

小鵬加入減價戰 3車型勁降一成

專家：補貼完結兼競爭惡化 股價恐低見32元

小鵬三款車型新舊價比較



G3i

原價 (人民幣)	16.89萬至20.19萬元
新價 (人民幣)	14.89萬至17.69萬元



P7

原價 (人民幣)	23.99萬至28.59萬元
新價 (人民幣)	20.99萬至24.99萬元



P5

原價 (人民幣)	17.99萬至22.59萬元
新價 (人民幣)	15.69萬至20.29萬元

早前特斯拉在內地減價後，小鵬汽車（09868）亦加入戰圈，昨日把G3i、P5和P7三款車型降價，下調2萬至3.6萬元（人民幣，下同），減幅由10.2%至13.2%，且在過去一年已訂購相關車型的首任車主，均可獲回饋，包含整車質量保證和車輛保養等。光大證券國際證券策略師伍禮賢指出，由於特斯拉率先減價、去年內地新能源車補貼完結及行業競爭加劇，故小鵬以減價來維持市佔率，但短期股價無可避免受壓。該股昨收跌2.3%，報37.5港元。

大公報記者 李信

小鵬汽車昨日在社交媒體上宣布，即日啟動小鵬G3i、P5、P7的新年新價格，最大減價幅度3.6萬元。小鵬G3i原先價格由16.89萬至20.19萬元，現價為14.89萬至17.69萬元；小鵬P5原價17.99萬至22.59萬元，最新價為15.69萬至20.29萬元；小鵬P7原價23.99萬至28.59萬元，現降價到20.99萬至24.99萬元；小鵬G9維持原價。此外，過去一年內已經訂購小鵬G3i、P5、P7的首任車主可獲得新春回饋，包括整車質量保證延長至10年或20萬公里（首任車主置換本品新車時，可再次享受同等質保），以及贈送4年基礎保養。

伍禮賢表示，早前特斯拉國產車型全線大幅降價，令小鵬必須減價應對，方能保持市佔率。然而，去年內地新能源車補貼完結及行業競爭白熱化，今年汽車業會受到一定影響，幸好今年以來，新能源車電池成本有放緩之勢，但仍料小鵬股價有機會跌至32港元左右。

未錄盈利車企陷兩難

市場人士指出，內地新能源汽車購置補貼政策已於去年底終止，且早前特斯拉中國宣布對國產Model 3後驅版、高性能版，及Model Y後驅版、長續航版、高性能版等5款車型進

行降價，減幅最多逾13%，及後各門店迎來銷量增長，多地都出現現車被搶空的情況。然而，對於一些仍未有盈利的新能源車企而言，正處於兩難之間，若加入戰圈，肯定令財務表現雪上加霜。

再者，如何在減價後令財政不惡化，則是一大考驗。他指出，減價一定會壓低毛利率，只是整體能不能對沖還是要看整體市場表現，若不加入戰圈，則可能被搶生意，因此車企必須慎重考慮。

今年內地電動車滲透率35%

申港證券指出，考慮到供給端受雙積分政策（即乘用車企業平均燃料消耗量與新能源汽車積分）、充電基礎設施進一步擴張的刺激，需求端受消費觀念和意願的改善，及海外出口市場的拉動，繼續對新能源汽車產銷保持樂觀態度，預計今年內地新能源汽車銷售滲透率有望達到35%。該行長期看好在新能源領域具備先發優勢的自主車企，如比亞迪（01211）、長安汽車、吉利汽車（00175）等。

瑞銀中國汽車行業研究主管鞏曼表示，判斷去年內地電動乘用車批發650萬輛，滲透率約28%，今年滲透率會提升約10個百分點或以上，預測批發量達880萬輛，按年增長35%。

去年全球電動車賣780萬輛 增長68%

市場趨勢

據汽車研究機構LMC Automotive及電動車數據庫EV-Volumes.com初步研究顯示，去年全球純電動車銷售達780萬輛，按年升68%，佔全球汽車銷量一成。其中歐洲及中國電動車市佔率分別達11%及19%。德國大眾中國業務主管Ralf Brandstatter透露，公司去年在中國銷售中，每4輛便有1輛為電動車，預計今年比例將為每3輛便有1輛屬電動車，又預計中國市場在2025至2030年將變為電動車主導。

國際能源署（IEA）早前預計，電

動車佔全球汽車銷售比率在2030年達到7%至12%；CB Insights Auto及Mobility Trends則估計，全球電動市佔率在2030年升至22%；彭博NEF則預估為40%。

特斯拉在美市佔降至58%

特斯拉（Tesla）在美國電動車市場中的份額從2021年的72%，降到2022年的約65%，其中去年第四季度市佔率約58%，低於2021年同期的近78%。特斯拉仍然是全球最大的電動車製造商，但傳統汽車製造商正在壓縮其

領先優勢。

各品牌來看，在全球範圍內，特斯拉在電動車銷量排名中保持領先地位，其次是比亞迪（01211）、上汽集團及德國福士集團。

儘管電動車逐漸在全球顯現出主流化的跡象，但有分析師警告，由於經濟憂慮給消費者帶來壓力，並且一些國家或地區減少或完全取消購買電動車的優惠補助，今年恐怕難以複製去年的強勁表現。與此同時，與燃油車相比，俄烏衝突後歐洲電價上漲，也削弱了電動車的吸引力。

威馬汽車傳大規模關店 溫洲工廠停產

前景堪憂

擬「借殼」上市的威馬汽車公司威馬汽車再傳經營困難消息。據內地傳媒報道，從去年10月起，全國多地的威馬展廳掀關店潮，目前上海有近半展廳關閉，銷售渠道基本處於癱瘓狀態。過去3個月，威馬汽車先後曝出內部減薪、總部裁員、聯合創始人離職與1.3億元（人民幣，下同）資產被凍結等消息。

消息指出，現時威馬在生產、銷售與售後服務這三大主要運營環節，都面臨巨大危機。生產方面，作為產量主力之一的溫洲工廠，被曝因沒有訂單，已處於停產狀態。在銷售端，威馬面臨大面積關店狀況。

報告引述威馬前員工表示，去年10月北京的直營展廳陸續關門。在撤店的幾個月前，前線員工表示，已經察覺到經營壓力。

虧損連年擴大 財務資不抵債

有市場人士分析指，威馬汽車一度很「風光」，曾與「蔚小理」齊名，但在2020年威馬因事故召回多輛已經售出的汽車後，好日子一去不返。2021年，威馬銷量為44152輛，只有同期「蔚小理」的一半。威馬至今沒有披露2022年銷量，外界統計信息顯示，2022年首11個月，威馬累積銷售僅約2.94萬輛。

另外，外傳威馬流動性問題非常嚴

峻。2019年至2021年，威馬累計虧損174.35億元，且蝕幅在3年裏不斷擴大。截至2022年3月末，威馬手頭的非受限現金僅36.78億元，同期威馬有息負債達到89.55億元。



▲威馬汽車再傳經營困難的消息。

主要新能源車企在華去年12月表現

車企	銷量或交付量 (輛)	按年變幅 (%)
比亞迪 (01211)	235197	▲150.0
特斯拉 (TSLA.US)	55796	▼21.0
理想汽車 (02015)	21233	▲50.7
蔚來 (09866)	15815	▲50.8
小鵬汽車 (09868)	11292	▼29.4
零跑汽車 (09863)	8493	▲8.8

吉利雷諾合營公司 引入沙特阿美

強強聯手

外電引述知情人士透露，吉利汽車（00175）和法國雷諾（Renault）正準備一項協議，引入沙特阿美（Saudi Aramco）為一家發動機合資企業的投資者和合作夥伴，共同開發和供應汽油發動機和混合動力技術。吉利和雷諾的

目標是在今年建立一家動力總成技術公司，年產能逾500萬套低排放和混合動力發動機及變速器，傳沙特阿美將佔兩成股權，吉利和雷諾各持四成股權。

知情人士表示，沙特阿美已參與深入討論，擬收購吉利和雷諾將成立的動力總成技術公司最多兩成股份。去年吉

利控股、吉利汽車和雷諾簽署一項非約束性框架協議，設立一家合資公司，旨在整合各訂約方各自在內燃機、混合及插電式混合動力總成、變速器業務以及相關技術方面的專長及優勢，共同研發、製造和供應混合動力系統和高效內燃機動力系統。

中海油服訂單新高 預告今年收入樂觀

【大公報訊】中海油服（02883）日前發盈喜，2022年度淨利潤按年增長最多699%至25億元（人民幣，下同）。中海油服董事長兼首席執行官趙順強昨日在電話會議上表示，2022年公司收入創歷史新高，目前手持合同訂單量已為歷來最多，並且2022年獲得的工程合同訂單陸續在今年執行，所以今年公司收入大概率能夠延續2022年趨勢。

資本開支翻倍 把握行業契機

中海油服首席財務官種曉潔表示，2023年預計資本開支為93億元創歷史新高。資本開支大增，主要是希望把握油田服務行業上升契機，加大工作量，而預期2023年公司業績會處於上升趨勢。

她又稱，有關資本開支主要用於兩部分，第一部分是大型裝備，另一部分為自有技術產業化所需的製造投入。翻查紀錄，中海油服曾預計2022年資本性開支41.6億元。



▲中海油服服務大資本開支，以把握油田服務行業上升的契機。

趙順強指，油田服務行業近一、兩年處於緩慢上升趨勢，相信未來3至5年需求會保持平穩。中海油服去年捕捉油田服務需求上升最快的市場，獲得較多工程訂單，現時手持訂單已超越歷史水

平，下一步將盡快讓產能釋放，期望在今年陸續執行訂單，為收入增長作出貢獻；中海油服2023年收入很大概率能夠延續2022年收入增長趨勢。

他又提到，國際原油供給端正在出現重大變化，尤其是傳統歐洲能源供給的變化最大，而國際油田服務市場與不同地區原油需求有密不可分的關係。歐洲原油需求殷切，影響所及，中東、非洲地區的供給格局也有明顯改變，相信這些地區的能源供應鏈重組，並不會在1、2年內完成，需時或長達3至5年。不過，其他地區對原油需求相對並不算「激烈」。由於個別地區需求方單一，供給方則較多，導致油田服務行業處於不溫不火狀態。

中海油服五大發展戰略

技術驅動

- 加快建設覆蓋技術產品全生命週期和全產業鏈的新型科技創新體系

成本領先

- 聚焦精益管理，持續推進公司提質增效水平再上「新台階」

一體化

- 緊貼客戶需求、創新技術和管理模式，積極為客戶提供低成本「一站式」綜合解決方案

國際化

- 做精亞太、做強中東、開拓遠東、優化歐洲、拓展美洲、做實非洲的海外區域市場格局

區域發展

- 把握行業上升趨勢，持續優化海外市場布局、深耕區域市場