

豪华车市场充电补能合作升级

共筑充电基础设施新生态

■中国城市报记者 孙雪霏

在电动汽车行业，充电便利性不足被广泛认为是电动汽车普及瓶颈，快速且高效地补能仍是一项挑战。为了实现与传统加油站相似的充电体验，业界正集中力量改进充电技术。目前，两大主流补能方式——大功率超快充和换电技术，都在努力缩短电动汽车的充电时间。以大功率超快充技术为例，按照当前技术水平，仅需10分钟即可将电量从10%增至80%，逼近燃油车的加油效率。另一方面，换电技术则提供了与传统加油相仿的体验，通过快速更换电池的方式实现即时补能。在刚刚结束的2023年，中国汽车市场经历了一次显著的转变。在面对激烈的市场竞争和不断升级的消费需求下，越来越多的豪华汽车品牌开始从各自为战转向携手合作，共同推进充电基础设施的建设与升级。

共塑高效补能网络

充电基础设施网络建设呈现“抱团取暖”趋势。近日，电动汽车充电基础设施领域迎来了一次重大合作。在中国电动汽车充电基础设施促进联盟的指导下，极星、沃尔沃、路特斯、捷豹路虎等4家豪华汽车品牌，联合充电运营企业闪电速能，共同发起成立了中国电动汽车充电基础设施促进联盟闪充委员会（以下简称“委员会”）。该委员会将共同推动大功率超快充网络的建设，实现资源共享，从而提高电动汽车的补能效率。

据悉，基于成员豪华品牌的共有属性，委员会旨在打造一个直指高端品牌的充电服务组织，完善高端闪充服务标准体系，推动提升用户的充电体验，提供优质的充电服务，建设

高品质、差异化的充电网络。

在商业合作形式上，尽管4家车企在端口上将依然按照各自品牌规划差异化发展，但他们计划在后台数据方面实现互联、共享共用。据路特斯方面透露，这一策略旨在实现合作效果的最大化，以达到“4家合作大于4”。此外，4家车企对补能服务的合作提出了具体要求，合作中的充电设施建设、服务和体验等方面必须同时满足所有合作伙伴的要求。

不仅如此，该联盟初期将通过合作获得市场认可，之后计划进一步扩大其成员范围。除了首发的4家企业外，目前已有更多的豪华品牌正在积极洽谈加入联盟。同时，路特斯正在协助其他品牌建设充电站。尽管相关的细节目前仍处于保密阶段，但可以预见的是，联盟的规模在未来将会显著增长。这一扩张计划将为市场提供超过50万元的豪华纯电补能体验。

企间联盟或将成为常态

电动汽车快速补能有两种途径，大功率超快充是主流方式之一，而换电也是电动汽车快速补能方式，这两种补能途径的共同特点是成本都很高昂。大功率超快充需要电池、充电桩和车辆电压平台互相适配，每一个环节都会增加额外成本，尤其是在充电桩硬件和电网容量方面。具体至充电桩环节，大功率充电桩硬件成本比普通快充桩要高。由于这种充电方式对电网容量提出额外需求，在部分电力资源紧缺的地方，充电站还要配建储能设施。

路特斯方面表示，换电站作为电动汽车补能解决方案的重要组成部分，其建设成本高更是一望可知。为了确保电动汽车随时“有电可换”，换电站需要储备相当数量的电池。然而，电池本身就是一项重资产投入。

在使用端，充电基础设施的运营模式类似于餐厅的“翻台”概念。这意味着，充电桩有效使用时间越长、换电站换电次数越多，运营商盈利的可能性就越大。但这些特点导致单个车企自建自营充电基础设施变得困难，从而使得共建共享成为电动汽车行业的一个明显趋势。

东风公司战略规划与科技发展部战略发展研究中心主任刘洛川在接受采访时表示，尽管主流车企纷纷投资建设超快充网络，但单一品牌的充电站点数量相对有限。这种局面可能引发车企间出现充电站点选址的恶性竞争、充电站点的重复建设以及投资回报率低等问题。因此，预计未来汽车制造商之间的联盟将成为常态。

中国汽车工业协会充换电分会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗表示，高端充电站在设备功率、环境质量和增值服务方面与普通充电站有显著的区别，这些高标准的设施和服务导致了充电价格的相应提升。

据悉，随着电动汽车补能网络的不断布局和服务质量的提升，其对于汽车品牌和品牌形象的积极影响日益显著。一个健全的补能网络不仅能提高品牌附加值，还有助于提升品牌知名度和产品销量。例如，蔚来凭借其庞大的补能网络成功吸引了大量忠诚用户，并在市场上形成了显著的品牌优势。

对于销量相对低迷的汽车品牌如路特斯、极星，以及在中国市场电气化进程中遇到挫折的沃尔沃和捷豹路虎来说，补能网络的发展是一个重要的机遇。然而，刘洛川提醒说，尽管补能网络的发展对品牌形象和销量有显著的带动作用，产品本身的质量和性能仍然是最核心的因素。只有当电气化产品本身得到市场的认可和好评时，补能网络的潜在价值才能得到最大限度地发挥。

得到最大限度地发挥。

市场倒逼豪华车补能走向差异化

据乘联会数据显示，2023年11月，国内豪华品牌新能源汽车的市场渗透率已达到30.9%。这一数据的显著提升标志着新造车企业如蔚来、理想正加速蚕食传统豪华汽车厂商的市场份额。面对来自新造车企业的竞争压力，传统豪华汽车厂商正在孵化高端子品牌，积极进军市场，同时加速向智能电动领域转型。

路特斯方面透露，委员会的首批成员品牌正在加速电动化转型的步伐。委员会的首发成员中，除了极星本身就是电动汽车品牌外，其余成员包括路特斯、沃尔沃和捷豹路虎都在近几年内将“电动化转型”作为共有战略目标。这些豪华车品牌计划在未来几年内推出多款全新电动车型，以此实现产品组合的全面电气化。具体而言，路特斯计划到2026年推出4款全新车型，并预计到2027年实现其产品线100%纯电动化。沃尔沃则设定了2025年实现全面电气化的目标，并打算在2030年正式成为一个100%纯电动的豪华车品牌。捷豹路虎也不甘落后，预计从2024年开始全面转型为电动汽车生产商，旨在2030年实现品牌纯电动车型的渗透率达到60%。

据悉，各家品牌不仅在资金支持、团队协调和产品布局等方面加大投入，而且逐步在市场上推出其电气化产品，以兑现他们的电气化承诺。从规划的时间节点来看，未来几年将是它们电气化产品问市和转型发展的关键时期。

极星科技董事长兼CEO沈子瑜表示，豪华品牌所带来的不仅仅是产品本身的豪华感，更重要的是整体的体验和

用户感受。根据公安部数据显示，截至2023年9月，我国新能源汽车保有量已达1821万辆。在这样的市场背景下，各大汽车制造商的“补能之战”已经全面展开，车企们正纷纷加入完善自身补能体系的行列中。以蔚来、小鹏为代表的企业已经在超级快充技术、价格优惠权益以及百城覆盖等方面作出了巨大投入，以此收获更多的消费者。

对于在电动化领域起步较晚的传统豪华汽车品牌来说，面对国内自主品牌的激烈竞争，这些品牌正寻找差异化的竞争策略，以在市场中保持竞争力。如何为中国消费者提供不同于传统的豪华充电体验，成为委员会未来的关键思考和布局方向。

对此，全宗旗表示，虽然目前只有4家企业为发起单位，但作为一个行业组织，预计将有更多企业加入。这些新加入的成员可能包括其他豪华汽车制造商、提供充电补能服务的企业，以及与车企有关联的运营商和能源企业等。

而与委员会成立几乎同步，两大一线豪华车品牌宝马、奔驰也宣布了一项重要的合作举措。这两家公司签署了合作协议，将以各占50%的股份，在中国成立一家合资公司，在中国市场运营超级充电网络，合力满足中国客户对豪华充电服务日益增长的需求。首批超级充电站计划于2024年在国内的重点新能源汽车城市投入运营。

自主品牌方面，蔚来的换电也已开始“扩圈”，先后与长安汽车、吉利控股集团两大自主车企签署换电合作协议，据悉，目前还有多家企业正在与蔚来讨论开放换电网络的事宜。有业内人士称，这种持续的合作和谈判进程暗示了一个“换电联盟”的初步形成，为提高新能源汽车的便利性和吸引力提供了新的可能性。

在海外市场，德国数家车企已联合组建充电基础设施平台Hubject。而特斯拉则向外部车企开放自营充电设施，在北美几乎垄断了市场。2023年12月19日，大众汽车宣布加入特斯拉北美充电网络，新车型将使用特斯拉充电桩接口标准。

全宗旗认为，补能领域是一个生态圈，需要各家企业根据自己的优势、资源，合力推进其建设和完善。在当前汽车企业间合作“抱团”成为趋势的背景下，未来在充电端口、APP入口、操作方式等方面，如何既保持豪华品牌的差异性，又同时实现开放共享，将是各家车企需要继续探索的重要课题。

山东青岛：车企产销两旺

2023年12月28日，在山东省青岛市即墨区一家汽车制造企业的焊装车间，机器人在进行焊接作业。2023年以来，即墨区的乘用车、商用车等企业铆足干劲抓生产、赶订单、拓市场，实现产销两旺的良好态势。

据悉，即墨区围绕汽车产业结构高端化、生产过程清洁化、制造流程数字化、产品供给绿色化的目标，着力打造汽车及零部件产业链和供应链，助推区域经济高质量发展。目前，即墨区拥有一汽解放、一汽-大众、奇瑞等整车及配套企业400余家，汽车产业为当地经济发展注入新动能。

人民图片

