

# 车市五月“淡季不淡”

记者 吴迪

与往年不同，得益于4月底北京车展影响及各地推出的促消费政策，今年5月车市“淡季不淡”。

6月1日，各家新势力纷纷发布5月交付量“战报”：理想破3万辆、蔚来时隔9个月再破两万辆、极氪创单月新高、小鹏重回万辆……

有喜也有忧，交付被理想反超的鸿蒙智行并未公布官方数据，埃安与哪吒交付量同比下滑。

## 鸿蒙智行“隐身”

5月，埃安以4.01万辆的销量领跑新势力车企，但今年公司销量表现并不理想，前5个月的销量均出现同比下滑。业内人士认为，国内网约车市场行情不佳，新车需求放缓，埃安来自B端的销量出现下滑，同时受“价格战”影响，10万元市场涌入大批“高配”车型，此前极具“性价比”的埃安对消费者而言吸引力打折。

事实上，去年以来，埃安一直试图以高端品牌昊铂摆脱“网约车”标签，但市场竞争激烈，昊铂销量低迷。今年前4个月，其累计销量仅为3000辆左右。上述业内人士补充道，目前埃安急需找到提升销量的方法，否则，其“保70万辆，争80万辆”的全年销量目标恐将无法实现。

排名紧随其后的是理想，5月交付3.5万辆，交付量出现回暖。此前，理想MEGA营销失利后立即调整战略，将销售精力重新投入L系列，新上市的理想L6交付量于5月突破1.5万辆，成为当月销售主力。

实际上，理想5月交付量提升离不开



张力 摄

降价策略的助力。4月理想全系官降1.8万至3万元不等，并给予已提2024款新车的老客户现金补贴。

作为理想的“老对手”，鸿蒙智行并未直接公布交付量，而是通过华为智能汽车解决方案BU董事长余承东的发言对外透露了相关情况。有网友调侃，放在以往，如果交付量成绩不错，华为必定抢先公布。

按余承东所言，鸿蒙智行5月交付3.05万辆，与理想有近5000辆的差距。余承东在未来汽车大会上表示，5月是产品调整期，主力销售产品换代导致短期内销量下降，预计6月销量将重回快速增长。

“两万辆俱乐部”中最后一位成员是蔚来，这是时隔9个月后的第二次交

付量突破两万辆，达到2.05万辆，市场认为销量表现与电池租赁BaaS降价策略密切相关。

除此之外，蔚来于5月正式推出第二款品牌乐道，首款车型乐道L60已开启预定，预售价为21.99万元，若叠加BaaS政策，新车起售价或将低至15万元，预计于今年9月正式上市并开启交付，或将成为蔚来交付量提升的又一关键因素。

## 小鹏、哪吒重回“万辆俱乐部”

5月销量破万的还包括极氪、零跑、深蓝、小鹏与哪吒。

具体来看，极氪交付1.86万辆，同比增长超115%，创历史新高，极氪001

经历改款后“降价增配”，已成为公司当月销量支柱。

零跑交付1.82万辆，紧追极氪，旗下C11与C10当月共交付1.2万辆，创下新高，随着6月C16正式上市，公司销量有望再度提升。

深蓝销售1.44万辆，今年前5个月，公司累计销售6.72万辆，全年目标（28万辆）完成率不到24%。经计算，深蓝若想完成全年目标，须自6月起平均月销超3万辆，这对目前的深蓝而言有很大挑战。即使旗下第三款深蓝色G318即将上市，因配置和定位较高，新车价格预计不低，能否在激烈的市场中脱颖而出仍是未知数。

与深蓝拥有相同全年目标（28万辆）的小鹏5月交付量破万，这也是公司

今年首次月交付量破万，前5个月累计销量为4.14万辆，目前来看，实现全年交付目标难度较大。

当下，小鹏的多款车型都遭受到“价格战”冲击，G9、G6、P7i交付表现不佳，被寄予厚望的X9当月仅卖出1625辆，市场认为高端纯电MPV市场份额有限，X9对交付的贡献能力有限。小鹏也意识到这个问题，转而提升销量的希望放在6月上市的MONA系列以及下半年上市的B级纯电车型上，公司董事长何小鹏在一季度电话业绩会上表示，MONA上市后，该系列的销量预期是月销破两万辆。

哪吒交付量紧追小鹏，5月交付1.01万辆，同比下滑22.4%；前5个月共交付4.36万辆，仅完成全年30万辆

交付目标的14.5%。

作为2022年的新势力销冠，哪吒目前的生存环境并不乐观，“价格战”令其“性价比”标签失效，营销策略的失利使其丢失了部分用户，公司CEO张勇年初曾公开发表检讨。好消息是，新车哪吒L订单量于5月突破3万辆，随着交付爬坡，或能暂时稳住公司销量。

车圈“新人”小米的交付量则出现了上涨，5月交付8630辆，环比增长22.3%。据悉，公司在手订单充裕，至少还有7万多辆等待交付。有消息称，为缩短提车时间，小米汽车工厂将于6月开启双班生产，当月至少交付1万辆，小米也将全年交付目标从10万辆提高至冲刺12万辆。

部分新势力5月交付量排行				
车企	5月交付量 (单位: 辆)	同比	环比	今年累计 (单位: 辆)
埃安	40073	-10.95%	42.50%	142339
理想	35020	24%	35.80%	141207
鸿蒙智行	30578	/	3.20%	146052
蔚来	20544	234%	31.50%	66217
极氪	18616	115%	16%	67764
零跑	18165	50.60%	21.10%	66580
深蓝	14371	104.70%	12.80%	67199
小鹏	10146	35.00%	8.00%	41360
哪吒	10113	-22.40%	12.20%	43564
小米	8630	/	22.30%	15688
岚图	4521	51%	12.90%	24869

数据来源：各家车企销量报告

吴迪 制表

# 吴向东何渡珍酒李渡

记者 刘星雨

近日，珍酒李渡集团举行投资者交流会，珍酒李渡董事长吴向东对公司的品牌战略、渠道优化、价格策略等问题作出回应。

会上，吴向东表示：“今年端午季销售数据较去年实现两位数增长，预计中秋、国庆等将继续保持预期增长。”虽然吴向东极力对外释放正面信息，但围绕在珍酒李渡身上的业绩增长放缓、单一品牌依赖和价格倒挂存贷承压等问题却不容忽视。

## 业绩支柱销量下滑

去年4月，珍酒李渡在港交所上市，作为近八年来唯一上市的白酒企业，备受关注。去年，珍酒李渡实现营收70.3亿元，同比增长20.1%；经调整净利润为16.23亿元，同比增长35.5%。

将时间线拉长来看，2020年—2022年，珍酒李渡分别营收23.99亿元、51.02亿元和58.6亿元，2021年和2022年同比增速分别为112.7%、14.8%，虽然2022年、2023年仍在增长，但增速相较2021年已大幅放缓。

结合产品来看，虽然珍酒李渡旗下共有珍酒、李渡、湘窖、开口笑四大品牌，但公司业绩主要依赖“珍酒”这一品牌。去年，珍酒收入45.83亿元，占公司总营收的65.2%。2020年至2022年，珍酒收入占总营收的比例分别为56.1%、

围绕在珍酒李渡身上的业绩增长放缓、单一品牌依赖和价格倒挂存贷承压等问题仍然待解。

68.4%、65.3%。另外三个品牌李渡、湘窖、开口笑去年分别营收11.09亿元、8.34亿元和3.85亿元，合计占比不到四成。

一个不利的现象在于，作为业绩支柱的珍酒已连续三年销量下滑。2021年至2023年，珍酒品牌的销量分别为14761吨、12856吨、12630吨。

珍酒李渡向《国际金融报》记者解释称，销量下滑主要由于去年珍酒大幅提升产品结构，产品高端化导致销量减少。

去年，公司高端、次高端、中端及以



IC 图

下的收入分别为19.2亿元、27.5亿元、23.6亿元，高端产品收入仅占总收入的27.31%；从增速来看，其高端产品同比增长33.2%，是产品线中增长最快的，但业内认为，珍酒李渡高端化的路还很长。今世缘300元以上的高端产品占酒类收入的65%；老白干酒中高端产品收入占比达到86%。

## 毛利率低于行业均值

实际上，去年业绩上涨与珍酒李渡

加大营销密不可分。

去年，公司业绩增幅为20.1%，而销售及经销开支同比增长21.2%至16.3亿元，2020年该支出仅为4.03亿元，三年间增长3倍。

珍酒李渡未在去年财报中披露详细的广告费用，但从过往财报来看，广告费约占销售及经销开支费用的一半甚至更高。2020年—2022年，其广告费用分别为2.42亿元、6.69亿元、6.66亿元，三年广告费合计近16亿元。

高投入并未带来正向回报，公司核

心产品销售压力并未缓解。高额的销售费用反而挤压了珍酒李渡的盈利能力。

实际上，公司的毛利率表现一直难言乐观。2021年至2023年，其对应毛利率分别为53.5%、55.3%、58.03%，始终在50%—60%区间徘徊，这一数据与不仅难望茅台项背，与A股白酒上市公司毛利率均值（82%）也相距甚远。

珍酒李渡对此解释称，公司作为香港上市公司采用国际会计准则，A股上市公司采用中国会计准则，毛利率的差

异主要为两个会计准则对于主营业务成本核算的差异。然而即便还原为中国会计准则，珍酒李渡75%的毛利率水平与行业均值依然存在超过7个百分点的差距。

## 价格倒挂存贷承压

需要引起重视的是，珍酒李渡当前在渠道控盘以及产品价格方面的隐患。

记者查询到，公司高端产品53度500ml珍三十厂家建议零售价为1888元/瓶，但当前珍酒京东自营旗舰店内，该产品优惠后的价格仅为980元/瓶，而部分店铺同款产品价格不足800元；另一款核心产品珍十五情况类似，53度500ml的珍十五厂家建议零售价为799元/瓶，但优惠后价格仅为450元/瓶。

吴向东并未否认核心产品价格下滑以及渠道端存在的问题，他解释称，当前市场环境下，要考虑基本盘，不能给渠道太大压力，价格短期波动是主动给市场库存消化的时间。

降价促销的背后也折射出珍酒李渡当前面临的存贷压力。

2020年至2022年，珍酒李渡的存货周转天数，分别为517天、414.4天及612.8天，但到了2023年，其存货周转天数却上升到了702.85天。这也意味着珍酒李渡存货变现的速度在变慢。即便如此，珍酒李渡仍然将精力放在扩充产能上，2024年，其基酒储量将达到10万吨。