

造车新势力一季度销量出炉： 分化加剧头部效应明显

■本报记者 刘钊

日前，多家造车新势力公布2024年3月份及第一季度销量情况，绝大多数实现销量同比增长。与此同时，在激烈的市场竞争下，不同品牌之间的销量差距持续拉大，品牌的头部效应愈发明显。

业内人士普遍认为，今年一季度，造车新势力的市场竞争格局发生显著变化，部分品牌销量增长迅猛，而另一些品牌则面临较大的挑战。新能源汽车市场的竞争日趋白热化，各家车企需要不断创新和调整策略以适应市场的变化。

市场竞争激烈

2024年一季度，中国新能源汽车市场的竞争，特别是造车新势力之间的竞争愈发激烈。从销量数据来看，一些品牌的表现尤为突出。

AITO问界在2024年一季度的销量实现显著增长，累计销售新车达8.58万辆，同比增长逾600%，成为所有造车新势力中同比增速最

快的品牌。这一成绩也使得AITO问界超越了理想。数据显示，理想在一季度的销量与AITO问界的差距为5000余辆。

此外，广汽埃安3月份销量达到约3.25万辆，重夺造车新势力单月销量冠军。

“多家造车新势力3月份及第一季度销量增长，表明了消费者对于新能源汽车的需求依然旺盛，以及对新能源车型的接受度在不断提高。”兴华基金汽车研究员沈翔在接受《证券日报》记者采访时表示。

此外，一些品牌的表现则相对疲弱。例如，蔚来今年一季度销量约3万辆，同比下滑3.2%；小鹏一季度销量虽然同比增长20%，但在排名上有所下滑；哪吒汽车在一季度的销量约为2.44万辆，同比下滑6.7%。

面对激烈的市场竞争，多家车企宣布降价以争夺更多市场份额。例如，AITO问界、蔚来、小鹏和极氪都相继进行不同幅度的降价。价格战对造车新势力的影响较大，一些品牌为了保持竞争力，不得不调整价格策略。

不少造车新势力也适时推出全新产品，丰富新能源汽车市场供给。3月1日，理想全新车型理想MEGA上市；3月16日，小鹏首次对外披露即将发布全新品牌，进军10万元至15万元级全球汽车市场；目前，蔚来2024款车型切换已经基本完成，新车已经到店，面向主流市场的新品牌车型将于今年发布和交付；本月初，零跑C10增程版和纯电版上市，售价为12.88万元至16.88万元；此外，哪吒L也将于4月份上市并交付。

此外，小米SU7的上市或将重塑当前新能源汽车市场格局。4月3日，北京亦庄小米汽车工厂举办小米SU7首批交付仪式，小米创始人雷军宣布，小米SU7大定破10万辆，锁单量超4万辆。全国28座城市的小米交付中心亦同步开启交付。而这距离SU7汽车正式发布仅过了5天。

德邦证券认为，造车新势力多款优质新车逐步上市和交付，电动智能化进一步加速，销量有望继续向上。中国车企产品升级、加速出海，海外市场有望成为新能源汽车

全新的增长点。此外，以旧换新政策的不断细化和落地，新能源汽车销量有望持续提升。

品牌分化持续加剧

根据乘联会数据，2024年2月份，中国新能源汽车渗透率已升至35.8%。随着后续以旧换新政策带来的换购需求的释放，以及新能源汽车下乡驱动下沉市场销量的抬升，国产新能源汽车市场持续向好，渗透率仍有较大提升空间。

沈翔向记者表示：“渗透率的提高表明了新能源汽车正在逐渐取代传统燃油车，成为市场的主流选择。而如今新能源车行业已经进入淘汰赛，为争夺市场份额，造车新势力之间展开了激烈的价格竞争。这种价格竞争虽然会对车企的利润率造成压力，但也有助于推动新能源汽车的普及。”

政策层面也利好不断。2月29日，工业和信息化部联合国家发展改革委、财政部等七部门发布《关于加快推进制造业绿色化发展指导意见》，明确提出在制造业绿色

发展中提升新能源汽车的产业占比。3月7日，商务部副部长郭婷婷在国新办新闻发布会上表示，目前，商务部正在抓紧研究细化举措，在充分尊重消费者意愿的前提下，推动汽车换“能”，逐步提高新能源汽车、节能型汽车的销售占比。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示：“目前，中国汽车产能尤其是新能源汽车产能过剩，且中国市场的汽车品牌太多了，相比欧美等成熟汽车市场还有洗牌的空间，中国车市的价格竞争还会持续。”

对于第二季度的市场表现，国泰君安研报认为，在总体销量、新能源车渗透率、盈利能力三重因素驱动下，第二季度乘用车板块行情开启。在以旧换新等政策驱动下，第二季度乘用车销量将迎来加速增长；合资燃油车供给收缩，自主品牌新能源车加速推出，新能源车渗透率有望再上台阶；随着盈利部分突出的出口销量占比提升，部分自主品牌盈利能力有望超预期。

微观公司

信披责任人 不能替投资者判断风险

■本报记者 桂小笋

3月29日晚间，鼎信通讯发布风险提示公告称，公司于2月27日收到国家电网通知，由于公司存在涉嫌违规的情形，决定自2月18日起对公司全部采购品类启动招标采购“熔断机制”，并对公司涉嫌违规事项启动调查。

随即，公司因涉嫌未及时履行信息披露义务被立案调查，交易所的问询函和独立董事的督促函也先后抵达该公司。

如此重要的信息，为何会迟到一个月才发布？这是监管部门、独立董事、投资者最为关心的问题。

4月4日，鼎信通讯在回复问询时的理由是：相关责任人认为公司不存在提及及行賄问题，且根据经验，一季度中标金额通常无法全部确认为当年收入，对公司营收实际影响小，但时至今日国家电网仍未发布调查结果，于是将消息公告。

信息披露是资本市场健康有序运行的基础，也是投资者进行决策的前提。以鼎信通讯为例，公司2022年度在国家电网的中标金额为16.51亿元，占公司2022年度经审计营业收入的53%；公司2023年度在国家电网的中标金额为16.32亿元。以此来看，国家电网对公司全部采购品类启动招标采购“熔断机制”，并对公司涉嫌违规事项启动调查的事项，将对企业的生产经营产生重大影响。

哪些信息需要披露以及披露的具体要求，相关法律法规有十分详尽的规定，但鼎信通讯这种捂住“坏消息”不发，直至无法隐瞒才告知的行为，暴露了资本市场部分信息披露责任人规则意识淡薄，以及个别企业漠视中小投资者合法权益。如此重要的消息却迟到了才发布，原因在于相关责任人的主观臆断，而不是合法依据，这也从侧面说明，个别信息披露责任人对于经验倚重，对合法、规则忽视。

资本市场也是信息市场，注册制坚持以信息披露为核心。笔者认为，公开、及时、全面的信息披露，一定程度上决定着上市公司股价的合理性，以及资源配置的走向。信披责任人不能替投资者判断风险，以自我经验主观臆断信息是否重要、是否发布，这是一种惯性思维带来的经营隐患，应当引起警惕。

抬头显示系统渗透率持续提升 相关上市公司加速布局

■本报记者 李雯珊

高工智能汽车研究院近日发布的相关统计数据称，2024年1月份至2月份中国市场乘用车（不含进出口）前装标配W/AR HUD（风挡型/增强现实型抬头显示）交付38.98万辆，同比增长62.42%，前装搭载率上升到12.03%。

根据QYResearch最新调研报告，预计2029年全球车载HUD系统市场规模将达到39.17亿美元，2022年至2029年的年复合增长率约为14.8%。据悉，2023年中国市场乘用车前装标配W/AR HUD交付225.43万辆，同比增长50.26%，渗透率首次突破10%。

HUD技术已经历了几轮迭代升级。第一代是组合式抬头显示（C-HUD），第二代是风挡型抬头显示（W-HUD），第三代为增强现实型抬头显示（AR-HUD）。目前市场以W-HUD为主流，C-HUD正被逐渐淘汰，第三代产品AR-HUD将是未来趋势。

“从开年的市场表现来看，W/AR HUD上车速度还在加快，预计2024年市场整体搭载率有望冲击350万辆，渗透率将持续提升。”高工智能汽车研究院副院长沈梦云在接受《证券日报》记者采访时表示。

价格方面，根据未来黑科技创始人徐俊峰透露，目前普通的W-HUD大概在1000元区间，2D AR-HUD可能达到2000元至3000元。PGU（成像单元）是AR-HUD的关键部件，直接影响HUD的成像效果与产品化成本。在AR-HUD成本中，PGU价值占比最大，可达整机成本的30%至50%。

“HUD的成本也是影响其渗透率的一个重要因素。随着技术的进步，产业链成熟稳定，HUD的成本有望进一步下降，未来AR-HUD会进入千元时代，届时其渗透率有望快速提升。”平安证券汽车行业分析师王德安认为。

当前，不少上市公司看好HUD的市场前景，加速布局抢占先机。特别是随着技术成熟和成本下降，AR-HUD呈现出向主流大众市场渗透的趋势，目前国内车企更乐于搭载AR-HUD并将其作为卖点之一。

华为问界M9已搭载AR-HUD，拥有2K分辨率，以及75英寸的成像面积，实现AR实景与ADS融合显示，为车主带来沉浸的导航体验。广汽传祺第二代GS8、上汽MG7、岚图追光、长安启源A07也搭载了AR-HUD。

据了解，华阳集团的HUD产品量产规模处于国内前列，AR-HUD产品全面覆盖主流技术路线并均实现量产，持续推进前瞻性技术研发，已率先在国内推出VPD（虚拟全景显示）产品并获国内首个量产项目定点。目前拥有长安汽车、广汽集团、问界、极氪、蔚来汽车等客户。

德赛西威的AR-HUD产品具有斜投影、双相面、光场等全系列技术优势。除了行车信息外，德赛西威AR-HUD技术还可提供电影、游戏等休闲娱乐功能，让乘客在行程中享受沉浸式娱乐体验。

水晶光电近日则在互动易上披露，目前公司的AR-HUD市场占有率在国内居于领先水平。在智能座舱和自动驾驶领域，公司均与相关企业保持密切的业务沟通，探索合作机会。目前，比亚迪、深蓝、一汽等均为客户的下游客户。

“HUD还具备其他潜在的应用价值，例如与自动驾驶技术相结合，提高自动驾驶的安全性和便利性。”科方得智库研究负责人张新原向记者表示。

滴滴携手广汽成立合资公司 拟明年量产首款L4级无人驾驶车型

■本报记者 向炎涛

4月7日，滴滴自动驾驶与广汽埃安联合宣布，双方共同成立的合资公司——广州安滴科技有限公司（以下简称“安滴科技”）获批工商执照。这是L4自动驾驶公司和车企为了打造Robotaxi（自动驾驶出租车）量产车，在国内成立的首家合资公司。据介绍，首款车型已完成产品定义，正在进行设计阶段的联合评审，计划明年实现量产。

安滴科技总部位于广州黄埔，滴滴自动驾驶与广汽埃安各持股50%。董事长由广汽埃安副总经理张雄担任，总经理由滴滴自动驾驶COO孟醒担任。安滴科技将基于双方优势，深度融合新能源整车制造成熟经验和自动驾驶领先技术，并在2025年推出首款商业化L4车型。

探索商业化落地

事实上，早在2023年4月份，滴滴就曾发布过首款自动驾驶概念车DiDi Neuron，并对自动驾驶商业化落地进行了探索。根据滴滴当时的计划，首款量产车型将于2025年接入滴滴共享出行网络，实现全天候、规模化的混合派单。

在此之前，滴滴已经在上海、广州等地的自动驾驶试验区区域试水无人驾驶商业化运营，并打造了首个自动驾驶自动运维中心——慧桔港，能自动出车、接单、回港，

并对车辆进行冲洗、充电、检测、维修、保养、停放等。

据滴滴介绍，此次与广汽埃安合作的首款车型定位为跨界SUV，基于广汽埃安AEP3.0高端纯电平台、星灵高端电子电气架构打造，同时搭载滴滴自动驾驶全套无人驾驶软硬件技术方案、安全冗余系统和最新一代面向无人化出行服务的座舱娱乐系统。车辆基于乘客出行服务需求，性能指标参考共享出行车辆专属特点，配置设计深度考虑运营全流程各个环节，配备后排多模式交互系统，并针对后排乘坐空间和被动安全进行定向加强。

首批车型计划明年量产，全套适配滴滴自动驾驶无人化智能运营系统慧桔港。未来将分批有序投放万辆级，并以混合派单形式接入滴滴出行网络。也就是说，首批L4级别的自动驾驶车型的商业化落地将以共享出行的模式运行。

北京市社会科学院副研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示，共享出行作为L4级自动驾驶商业化落地有着明显优势：共享出行模式使得多个用户可以共享同一辆车，从而减少了车辆的总需求。而共享出行平台可以为L4级自动驾驶技术提供大量的实际运行环境数据，这些数据对于技术的迭代和优化至关重要。通过实际运营中的反馈，自动驾驶系统可以更快地适应各种道路和交通状况。

同时，王鹏认为，自动驾驶商业化过程中仍然面临着技术障碍、



崔建岐/制图

法律与伦理问题、安全性考量、基础设施配合以及用户信任度等挑战。这些问题的解决需要政府、企业、研究机构和公众的共同努力和协作。

双方合作已有先例

滴滴与广汽的合作早有先例。2023年10月份，滴滴自动驾驶获广汽集团投资，广汽集团全资子公司广汽资本与广州开发区投资集团按同等比例共同出资设

立专项基金，投资滴滴自动驾驶不超过1.49亿美元。

而此次，双方的合作则深入到了造车的具体层面。在滴滴方面看来，广汽埃安具备大规模生产制造实力，拥有深厚智驾技术积累，而滴滴自动驾驶拥有领先的无人驾驶技术能力及广泛的共享出行场景。此次双方合作打造无人驾驶量产车，在具备领先的无人化技术的同时，还拥有极致的成本把控、可靠性及批量化生产等能力。

孟醒表示，此次合资公司获

批以及首款量产车取得积极进展，标志着自动驾驶行业进入了产品化的新阶段，双方将紧密合作，加速实现无人驾驶规模化和商业化落地。

张雄表示，此次与滴滴自动驾驶合资公司执照获批，不仅率先探索出行行业首个L4商业化路线，构建了全球首个“技术+智驾+运营”L4商业闭环，同时还能够通过L4规模化量产进一步降低相关技术成本，为高阶智驾技术的推广与应用铺平道路。

存储行业二季度有望继续上行 上市公司紧抓机遇拓市场

■本报记者 丁睿

2024年第二季度，存储行业有望延续上行趋势。据TrendForce集邦咨询预计，第二季度 NAND Flash（闪存存储）合约价将强势上涨约13%至18%，DRAM（动态随机存取存储器）价格涨幅约3%至8%。

产业链部分企业率先感受到市场暖意。近日，上市公司佰维存储表示，当前行业迎来景气复苏，手机端客户需求有明显复苏的迹象。兆易创新在投资者互动平台上表示，2024年主流存储价格将继续上涨走势，公司DRAM和NAND价格将持续回升。

华泰电子首席分析师陈耀波在接受《证券日报》记者采访时表示：“新一轮存储周期中，人工智能产业发展是市场需求的重要创

造方，持续贡献需求增量。上市公司需要积极提高产品竞争力，通过把握新增的市场需求，紧抓发展机遇。”

高性能存储需求旺盛

4月7日，《证券日报》记者在深圳市华强北走访调研了解到，存储市场正持续回暖。深圳市者成科技股份有限公司总经理卢志东向《证券日报》记者表示：“自2023年第三季度末以来，部分存储产品价格已上涨。目前，涨幅较大的是高性能存储芯片，市场上DDR5等产品需求旺盛，供不应求。但并非所有型号都在涨，一些中低性能产品涨幅不明显，部分型号价格仍在低位徘徊甚至下降。”

本轮存储芯片价格上涨与人工智能产业的快速发展有密切关

系。中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示：“人工智能技术的进步，推动高速、大容量存储解决方案的需求，因此本轮存储周期一大特点就是高性能存储芯片需求旺盛。”

在新周期之中，高端存储HBM和DDR5产品正加速向市场渗透，三星电子、SK海力士、美光公司纷纷将投资和产能转向HBM和DDR5。HBM方面，TrendForce集邦咨询资深研究副总吴雅婷预计，到2024年底HBM核心技术TSV的产能将同比增长约260%，占DRAM总产能约14%。DDR5方面，DDR5子代迭代正在加速。

在业内人士看来，前四轮存储周期一般为3年至4年。中国银河证券研报表示，人工智能需求正在

点，人工智能服务器、人工智能个人电脑、人工智能终端设备市场需求都在持续放量，存储市场迎来新发展机遇。

上市公司积极行动

随着市场景气度上行，近日，A股存储赛道多家上市公司，包括兆易创新、东芯股份、澜起科技、聚辰股份、江波龙、佰维存储、大为股份等，在投资者互动平台上或接受机构调研时，均被问及产品供求情况和高性能产品相关布局情况。

东芯股份表示，从存储产品的周期来看，公司产品预计随着需求的逐步回暖，价格将逐步改善。公司将成为国内领先的存储芯片设计企业为目标，致力于给更多客户提供包括NAND Flash、NOR Flash、DRAM、MCP等多产品线全覆盖的

存储芯片产品。

澜起科技在内存接口芯片领域牵头制定DDR5 RCD芯片国际标准，在DDR5子代迭代的过程中，研发进度保持领先，公司的DDR5第二代子代RCD芯片已于去年下半年开始规模出货。

中国金融智库特邀研究员余丰慧向《证券日报》记者表示：“随着人工智能产业的发展，数据安全重要性凸显，国内存储厂商在本轮存储周期中的发展潜力巨大。”

智帆海岸机构首席顾问梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示：“对于存储企业来说，应密切关注市场趋势和客户需求，积极开拓高端市场，把握高端市场需求增量，通过提高技术水平、优化产品设计和提高产品质量，来摆脱同质化竞争，在本轮周期中获取更大市场份额。”