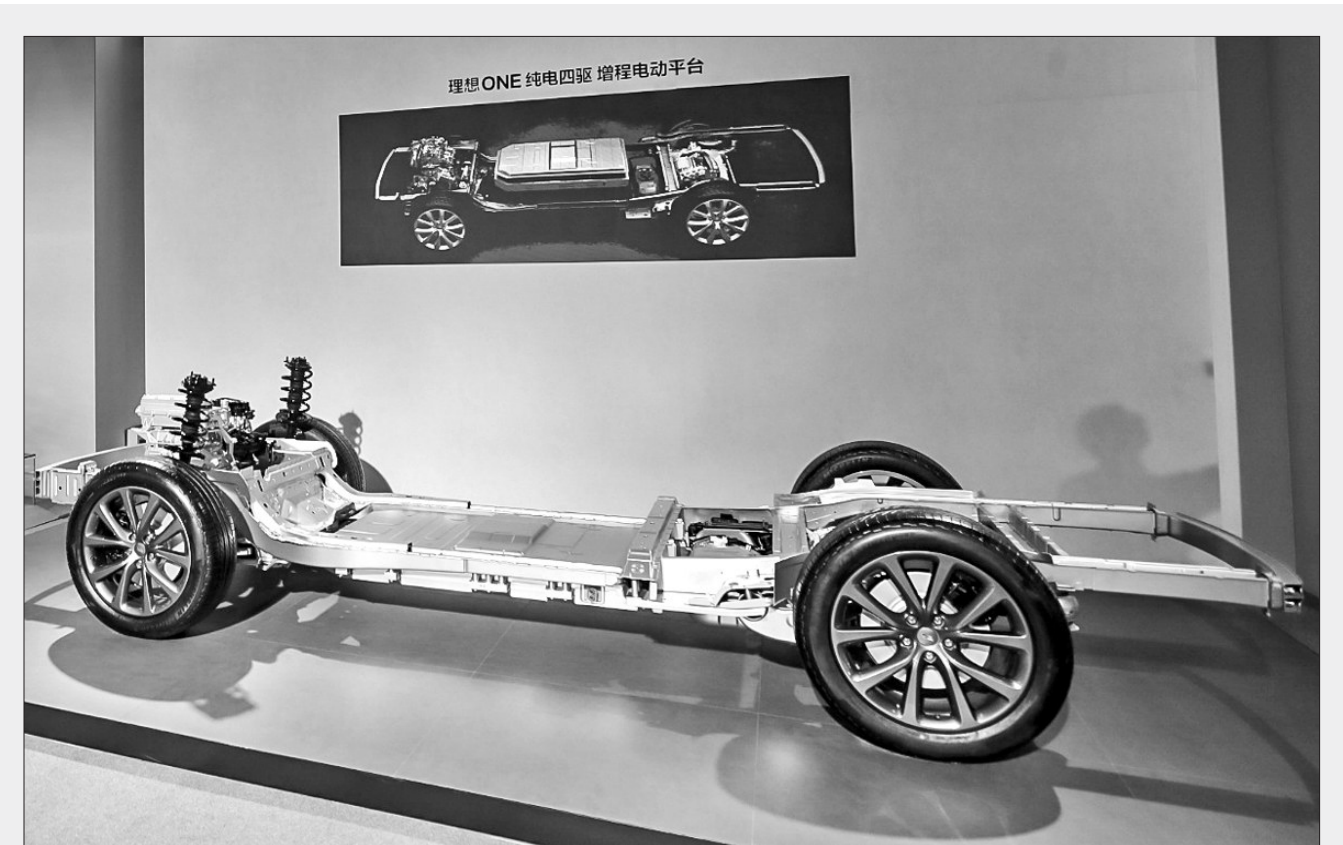




锂电池企业多措并举 缓解原材料涨价压力

本报记者 姬晓婷

近日,锂电池产业链上下游企业纷纷发布了第一季度财报。在新能源汽车对动力电池需求大幅拉升的情况下,锂矿企业与锂电池正极材料企业均实现了营收与利润的大幅增长。而锂电池企业却出现了营收同比增长100%~200%,净利润同比下滑20%~40%的情况。原材料企业大幅增收,电池企业增收不增利,出现了倒挂现象。由此看来,自去年年末以来的锂、钴、镍等原材料涨价带来的成本负担,终究是由电池企业承担了下来。

议价能力弱,受上下游双向挤压

原材料供应商产品供不应求,下游车企姿态强势,电池厂商议价能力弱。这是原材料大幅涨价,成本由锂电池厂商承担最为关键的原因。

2021年,全球新能源汽车销量达到675万辆,同比增长108%。我国新能源汽车产量达到224.6万辆,同比增长75.3%。下游需求的大幅提升促使新能源电池厂商纷纷扩产。以锂电池供应商蜂巢能源为例,2021年12月,蜂巢能源发布了面向2025年的“凌峰600”战略,宣布将2025年全球产能规划目标提升至600GWh。2021年,蜂巢能源公开发布了7次扩产消息,总投资额达到776亿元,在建产能超过300GWh。

今年以来,我国电池厂商投资扩产热情高涨,第一季度锂电池投资额度超过2091亿元,总共计划扩产产能达到579GWh。2021年,电池领域对钴的产量也仅为219.7GWh。赛迪顾问高级分析师杨婷婷在接受《中国电子报》记者采访时表示,电池企业加速扩产,提升了企业成本,这也是多家企业第一季度利润呈同比下降趋势的重要原因。

电池厂商的大幅扩产使锂原材料严重供不应求。

“电池的扩产需要9个月到1年左右的时间就能完成,但锂矿的扩产则需要15到24个月。”一旗力合副总经理肖太

原材料降价难,电池企业需觅新出路

四川、江西锂矿,青海、西藏盐湖是我国锂原材料的重要供应地。曾佑鹏估计,2022年,我国锂矿石来源碳酸锂产量将较2021年增加5.3万吨,盐湖锂矿产量将较2021年提高0.9万吨。然而,我国约65%的锂原材料依赖于海外进口。这意味着我国在锂原材料方面定价能力低,锂价变化情况在很大程度上依赖于海外市场。再加上国外锂原材料供给会受到海运效率、出产地劳动力等情况影响,其价格变化又多了一重不确定性。

曾佑鹏表示,锂本身是一种周期性产品。他认为,高昂的锂价不会长期持续,锂价格终将会回归正常水平。他表示,到2023年,市场上的碳酸锂将出现供给过剩的情况,但从目前情况来看,锂原材料价格很难在短期内回归到原来的水平。

为了破除受价格波动影响可能出现

明这样说道。

对于电池企业来说,资金供应是扩产的最重要条件。但对于锂矿企业来说,锂矿产能的提升并非易事。某锂矿企业负责人告诉《中国电子报》记者,对于锂矿企业等大宗产品供应商来说,产能的扩充是缓慢的。一来受制于矿产产能扩充本身需要的时间的影响,二来也受国家对企业采矿规定产能的约束。

根据集邦咨询锂电池分析师曾佑鹏测算,2021年,锂电池所需的最为关键的原材料碳酸锂的需求为56.7万吨,而产能则为55.4万吨。供不应求的情况下需求继续扩充,便导致了去年年底到今年3月底出现的价格猛涨情况。

作为三元锂电池正极材料重要原材料,钴、镍的需求热情同样高涨。曾佑鹏表示,至2025年,电池领域对钴的整体消费需求将达到19万吨,其中动力电池用钴需求将达到13.6万吨。尽管动力电池厂商正在追求低钴化,寻找无钴电池材料替代方案,但随着电动汽车产销量的高速增长,钴需求也将持续快速增长。对于镍金属来说,虽然全球镍供应整体较为充足,但曾佑鹏表示,在新能源汽车用镍快速增长的拉动下,电池用镍的供应会出现结构性紧缺。

原材料需求市场高温不降,同时伴

到2023年,碳酸锂将出现供给过剩的情况,但目前看,锂原材料价格短期内很难回归到原来的水平。

是向车企拓展,电池企业总要“靠一头”,才能够最大程度保障自身的供应安全。

杨婷婷称,当前市场状况下,电池企业要想扭亏为盈,拓展国际市场不失为一条发展思路。举例来说,从鹏辉能源2021年年报情况来看,境外利润占到总利润的22.6%。她表示,一方面,出口业务带来的利润率更高;另一方面,海外电池企业的竞争压力更小些。

肖太明也为电池企业提供了几条破局建议:第一,供应商要尽可能增加产能,提高价格谈判话语权。第二,厂商尽量与上游签订长期供货协议保障供应量,同时与下游厂商签订允许价格波动的协议,以应对市场价格波动可能带来的一系列不确定因素。这样一来,中游电池厂商便能够向外传导一部分由原材料价格变动带来的压力,降低风险。

肖太明称,不论是向原材料拓展还

对电池企业来说,资金供应是扩产最重要的条件,但对于锂矿企业来说,其产能的提升并非易事。

随产能扩充难度大、周期长等因素,使得原材料长期处于卖方市场,电池厂商虽有意愿压价,但基于市场供不应求的状况,难以从原材料供应商方面争取到降价空间。

从上游争取降价难,从下游争取抬价也不易。

“车企本身对材料成本的把控要求更高。虽然市面上的汽车品牌已经逐步涨价,但汽车涨价将明显影响汽车销量。”杨婷婷表示,“电池厂商的动力电池议价能力明显低于3C产品和储能产品。”

对于汽车动力电池市场来说,拥有客户意味着取得一切。当前,正处于动力电池市场扩张期,稳定的市场竞争格局并未形成。对于动力电池企业来说,抢占市场份额是首要任务。肖太明表示,从近几年动力电池厂商的装机量排名来看,虽然国内前十名企业已基本固定,但其市场排名仍在持续变动过程中,这就说明国内动力电池市场的竞争格局仍未确定。在这种情况下,许多动力电池企业宁愿承担短期的亏损,也要维持与车企的良好关系。

“虽然短期内承担亏损,但从长期来看,当原材料价格恢复到正常水平时,电池企业便能够享受到市场份额带来的红利。”某锂电池产业链企业代表在接受《中国电子报》记者采访时表示。

到2023年,碳酸锂将出现供给过剩的情况,但目前看,锂原材料价格短期内很难回归到原来的水平。

是向车企拓展,电池企业总要“靠一头”,才能够最大程度保障自身的供应安全。

杨婷婷称,当前市场状况下,电池企业要想扭亏为盈,拓展国际市场不失为一条发展思路。举例来说,从鹏辉能源2021年年报情况来看,境外利润占到总利润的22.6%。她表示,一方面,出口业务带来的利润率更高;另一方面,海外电池企业的竞争压力更小些。

肖太明也为电池企业提供了几条破局建议:第一,供应商要尽可能增加产能,提高价格谈判话语权。第二,厂商尽量与上游签订长期供货协议保障供应量,同时与下游厂商签订允许价格波动的协议,以应对市场价格波动可能带来的一系列不确定因素。这样一来,中游电池厂商便能够向外传导一部分由原材料价格变动带来的压力,降低风险。

肖太明称,不论是向原材料拓展还

大众汽车选择高通芯片 透露出什么信号?

5月4日,大众汽车集团旗下软件公司CARIAD宣布,将选择高通技术公司为CARIAD软件平台提供系统级芯片(SoC),旨在实现辅助驾驶和最高达L4级别的自动驾驶功能,让车辆在大多数情况下无需人工干预,就可以处理各种驾驶情况。据了解,高通的Snapdragon Ride平台产品组合SoC,将成为CARIAD标准化可扩展计算平台的重要硬件组件,以支持大众汽车集团自2025年前后推出的车型。

大众选择将高通的芯片应用于自己品牌的所有汽车,这一决定透露出什么信号?

本报记者 张依依

为软件业务“正名”

2025年前后,大众集团旗下的CARIAD软件平台将搭载高通公司提供的系统级芯片(SoC)。从合作协议签署的那一刻起,大众开始与高通这家芯片巨头在自动驾驶领域发生更深入的交集,以进一步加速自身的智能化进程。

几天前,大众汽车首席执行官赫伯特·迪斯(Herbert Diess)风尘仆仆,前往美国圣地亚哥的高通公司总部签署合同。在那里,迪斯与高通首席执行官克里斯蒂亚诺·安蒙(Cristiano Amon)和高通汽车首席执行官纳库尔·杜加尔(Nakul Duggal)就未来的合作条款达成了一致意见。

作为欧洲最大汽车制造商的首席执行官,63岁的迪斯仍然选择亲自飞往美国与高通进行谈判签约,这更加佐证了与高通合作对大众集团的重要性。在协议签署后,迪斯心里应该踏实了不少。他或许终于可以向反对者展示,大众软件部门在自动驾驶的未来业务中终于取得了进展。

大众集团的软件业务一直因“拖延症”而饱受内外部人士诟病。在大众集团内部,其实也有很多不同意见,阻碍了集团总部的执行进展。有消息称,斯图加特跑车制造商、大众旗下品牌保时捷的内部人士透露,他并不相信大众CARIAD软件平台具备多强的能力。更为严重的是,由于大众新型号的软件经常不能及时准备就绪,各种软件项目都存在这样或那样的问题,大众软件产品的发布会有时甚至会被推迟。根据德国媒体的报道,即使是与大众合作进行软件开发的供应商,也对大众软件业务进展颇有微词。

就在这种“内忧外患”的背景下,今年年初,迪斯接管了软件部门的运营监督,开始担任大众集团的首席执行官。他与大众旗下CARIAD软件公司首席执行官Dirk Hilgenberg一起制定了公司的软件战略。

如今,大众选择牵手高通来发展L4级别的自动驾驶,这一决定或许有望帮助公司在软件业务方面取得新的进展。

高通是目前大众最合适的合作伙伴之一。一位了解大众流程的人士表示,大众与高通的合同不是基于梅赛德斯奔驰那样的“收入分享”模式,而是沃尔夫斯堡公司按芯片付费,这给了大众更多的灵活性。

CARIAD硬件开发高级副总裁KlausHofmocker同样将软件产品的“可扩展性”放在了第一位。他公开表示:“在可扩展性、成本和性能之间找到最佳的平衡点,是我们在全新高性能计算平台设计过程中面临的最大挑战之一。高通技术公司全面可扩展的SoC产品组合,在提供极其高效的计算性能的同时,兼具高能效和成本效益。”

值得注意的是,大众还与博世成为了软

件合作伙伴,希望联合开发的软件与芯片协同配合,以最小的功耗从芯片中获取最大性能。

来自内外部的压力

如今智能汽车市场不断拓展,抢占传统汽车市场,汽车企业的AI化已经不再是汽车圈里的新鲜事儿。比起早就唱起“软硬件协同发展”和“软件定义汽车”调子的众多车企,现在才与能够显著推动汽车智能化的芯片大厂展开合作,大众的“牵手”决定似乎有些姗姗来迟。确实,这家总部位于沃尔夫斯堡的制造商已经没有多少时间了。面对特斯拉等车企已经在欧洲市场形成气候的智能化系统,以及来自小鹏、蔚来等新兴市场造车新势力的智能化软件系统竞争,大众的竞争压力很可能是巨大的。

中国车企纷纷搭载大算力芯片,或许同样向大众施加了不小的压力。芯谋研究分析师王立夫向《中国电子报》记者表示,以地平线J3为例,在过去的一年里,J3产品已经向国产新势力和传统车企出货。未来随着J5及J6产品采用更先进的工艺节点,产品的算力将更强。

在发力汽车智能化方面,大众或许有些落后了。此前,大众的竞争对手梅赛德斯奔驰已经与英伟达签署了合作协议,在硬件和软件方面展开了深度合作;不久前,宝马与高通的合作进一步加深,在L2级别先进驾驶辅助系统、L3级别高级自动驾驶功能等方面展开合作,希望能设计跨NCAP(新车评价规范)、L2和L3级别的最佳自动驾驶功能。

值得一提的是,比亚迪、奔驰、路虎、沃尔沃、现代、路特斯等传统汽车厂商都选择了英伟达Orin芯片这颗自动驾驶领域的“明星”。据悉,Orin SoC采用7nm工艺,基于该芯片推出的DRIVE AGX Orin平台可实现最大算力2000TOPS,能够覆盖L2~L5级自动驾驶需求。

2021年,大众集团汽车销量达到888万辆,虽然仍然位居全球前列,但也呈现出了下滑的趋势。面对自身销量下滑的危机与竞争对手在智能化方面的大踏步进军,大众很可能希望借助与高通的合作,在汽车软硬件协同和汽车智能化方面实现突围。

当然,迪斯在沃尔夫斯堡团队内部仍然面临不少困难。此前,奥迪一直与高通的竞争对手英伟达合作。早在2017年,奥迪就与英伟达一起为豪华轿车A8开发了一个系统,该系统支持L3级别的自动驾驶功能,让车辆可以长时间在高速公路上以低速独立行驶。

如今,奥迪的开发人员不得不选择改用高通芯片,这意味着他们不得不抛弃“英伟达体系”,重新适应另一套支持自动驾驶功能的系统。

AMD第一季度营收增长71%

本报讯 记者张心怡报道:近日,AMD公布了其2022年第一季度财报。财报显示,AMD第一季度营业额为59亿美元,同比增长71%;基于非GAAP标准的净收入为创纪录的16亿美元,同比增长149%。2022年第一季度业绩包括最近完成收购的赛灵思部分的季度财务业绩,该收购于2月14日完成。不包括赛灵思,AMD的季度营业额也达到了创纪录的53亿美元。

从部门来看,AMD每项业务都实现了同比两位数的增长。计算与图形事业部营业额为28亿美元,同比增长33%,主要得益于锐龙处理器和Radeon显卡的销售增长;得益于较高的营业额,该部门的经营收入达到创纪录的7.23亿美元。企业、嵌入式和半定制事业部的营业额为创纪录的25亿美元,同比增长88%,主要得益于较高的霄龙处理器营业额以及半定制和嵌入式产品销量的增加。

本季度是AMD首次包含赛灵思部分的财季。基于对赛灵思的收购,AMD进一步扩大了企业规模和计算、图形以及自适应SoC产品组合,提升了面向行业的高性能计算和自适应计算的竞争力。本季度赛灵思部分的营业额为5.59亿美元,经营收入为2.33亿美元。在试算

基础上,整个季度赛灵思实现了超过10亿美元的营业额,同比增长22%,这得益于赛灵思主要终端市场类别的增长。

面向数据中心和云计算,AMD在第一季度推出了第三代AMD霄龙处理器,基于霄龙产品的云实例进一步拓展至465个,包括Microsoft Azure、Google Cloud的最新虚拟机、亚马逊为计算密集型工作负载而推出的Amazon EC2 C6a实例。面向消费市场,AMD推出了锐龙7 5800X3D处理器,这是首款采用AMD 3D V-Cache技术的锐龙处理器,也是业界首款采用3D堆叠芯片技术的x86 PC处理器。AMD董事会主席兼首席执行官苏姿丰表示,第一季度是AMD规模化和转型之路的一个重要转折点,霄龙服务器处理器收入连续3个季度增长1倍以上,产品需求依然保持强劲,全年指引的进一步调高体现了AMD更高的自然增长以及不断增长的赛灵思业务。

AMD预计今年第二季度的营收为65亿美元,上下浮动2亿美元。在赛灵思、服务器、半定制等业务的驱动下,预计第二季度营收将同比增长69%。对于2022年全年,AMD预计营收将达到263亿美元,同比增长约60%,高于之前约31%的预期。