024 年上半年销量)

单 位	销 量 (辆)					
	本月数	去年 同期	月度 同比	本年 累计	去年 累计	累计 同比
广汽本田汽车有限公司	34,350	60,628	-43.34%	207,930	289,928	-28.28%
广汽丰田汽车有限公司	70,072	87,200	-19.64%	336,000	452,800	-25.80%
广汽乘用车有限公司	32,784	41,131	-20.29%	188,882	188,059	0.44%
广汽埃安新能源汽车股 份有限公司	25,692	45,013	-42.92%	126,329	209,336	-39.65%
其他	611	2,227	-72.56%	3,897	22,899	-82.98%
汽车合计	163,509	236,199	-30.77%	863,038	1,163,022	-25.79%
其中：新能源汽车	32,474	52,590	-38.25%	164,097	236,475	-30.61%
节能汽车	38,755	38,650	0.27%	186,576	213,771	-12.72%

(广汽集团 2024 年上半年销量)

而说起长安，有一个品牌终究是绕不开的，阿维塔。当然，其实绕不开的是华为。

三、逆天改命赛力斯，生子当如孙仲谋

放眼国内，如果有一个企业号称它可以重塑一家公司，助其改天换命，一定非华为莫属。从小康汽车到赛力斯 (601127.SH)，华为用数据告诉大家什么叫赋能。



(来源：市值风云 APP)

根据赛力斯发布的 2024 年半年度预盈公告，2024 年上半年总营收将超 600 亿，净利润最高可达 17 亿，自与华为合作造车后首次盈利。

- 赛力斯集团股份有限公司（以下简称“公司”）预计 2024 年半年度实现营业收入 539.0 亿元到 660.0 亿元，同比上升 479%到 498%。
- 公司预计 2024 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为 13.9 亿元到 17.0 亿元，与上年同期相比，将实现扭亏为盈。






不过有意思的是，业绩预告发布后，赛力斯股价反而连着跌了几天。

从销售端来看，问界卖的最好的 M7，上半年总销量 10.65 万辆，约为 Model Y 的一半，排名第 10，不用加任何定语，且是前 10 中除 Model Y 外，唯一售价在“25-35 万元”区间的车型，其市场号召力之强可见一斑。

10  **问界M7** 赛力斯汽车/中大型suv
24.98-32.98万
参数 | 图片 | 懂车分 | 车友圈

106,540
销量趋势 ▾

其次是问界 M9，作为一款定价 46.98 万起的豪华 SUV，M9 上半年销量为 5.88 万辆，毛估销售额近 300 亿，这个战绩让仰望 U8 都黯然失色。

全部	轿车	大型SUV	MPV	新能源
近半年	零售量	价格	厂商属性	品牌
数据源于行业综合销量，每月10号左右更新				
1		问界M9 赛力斯汽车/大型suv 46.98-56.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	58,823	销量趋势
2		理想L9 理想汽车/大型suv 40.98-43.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	43,673	销量趋势
3		仰望U8 仰望/大型suv 109.80万 参数 图片 懂车分 车友圈	5,500	销量趋势
4		哈弗H5 长城汽车/大型suv 11.78-15.28万 参数 图片 懂车分 车友圈	3,792	销量趋势
5		远航H8 远航汽车/大型suv 28.98-38.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	894	销量趋势

卖的最少的是问界 M5，2024 年上半年销量 1.52 万辆。作为一款同 M7 价格区间基本重叠，但体型要明显小一圈的车型，很多消费者冒出来的第一问题往往是“为啥不买 M7”，这也是 M7 成为主力畅销车型的原因。

180		问界M5 赛力斯汽车/中型suv 24.98-27.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	15,205	销量趋势
-----	---	--	--------	------

但在风云君看来，这也从侧面给大家提供了一个标准，如果一款车售价低于 M5，销量也低于 M5，无论是从投资还是消费角度，都不会是一个好选择。

总之，说华为让赛力斯逆天改命不足为过，这也是北汽蓝谷 (600733.SH) 还有

江淮汽车，都将和华为合作紧锣密鼓推出享界和尊界车型的主要原因。

看到这肯定有老铁说，也别过度神话华为，同长安合作的阿维塔系列、和奇瑞合作的智界 S7 销量好像都不是太好。

从数据看，智界 S7 上半年卖了接近 1.7 万辆，阿维塔 11 和 12 加起来 1.8 万出头，也就说都跟问界 M5 大差不差。



在风云君看来，这除了跟赛力斯是第一家同华为合作造车的企业占据先发优势外，也跟车企内部合力也有很大关系。

对赛力斯而言，它除了努力让问界系列大卖，没有第二个选择，因此内部没有反作用力。而在好多车企内部，“你大卖会显的我们很无能，会侵占原本应向我倾斜的资源，会跟我形成竞争，最后奖励好像也跟我无关……”。

四、盈利，新势力们的新命题

最后再来看看新势力。

无论从哪个角度，理想都是蔚小理中最成功的企业。凭借冰箱彩电大沙发，理想汽车 (02015.HK、LI.O) 在 2023 年赚了 117 亿，同比蔚来 (09866.HK、NIO.N) 亏了 211 亿，小鹏汽车 (09868.HK、XPEV.N) 亏了 104 亿。



时也，能也！打破造车新势力亏损魔咒，市值一路狂奔，“游击队小菜鸟”理想：冰箱彩电大沙发真香！



beyond

市值风云研究员 2023-07-03 09:30

躲避强者的锋芒、寻找差异优势、错位竞争，才是明智之举。

长按识别二维码 · 阅读精彩内容

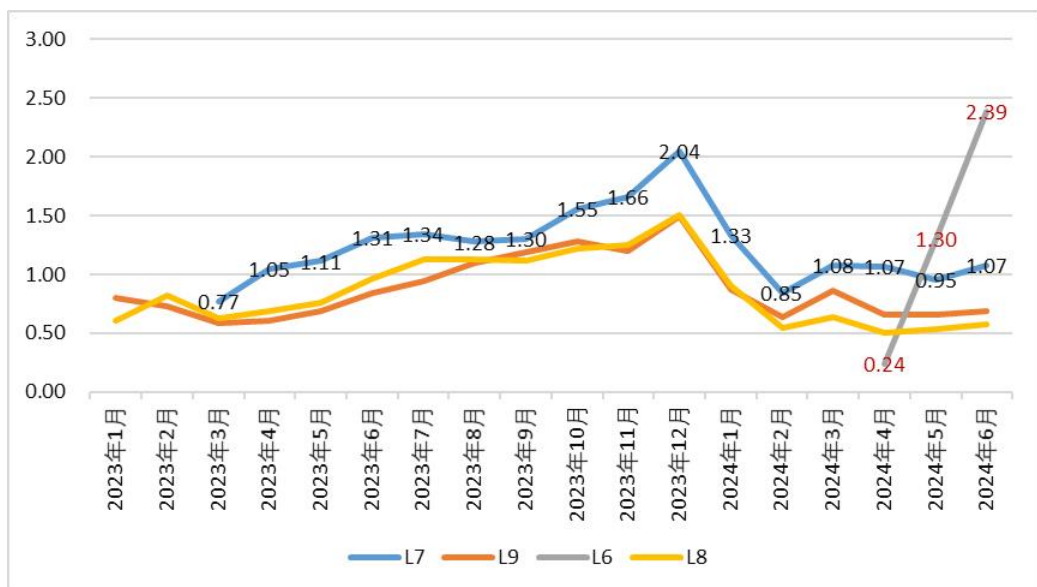


(来源：市值风云 APP)

只看绝对值，除理想 MEGA 外，理想 L6 到 L9 上半年销量都还不错。

42		理想L7 理想汽车/中大型suv 30.18-35.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	63,502 销量趋势 ▾
70		理想L9 理想汽车/大型suv 40.98-43.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	43,673 销量趋势 ▾
79		理想L6 理想汽车/中大型suv 24.98-27.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	39,210 销量趋势 ▾
86		理想L8 理想汽车/中大型suv 32.18-37.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	37,021 销量趋势 ▾
295		理想MEGA 理想汽车/大型MPV 52.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	5,577 销量趋势 ▾







但作为业内唯一同问界从价格区间到车型都高度重合的车企，说不受问界销量冲击肯定是假的，L系各款车型2024年上半年销售情况都低于去年同期。上半年销量仍能保持增长，主要靠上半年推出的走量车型L6。








(数据来源：车主之家，市值风云制图，万辆)

借用上文知识点, 以问界 M5 为标准来判断 L6 的销售情况, 显然是相当可以的。

相比理想, 蔚来的销量就要差一个台阶, 销量最高的蔚来 ES6 销量上半年答卷为 3.19 万辆。

99		蔚来ES6 蔚来/中型suv 33.80-39.60万 参数 图片 懂车分 车友圈	31,907 销量趋势 ▾
138		蔚来ET5T 蔚来/中型车 29.80-35.60万 参数 图片 懂车分 车友圈	21,183 销量趋势 ▾
199		蔚来ET5 蔚来/中型车 29.80-35.60万 参数 图片 懂车分 车友圈	12,552 销量趋势 ▾
208		蔚来EC6 蔚来/中型suv 35.80-41.60万 参数 图片 懂车分 车友圈	11,701 销量趋势 ▾
329		蔚来ES8 蔚来/中大型suv 49.80-59.80万 参数 图片 懂车分 车友圈	4,423 销量趋势 ▾
355		蔚来ET7 蔚来/中大型车 42.80-51.60万 参数 图片 懂车分 车友圈	3,320 销量趋势 ▾

对比蔚来, 小鹏的销量又要下一个台阶。销量最高的小鹏 G6 上半年卖了 15357 辆, 刚好徘徊在以 M5 作为基准的参考线附近。

178		小鹏G6 小鹏汽车/中型suv 17.99-25.69万 参数 图片 懂车分 车友圈	15,357 销量趋势 ▼
195		小鹏X9 小鹏汽车 35.98-41.98万 参数 图片 懂车分 车友圈	13,143 销量趋势 ▼
211		小鹏G9 小鹏汽车/中大型suv 24.39-33.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	11,429 销量趋势 ▼
238		小鹏P7 小鹏汽车/中型车 19.89-27.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	9,110 销量趋势 ▼
382		小鹏P5 小鹏汽车/紧凑型车 13.19-14.99万 参数 图片 懂车分 车友圈	2,687 销量趋势 ▼

当然,对于小鹏和蔚来来说,他们的优势在于已经通过上市募集了相当规模资金。而对于哪吒汽车在内的还没上市的造车新势力来说,上市融资已经成为活下去的唯一机会。



(来源：市值风云 APP)

盈利是一家车企现阶段必须直面的首要问题，但很多车企连销量都还没做起来，陷入“越卖越亏”的死循环。当然，对于某些还停留在 PPT 概念阶段，却自诩教父的人来说，早该洗洗睡了。

五、结语：寻找新能源车企的估值锚

最后，聊聊估值。

风云君认为对一家车企来说，市销率是最合适的估值模型，从历史数据来看，1是一个相对合理的估值中枢。



有了这个估值中枢，再加上你对意向投资标的市场空间的判断，很容易得出来一个相对合理的估值基准。

在这个基准之上，再加上品牌、产品力、盈利等考量因素，先选定总体，再逐个筛选，每个人都能找到自己的答案。

2024年绝对是新能源汽车史上最卷的一年，尤其是迪王频秀肌肉，以及华为、小米这两条鲶鱼先后入场后，没有销量的车企将再也没有希望，每个人都在为留在牌桌上殊死一搏。

但这并不意味着终局已定，接下来是技术路线之争，是智驾之争，是盈利之争，鹿

死谁手，会更精彩。

最后，说句看热闹不嫌事大的话，如果智驾只有一种解决方案，或者仅有少数几种解决方案，对于那些每年烧大几十亿研究智驾的企业，及早认识到自己的力所不及，打不过就加入，裁撤相关开支，是不是盈利会有极大改善。

当然，很多企业会说，那没灵魂。

