

告别低价时代，迷你小电车“涨”声不断

记者 都亚男

微型电动汽车普涨 明年还要涨？

“变贵了。”11月初，李思陪朋友逛车展时发现，微型电动汽车比起去年买的时候价格高出不少。

已经购置一辆五菱宏光马卡龙的李思，这次来车展是帮朋友购车出谋划策的，“去年我买车的时候，加上补贴之类的，到手3万元出头，现在我买的这款车光售价就高出好几千元。”

事实上，微型电动汽车涨价已多时。继年初新能源汽车集体涨价之后，微型电动汽车界“顶流”五菱宏光、奇瑞汽车纷纷上调售价。

不过，涨价未能消减消费者购买微型电动汽车的热情。从乘联会公布的前三季度新能源轿车销量榜前15名来看，微型电车车型占据了相当大比例，与此同时，销量冠军就是一款微型电车——五菱宏光MINI，前三季度销量为29.71万辆，同比增长15.7%。截至9月底，宏光MINIEV家族已蝉联24个月中国新能源纯电车型月度销量冠军。

奇瑞QQ冰淇淋前三季度销量达8万辆，奇瑞EQ前三季度销量为7.64万辆，同比增长52.4%。长安的奔奔EV前三季度销量为5.23万辆，同比增长32.8%。零跑T03前三季度售出5万辆，同比增长88.6%。一位济南市奇瑞新能源汽车的经销商向记者透露，“近期参加培训时，就通知明年还要再涨价。”“还会再涨的。”济南市一家五菱宏光新能源汽车的销售人员也称，“一旦购置税开始征收，再加上涨价幅度，买一辆车得多花1万块钱。”

10万级别新车型上市 消费者会买单吗？

记者走访发现，微型电动汽车

近日，一个“胡歌开小车车的反差感”的话题将迷你小电车带上微博热搜榜。微博视频中，一身休闲装、面戴口罩的胡歌，径直走向一台迷你小电车，拨下充电桩。1.85米的人钻入1.6米的车形成的反差感，引起了很多网友对迷你小电车的兴趣。

实际上，微型电动汽车早已不是“老头乐”的代名词，近期多家“顶流”车企推出10万元级别的新车型，高端化的智能设备搭载、真皮座椅、刹车系统升级……如此规格的微型电动汽车，会吸引更多消费者吗？



左：奇瑞“桃欢喜”，右：宝骏KiWi EV

本报资料片

畅销车型的定位为“国民代步车”，普遍在3万元—7万元区间，价格比较亲民。值得注意的是，即便已经普遍涨价，部分微型电动汽车“顶流”车企早已“心猿意马”，积极推出10万元级别的新车型。

前三季度销量“一骑绝尘”的五菱宏光MINIEV，来自上汽通用五菱这家著名车企。除了马卡龙系列、GAMEBOY等售价徘徊在4万元—7万元的微型电动汽车，上汽通用五菱还于近期推出了售价9.9万元的MINIEV敞篷版，以及8.78万元—10.28万元的2023款宝骏KiWi EV。

奇瑞QQ冰淇淋和小蚂蚁是奇瑞新能源的代表作，销量在全国新能源汽车市场中名列前茅。近期，奇瑞汽车“乘胜追击”，再次推出一款纯电微型车无界Pro，预售价在8.99万—11.29万元。

比较来看，10万元级别微型电动汽车在中控智能屏、刹车系统，

座椅内饰、续航里程等方面有较大提升。不过，微型电动汽车的规格提升至10万元级别时，消费者还买账吗？

“卖得最好的就是‘桃欢喜’，它是QQ冰淇淋的升级版，顶配售价也仅有5.75万元。”前述奇瑞新能源汽车经销商表示，“无界Pro是新车型，目前预售订单还不多。”

“上半年有发放的消费券、政府补贴、车企补贴等多重优惠，微型电动汽车的订单量不低，现在补贴力度减少，有不少客户咨询时很在意补贴情况。”前述五菱宏光销售人员称。

“车企新推出的10万级别微型电动汽车，在智能化设备、内饰等方面投入更多，用户能获得更好的智能化体验感。”一位不愿具名的汽车市场从业人士分析称，“微型电动汽车的主流客户人群对价格比较敏感，相比较四五万元的车型，价格不够亲民，销量想要追赶

上低价车型的微型电动汽车，成为热销车型，还是有些难度的。毕竟在10万级别的新能源汽车市场中，其所要面临的竞争对手就不只是微型电动汽车了。”

加快布局海外 “老外”喜欢小电车？

据乘联会数据，2022年前三季度，中国A00级（微型汽车）新能源市场份额从年初的26.3%，降至9月底的16.8%，下降趋势明显。也就是说，国内微型电动汽车市场的增速正在放缓，与此同时，目光如炬的微型电动汽车领跑者们，已经将目光投放到了海外。

近日，零跑T03的60辆车进驻以色列，开启了全球化布局；五菱宏光新车型Air EV在印度首次亮相，此前已出口西班牙，此外，五菱宏光计划将MINIEV敞篷版以进口后组装的方式在立陶

宛生产销售；奇瑞近期也确认了微型电动eQ1出口巴西的消息。

“国际市场小车也是流行款。像是欧洲，由于地域限制，用户出行空间较小，小车的性能能够极致发挥，市场发展空间也是格外充足。”在今年9月的“瑶光2025奇瑞科技DAY”主题活动上，奇瑞控股集团副总经理、奇瑞股份执行副总经理、奇瑞新能源总经理鲍思语在接受专访时表示。

鲍思语认为，“出口是一个很重要的点，现在来看，欧洲市场是一个很好的机会，因为欧洲市场尤其是在北欧，整个势头已经很高了。欧洲市场基础设施很好，所以我们在下一代出口车型当中，主要目标市场就是欧洲和东盟。”不止奇瑞一个，新能源汽车市场的其他主流品牌，例如上汽MG、小鹏、蔚来、吉利，主要出口国家也都面向欧洲。

东吴证券汽车行业首席分析师黄细里分析认为，综合考虑地缘政治原因、本土汽车市场规模容量等原因，欧洲市场是自主品牌新能源汽车出海最核心目的地，欧洲市场空间较大，当地政府大力支持，本土车企转型较慢，尚未有强势本土车企出现。

黄细里进一步分析称，目前海外新能源汽车市场格局复杂，集中度较低。美国市场上，特斯拉独占鳌头，但在欧洲市场，特斯拉、大众、BBA等车企市场份额差异较小，2022年CR10（市场占有率排名前10家车企市场占有率之和）为60%左右，不同品牌销售均集中于本土地区，除特斯拉外，全球竞争推广较慢，处于初步竞争阶段。

光大证券也在近期的研报中指出，“自主替代优化国内汽车产业链配套，保障国内制造业的成本与产能优势，随着品牌海外本土化管理与服务布局完善，汽车出海有望成为乘用车消费新增量。”

分完京东分美团，下一个会是谁？ 腾讯的千亿大腾挪



记者 王赟

腾讯总裁辞职忙

腾讯的2022年三季报格外“动人”。

11月16日，腾讯控股发布三季报，第三季度净利润为322.54亿元，同比增长2%，这也是连续四个季度下跌后的回稳。同时，腾讯宣布分红式减持美团，总市值高达1594亿港元。而腾讯总裁刘炽平也宣布卸任美团董事，其自2017年10月起担任美团董事会成员，距离2014年腾讯首次入股美团时隔8年。

这场景，似曾相识。去年12月23日，腾讯公告将所持有的约4.6亿股京东股份作为中期股息派发给腾讯股东，派发完成后，腾讯持有京东股份占比从17%降至2.3%，不再为第一大股东。同时，刘炽平从京东董事会辞任。

近一年的时间内，刘炽平一直忙着辞职，今年4月刘炽平辞任滴滴董事职务，5月辞去腾讯音乐董事一职，到了8月又辞去金山软件公司非执行董事及提名委员会成员职务。

两年多之前，2020年1月16



上个月，“中国巴菲特”段永平多次加仓腾讯，股价跌宕的腾讯引发热议。这次“出售”美团再次将腾讯推上风口，加上今年减持的新东方、华谊兄弟……腾讯的投资版图再次改版。业内和看客都在猜，下一个会是谁？

日，刘炽平在腾讯投资IF(Insight & Forecast)大会上披露了腾讯投资当时的最新成绩单：截至目前，腾讯总计投资企业超过800家，其中70多家已上市，逾160家成为市值或估值超10亿美金的独角兽。也是这次大会上，刘炽平表示，投资是腾讯的核心战略与核心业务之一，腾讯投资的首要目标与核心逻辑就是创造价值，“在过程中创造价值，并且把绝大部分价值分享出去，仅留一小部分

给腾讯自己”。

“腾讯系”中概股普跌

根据公告，本次分发美团股份预计将于明年3月完成。派息后，腾讯还将持有美团不到2%股权，而此前的持股比例是17%。腾讯高管在电话会议上透露，对美团的投资内部收益率达到30%。

对于腾讯的“派息式”减持，美团创始人王兴表示：“期待继续

与腾讯保持相互信赖的战略伙伴关系。”他还补充表态称，美团也期待并欢迎众多新股东的加入。

在一年前派息京东股票时，腾讯曾表态“将一如既往支持更多成长型企业，践行长期投资战略”。

买买买，卖卖卖，腾讯目前还是同程旅行、拼多多、唯品会、B站、快手、知乎等互联网上市平台的重要股东，其中，腾讯是同程旅行和快手的第一大股东。

腾讯11月16日晚间的公告一出，17日开市后，“腾讯系”中概股普跌。

“通过投资，腾讯跟一个庞大的生态建立了关联，这个生态中包含了各行各业，这令我们感到骄傲，同时也使我们感到责任重大。”这也是刘炽平在2020年的腾讯投资IF大会上强调的，“我们希望被投企业有创造价值的清晰定位，有很强的产品能力、技术能力和战略能力，具备高效率、强组织的供应链能力和人才打造能力等等。”

腾讯的投入与收入

接着看腾讯发布的2022年三季报，在人员成本方面，截至9月

30日，腾讯共有10.88万名雇员，较去年同期增加1.3%，总酬金成本为273.9亿元，较去年同期上涨5.4%。据此推算，腾讯三季度人均酬金成本约83887.68元。

财报显示，第三季度，其研发投入150.82亿元，在整个营收中的占比为10.77%。2019年至今，腾讯研发投入已累计达1667亿元。腾讯研发开支的增长曲线已远超同期公司营收和净利润的增长水平，在持续的高投入下，腾讯在音视频、数字孪生、3D引擎、实时渲染、边缘计算、区块链等领域均积累了技术储备。

一度被称为“投资公司”的腾讯还是坚持“技术公司”底色，其财报显示，第三季度腾讯金融科技与企业服务板块收入同比增长4%至448亿元，营收占比达到32%，再超网络游戏板块成为营收贡献最大的业务板块。至此，该项收入连续六个季度占总收入比重超30%，成为腾讯稳定的第一大收入来源。



扫码下载齐鲁壹点 找记者 上壹点

编辑：魏银科 美编：继红 组版：刘淼