

5月份新能源汽车销售火热 “以旧换新”助力车市“淡季不淡”

■本报记者 龚梦泽

6月2日，国内新能源车企纷纷公布了2024年5月份销量成绩单。《证券日报》记者注意到，多家车企5月份销量实现环比两位数增长。其中，埃安、理想汽车和鸿蒙智行5月份销量均突破3万辆大关，蔚来汽车和极氪汽车则刷新了月度交付纪录。此外，小鹏汽车和哪吒汽车同样销量喜人，在5月份重返“万辆俱乐部”行列。

事实上，车企终端销量的企稳向上离不开政策助力。此前，商务部、财政部等7部门联合印发了《汽车以旧换新补贴实施细则》（以下简称《细则》），明确了汽车以旧换新资金补贴政策。对此，乘联会表示以旧换新政策落地，对车市是重大利好，预计5月份车市零售量会好于4月份。

“政策的出台激发了消费者换购需求的提升，为新车消费市场注入活力。”中国汽车流通协会副秘书长郎学红认为，考虑到以旧换新政策的发布，前期观望的消费者将转化为购车人群，使得5月份产生了一定购车需求的释放，预计有望达到185万辆左右。

销量环比集体增长

刚过去的5月份，新能源车企销量环比集体增长，9家车企实现销量过万辆。其中，埃安、理想和鸿蒙智行突破3万辆大关，位于第一梯队。蔚来汽车和极氪汽车则创出了最好的单月交付成绩。

具体来看，5月份，理想汽车交付新车35020辆，同比增长23.8%。旗下“走量”车型理想L6自4月底开启交付以来，累计交付已超1.5万辆。

据了解，理想销量拉升的重要因素源自降价优惠。今年4月底，理想汽车官宣全系降价。在一季度财报会上，尽管理想汽车董事长李想表示：“公司后续没有降价的打算。”但不直接降价并不意味着不能变通让利。6月1日，理想汽车宣布订购全系产品，可享首付最低0元起金融购车方案。

继4月份问界、智界首次以“鸿蒙智行”品牌身份公布交付数据后，5月份鸿蒙智行再发单月成绩单，全系交付新车30578辆，环比增长3.19%。华为智能汽车解决方案BU董事长余承东表示，5月份是产品调整期，主力销售产品换代导致短期内销量下降，预计6月份销量将重回快速增长。

“问界新M7拥有目前业界车规级量产最高线数激光雷达，凭借更强大的软硬件协同能力，问界新M7 Ultra可实现更全面的智能安全守护和更轻松的智能驾驶体验。”余承东还透露了问界旗下在售车型的最新销售成绩单，即问界新M5上市一个月大定已达到2万辆，问界新M7上市8个月大定突破18万辆，问界M9上市5个月大定突破9万辆。

凭借降低购车门槛，提升用户权益增收的还有蔚来汽车。5月份，公司累计交付新车20544辆，同比增长233.8%，而距离公司上一次月交付量突破两万辆还要追溯到2023年7月份。

对于此轮销量增长，蔚来汽车相关负责人对记者表示，BaaS（电池租用服务）的调价和促销，确实给了用户实实在在的优惠，“与此同时，蔚来新车型算力高，再加上换电带来的补能便利性、没有电池衰减的焦虑等好处越来越被认可，让大家看到了蔚来的优势和潜力，



助力了上个月销量的走高。”

5月份，小鹏汽车完成交付10146辆，同比增长35.2%，时隔4个月重回“万辆俱乐部”。5月20日，小鹏汽车宣布面向用户全量推送AI天玑系统，并在行业首发量产的“端到端”大模型，进一步强化了小鹏汽车在智能化领域的优势。今年前5个月，小鹏汽车累计交付新车共41360辆，同比增长26%。

数据显示，5月份，极氪汽车、零跑汽车、深蓝汽车、哪吒汽车和小米汽车分别交付18616辆、18165辆、14371辆、10113辆和8630辆，分别环比增长16%、21.1%、12.8%、12.2%和22.3%。

以旧换新政策持续显效

整体来看，5月份汽车市场迎

来回暖与以旧换新政策和厂商推出的优惠降价措施关系紧密。

继4月份多部门联合印发《推动消费品以旧换新行动方案》后，商务部、财政部等7部门4月26日印发《细则》，就汽车以旧换新的补贴范围和金额、补贴条件、补贴资金管理等方面做出了具体安排。在新政策推动下，广东、海南、辽宁、广西等多地政府推出汽车置换补贴政策或发放汽车消费券提振消费，各家车企也积极响应，结合以旧换新政策推出了大力度优惠，极大地催热了汽车市场的行情。

《证券日报》记者在走访中了解到，从五一假期至今，北京市内新能源汽车4S店和商超直营店内咨询、试驾、订车的客流持续维持高位水平。一位极狐汽车销售人员向记者表示，作为传统淡季，今

年5月份店内客流量明显较往年大幅增长，消费者购车、换车意愿强烈。为此，公司也紧抓在热销期推出了各种优惠，目前来看成效显著，订单量喜人。

“5月份车企一扫低迷状态实现恢复性增长，有赖于以旧换新政策落地对车市的重大利好作用。”在乘联会秘书长崔东树看来，尽管以旧换新政策在前期带来了消费者观望情绪，但其对于车市的助推正逐渐显现。

崔东树表示，从春节后消费者就关注以旧换新的政策，到期待政策带来购车实惠，再到如今政策逐渐细化落地，车企纷纷跟进，“今年车辆报废总量能达到近千万辆的规模，汽车以旧换新会带来百万辆级的新车销量增量，进而推动全年千亿元以上的消费增量。”

暑期档拉开序幕 高质量引进片发挥“鲇鱼”作用

■本报记者 李豪悦

随着6月1日儿童节11部新片上映，电影暑期档正式拉开序幕。这11部新片中，《哆啦A梦：大雄的地球交响乐》和《加菲猫家族》两部引进片占据了“六一档”票房前两名。此外，引进片《美国内战》因出色的上座率成为了端午档期的种子选手。

引进片类型更多元

今年春节档后，引进片市场回暖趋势明显。3月份、4月份月度票房前两名均为引进片。不久前，戛纳国际电影节活动中，中宣部电影局常务副局长毛羽表示：“我们将秉承开放包容的胸怀，优化电影引进政策、鼓励支持引进业务、广泛引进国际更多元、类型更丰富的全球电影，让中国观众能够看到全世界最好的电影。”

加大引进外片力度对中国电影产业发展意义重大。艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示，一方面，引进片可以丰富市场选择，满足观众对内容多样化的需求；另一方面，引进片可以起到“鲇鱼”作用，促进中国电影产业良性竞争，激活电影市场活力。

去年以来，引进片市场呈回暖趋势。灯塔专业版数据显示，2020年至2022年，中国内地上映的引进片数量分别为56部、55部、50部，2023年明显提升至78部。2024年以来，中国内地上映的引进片数量已经达27部，大部分集中在3月份至5月份，3月份以来的引进片数量为25部。

今年引进片市场也发生了一些变化。一方面，引进片类型更加多元。年初《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》刷新中国影史音乐纪录片票房纪录；宫崎骏的奥斯卡获奖新作《你想活出怎样的人生》先

后在国内获得清明档及4月票房冠军，成为该影片的全球第一大票仓。另一方面，引进片票房号召力也在增强，灯塔专业版数据显示，截至5月31日，今年以来票房破亿元的23部电影中，有8部引进片，占比近35%。

中信建投研报表示，2023年以来，引进外片力度已明显加大，其中包括好莱坞电影，以及日本、欧洲等电影。

产业链多环节受益

“预计今年进口片将会有较好的票房表现。”中国电影相关负责人在5月27日召开的业绩说明会上表示，中国观众对进口片的喜好在变化，年轻一代观众更注重个性化和多元化的内容。为此，公司将继续发掘优秀的进口影片，力争多

国别多类型影片的引进发行，满足观众的观影需求，拉动进口片票房，促进中国电影市场的整体繁荣。目前来看，后续的进口片供给较为丰富，观众期待较高，已定档的影片包括《头脑特工队2》《神偷奶爸4》《美国内战》等，还有《排球少年》《坂本龙一：杰作》等。

民营企业中也不乏具备引进和协助营销推广经验的上市公司。据统计，2024财年（2023年4月1日至2024年3月31日），阿里影业引进批片（进口片类型之一）7部。其中，6部批片票房跻身TOP10，阿里影业目前已成为引进批片第一大民营公司。再往前追溯，过去5年，24部奥斯卡获奖影片中，7部背后有阿里影业的助推。

“从押注奥斯卡获奖影片《绿皮书》以来，阿里影业积累了丰富的外片选片经验。今年有效拉动冷档期票房和周末档上座率的《周处除三害》和《你想活出怎样的人生》两部影片都有该公司参与，前者由中国电影引进发行，星光联盟

协助推广，阿里影业担任宣传方；后者由中国电影引进发行，阿里影业协助推广。暑期将上映的《加菲猫家族》《美国内战》背后也有阿里影业的身影，其中《加菲猫家族》由中国电影引进发行，阿里影业协助推广，《美国内战》由中国电影进口发行，华桦文化和阿里影业协助推广。由此可见，阿里影业在引进片方面有着出色的眼光和宣传推广能力。”有券商分析师对记者表示，阿里影业这样的成绩一方面得益于选片策略和模型的成熟，另一方面与本土化宣传发行策略不无关系。以阿里影业协助推广的《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》为例，该片以差异化的类型特征和仪式感营销成功出圈，开创了“影院演唱会”的营销思路，成功刷新了过去五年纪录片票房纪录。

“影业上市公司可以在更多环节发力，其中投资端、宣传发行端、院线端将首先受益。”张毅表示。

“为进一步提升在行业内的市占率，加速抢占市场，目前，重庆啤酒的佛山酒厂已启动试生产，8月份将正式投产。据悉，佛山酒厂将成为重庆啤酒的第27家酒厂，满足华南以及相关区域的需求。”

“佛山酒厂整体有四条生产线。”李志刚称，整体来看，佛山酒厂能够生产公司全部的产品，其中有一条生产线以生产乌苏为主。“华南区是我们发展的一个重要区域，未来，会在该区域更深度地布局相关工作。”

积极应对存量竞争

目前，啤酒行业步入了“存量市场”。自2013年达到产量顶峰后，中国啤酒行业呈现持续下滑趋势，尽管自2021年以来连续实现微增，但是，2023年行业产量与2013年对比，下降了28.6%。

面对行业日益激烈的竞争，李志刚表示，整体来看，行业的竞争仍处于良性竞争态势。“为应对竞争，我们也在根据消费者的喜好做相应的策略调整。比如，加强消费终端的促销、加强渠道建设等。”

李志刚透露，通过上述举措，公司在啤酒行业中的市占率已有了明显提升。

“从押注奥斯卡获奖影片《绿皮书》以来，阿里影业积累了丰富的外片选片经验。今年有效拉动冷档期票房和周末档上座率的《周处除三害》和《你想活出怎样的人生》两部影片都有该公司参与，前者由中国电影引进发行，星光联盟协助推广，阿里影业担任宣传方；后者由中国电影引进发行，阿里影业协助推广。暑期将上映的《加菲猫家族》《美国内战》背后也有阿里影业的身影，其中《加菲猫家族》由中国电影引进发行，阿里影业协助推广，《美国内战》由中国电影进口发行，华桦文化和阿里影业协助推广。由此可见，阿里影业在引进片方面有着出色的眼光和宣传推广能力。”有券商分析师对记者表示，阿里影业这样的成绩一方面得益于选片策略和模型的成熟，另一方面与本土化宣传发行策略不无关系。以阿里影业协助推广的《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》为例，该片以差异化的类型特征和仪式感营销成功出圈，开创了“影院演唱会”的营销思路，成功刷新了过去五年纪录片票房纪录。

“影业上市公司可以在更多环节发力，其中投资端、宣传发行端、院线端将首先受益。”张毅表示。

“为进一步提升在行业内的市占率，加速抢占市场，目前，重庆啤酒的佛山酒厂已启动试生产，8月份将正式投产。据悉，佛山酒厂将成为重庆啤酒的第27家酒厂，满足华南以及相关区域的需求。”

“佛山酒厂整体有四条生产线。”李志刚称，整体来看，佛山酒厂能够生产公司全部的产品，其中有一条生产线以生产乌苏为主。“华南区是我们发展的一个重要区域，未来，会在该区域更深度地布局相关工作。”

除了建厂加大产能，为在存量市场中开拓更多盈利空间，重庆啤酒是否会下沉城市挖掘市场增长潜力，这也是股东大会现场投资者的一大关注点。

对此，李志刚坦言，确实看到下沉城市的消费活跃度很高。未来，对三四线城市的触达是公司的一个目标。“不过，目前大城市计划还是更聚焦于如何对大城市进行深入渗透，而不是拓展更多的周边城市。”

学习胖东来

是零售业寻求革新的体现

■刘 钊

5月31日，永辉超市郑州信万广场店正式接受许昌市胖东来商贸集团有限公司（以下简称“胖东来”）的“调查整改”（以下简称“调改”），胖东来将从员工薪资、工作时间、卖场规划、商品重整、供应链、价格优化、服务提升等方面对永辉门店进行系统调整。这并不是首家接受调改的零售企业，此前已有13家零售企业接受了胖东来的指导和帮扶，其中不乏步步高、嘉百乐等知名零售企业。

中国连锁经营协会发布的数据显示，2023年，仅有41.8%的超市企业销售总额实现同比增长。在A股市场11家超市上市公司中，近六成营业收入同比下滑，4家业绩持续亏损。在此背景下，胖东来凭借仅有的十余家超市门店，做到了年营业额超百亿元的业绩水平，净利润更是高达1.4亿元，其利润率远超众多零售巨头。

接受调改是中国零售业寻求革新的一种体现。事实上，全国范围内关闭的百货、超市和便利店几乎都存在商品和经营模式陈旧、缺乏性价比优势等问题。而胖东来的实践让零售行业看到了新的希望。

笔者认为，胖东来的成功实践表明，零售企业应当发挥自身优势，坚持服务至上，准确把握消费者需求，及时调整产品和服务，在赢得消费者认同感的同时实现自身发展目标。首先，不仅要学习胖东来的营销手法，更要学习其经营理念。随着胖东来爆红，全国各地前来“取经”的零售业者络绎不绝，不乏有企业效仿胖东来的营销手法，但成效不彰，经营业绩依旧惨淡，究其原因，是其只学到了胖东来的皮毛，却未深入学习其经营理念。

其次，零售企业强调消费者体验的同时，也应关注员工的获得感。与其他零售企业不同，胖东来成立近30年来，始终重视员工的感受。胖东来董事长于东来曾表示：“改造门店仅是治表，治标策是即刻解决员工收入‘尊严’和幸福感。否则，企业发展规模越大，越易陷入外强中干的泥潭。”胖东来的成功，说明只有让员工有尊严地工作和生活，才能让员工发自内心的为消费者服务、有创造力地为消费者服务。

再次，调改不能只注重短期效果，更应坚持长期主义。目前来看，一些零售企业经过胖东来调改后，虽然相关门店经营数据有所提升，但这些改善能否持续？此外，商场发展瞬息万变，门店能否持续坚守胖东来的经营理念并且保持与时俱进，也值得持续观察。

多地推出工业旅游项目 相关上市公司积极参与

■本报记者 肖 伟

临近暑假，又到了亲子游、度假游、入境游的关键窗口期。山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南等省抓住有利时机，大力推进工业旅游项目，以工业城市为纽带，将上市公司连点成片，鼓励上市公司抱团闯工业旅游的蓝海市场。

6月1日，2024湖南国际文化旅游节暨携程全球合作伙伴湖南（张家界）入境旅游大会开幕式在张家界举行。湖南衡阳、常德、株洲等地不甘落后，也纷纷推出工业旅游项目。6月2日，在刚刚闭幕的第十三届中国中部投资贸易博览会上，山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南等参展企业已十分默契地把工业旅游项目作为一块闪亮的招商引资招牌。

湖南大学经济与贸易学院副院长曹二保教授表示：“上述地区均地处我国中部，不仅是重要粮食产地，也是食品加工、能源生产、有色金属、工业装备、先进制造、消费电子等产业富集的地区，有着深厚的工业发展历史。以城市为纽带，以上市公司为抓手，讲好工业旅游的故事，必然能为区域招商引资、文化旅游事业、提升企业知名度等方面带来助力。”

株洲是湖南的老工业城市之一，也是较早探索工业旅游的城市之一。连日来，株洲围绕工业旅游这一项目，开展了丰富多彩的活动，吸引远近游客慕名前来。华瓷股份、唐人神、山河智能、中车株洲电力机车有限公司积极参与其中。

华瓷股份董秘彭龙介绍：“过去，上市公司把生产线变为观光线，开展工业旅游项目，确实吸引了一些游客，但是单打独斗，难成气候。现在，地理位置相近的上市公司通过科学规划，合理安排旅游线路，产生了‘1+1>2’的协同效应，能吸引更多游客和投资者。到株洲来的投资者和游客，不仅能体验到瓷器、火车、烟花、飞机的魅力，更能体验到现代制造业的实力。当前我们的生产线及产品展厅都已进入接待游客的旺季，预计这一热度会持续到国庆后。”

常德是湖南的鱼米之乡，该市立足稻米、养殖业、粮油深加工等本土优势产业，发掘上市公司的工业旅游资源，正成为亲子游、度假游、研学游的精品路线之一。金健米业、大湖股份、晚鸣股份南方种业中心成为串起这条精品路线的关键所在。

金健米业董秘胡靖介绍：“全国水稻产量第一省是湖南，湖南水稻产量第一市是常德。作为常德地区的粮油深加工上市公司，我们更有责任和义务，讲好工业旅游的故事，擦亮常德工业旅游这块金字招牌。游客来生产车间里参观，不仅能看到我们的大米精深加工全过程，还能了解食用油、奶制品、米面等方面的加工工艺。很多人不仅是游客，也可能是投资者，还可能是潜在合作伙伴，借助工业旅游项目，对常德的本土资源和企业的实力有更清晰直观的认识。”

常德市政府金融办工作人员对上述上市公司的工作表示认可，“以本地区上市公司为抓手，把区域内的多个工业旅游项目串联起来，形成了精品旅游项目，不仅吸引了游客，也吸引了投资者和合作者。企业有了新业务，旅游有了新模式、招商引资有了新视角，城市也有了新亮点。”

■本报记者 冯雨珊

“这是一个很愉快的下午，欢迎大家来参加我们的股东大会。”重庆啤酒总裁李志刚在重庆啤酒2023年度股东大会上与投资者交流时表示。

5月31日，一场别具个性化、新潮特色的重庆啤酒2023年度股东大会在北京隆福寺园区的京A Taproom·精酿餐吧举办。下午两点，在隆福寺“京A”这家带有微醺、欢快氛围的餐吧内，重庆啤酒股东大会向外界传递了公司及啤酒行业的未来发展动向。

股东大会召开前，记者看到，餐吧门口前，一小块展览区摆放着各品类的“京A”啤酒，以及带有“京A”元素的产品，吸引不少前来参会的股东、机构投资者驻足观看、交流。

把握品牌优势

2023年，重庆啤酒收购中国第

一精酿厂牌“京A”，旗下高端品牌阵营再添一员。

过去一年，重庆啤酒实现了销量、营收、净利润的全面增长。2024年，重庆啤酒的“扬帆27”战略步入了新阶段。

今年一季度，重庆啤酒上述三大指标继续全面增长。数据显示，今年1月份至3月份，重庆啤酒实现啤酒销量86.68万千升，同比增长5.25%；营业收入42.93亿元，同比增长7.16%；实现净利润4.52亿元，同比增长16.78%。

从数据看，在啤酒行业存量竞争加剧背景下，重庆啤酒高端、次高端呈现了回暖态势。从高端产品看，一季度高档产品收入占比达61.56%，同比增长8.28%。

“高端化归功于公司打出的产品组合策略。”对于一季度的较高景气度，李志刚在回答投资者提问时表示，一季度，公司的产品在不同的价格带均有较好的表现，尤其8元到10元的价格带展现了蓬勃发展态势。“从价格基础看，整体产品

组合的价格在消费者可承受的范围，当外部环境竞争激烈的时候，怎样去把握品牌优势是我们主要做的一些事情。”

近年来，重庆啤酒依托“国际高端品牌+本地强势品牌”的品牌组合，旗下既有乌苏、重庆、京A等本土品牌，也有嘉士伯、乐堡、1664等国际品牌。在股东大会现场，有投资者提问：“乐堡在川渝、云贵等地区很受欢迎，在这些地方的经验会否在全国进行复制？”

对此，李志刚坦言，“乐堡在西部市场的强势发展主要基于公司以前的本地品牌优势。公司日后仍会积极推动大城市计划，该计划主要的发展路径会以地理区域结合‘扬帆27’计划和品牌组合的方式，在不同的城市中全方位发展公司的产品。”

值得关注的是，在打造全国性品牌方面，继乌苏之后，今年“重庆品牌”也被定位为下一个重点打造的全全国性品牌。

“从前期的验证看，吃重庆火