

插电混动“掉队”势头明显

■本报实习记者 杨梓

中汽协最新统计数据 displays,今年1-6月,我国新能源汽车共销售120.6万辆,同比增长2倍。同时,插电式混合动力汽车(下称“插混汽车”)和纯电动汽车的销量差距越来越大。据统计,自2019年起,插混汽车销量占新能源汽车销量的比重持续下降,今年1-4月销量占比降至17.33%,为近几年最低水平;2018-2020年,插混汽车销量为20万辆左右,市场规模基本停滞。



技术复杂、成本高、限制多

全国乘用车市场联席会统计数据显示,今年6月,在纯电动汽车销量中,五菱宏光MINI EV以29143辆居首,特斯拉Model 3与Model Y分居二、三位,销量分别为16515辆和11623辆;插混汽车销量中,比亚迪秦PLUS DM-i以9269辆位居第一,理想ONE以7713辆位居第二,比亚迪宋DM以5450辆位居第三。纯电动汽车、插混汽车销量差距悬殊。

对于插混汽车卖不过纯电动汽车的原因,乘联会秘书长崔东树告诉记者,插混汽车技术相对复杂,成本偏高,消费者认可度不高。有资料显示,对普通消费者而言,即使算上免购置税优惠,插混汽车的初次购置成本仍比燃油汽车高15%-20%,对应到A级家用车上,成本高约2万元。

中国汽车技术研究中心有限公司高级工程师贾国瑞对记者表示,限购政策是插混汽车发展的重要驱动力。数据显示,目前插混汽车销量中的限购城市占比超过50%,其中上海、杭州等城市销量领先。同时,插混汽车市场呈现下沉趋势,二线及以下城市占比由2018年的30%升至目前的50%左右。他进一步表示,影响插混汽车发展的因素很多,包括财政补贴、购置税、积分办法、获得积分的排放倍数及排放要求等。

同时,插混汽车环保性也备受环保组织质疑。业内人士指出,很多消费者购买插混车后并不会优先以纯电动模式驾驶,而是仍当燃油汽车使用。

上述因素都使得政府对插混汽车的政策逐渐收紧。如上海今年3月宣布2023年将取消对插混汽车(含增程式汽车)的无限制发放绿牌,北京一直未给插混汽车发放绿牌。未来是否会有更多城市效仿北京和上海对插混汽车的限制政策?受访人士均表示可能性较小,“毕竟目前插混汽车销量并不高。”

纯电动转型完成前的过渡技术?

目前,比亚迪、理想等车企仍将插混、增程式作为主要的技术路线。在贾国瑞看来,理想推插混汽车的原因之一在于目前国内充电基础设施尚不完善,站在用户角度考虑,插混汽车可缓解充电焦虑。不过,理想CEO李想今年2月曾表示,理想在未来十年将以“增程+纯电”并行的路线发展。据悉,理想已启动纯电动汽车项目,首款纯电动汽车计划于2023年发布。

转观德系老牌车企,在欧盟减排政策的压力下,纷纷加速电动化转型,并均选择插混汽车作为迈向新能源汽车的第一步。贾国瑞认为,奔驰、宝马、奥迪等德系车企优先选择插混汽车的原因在于推动纯电动的内部阻力较大,虽然都在加速转型,但纯电动汽

车价格偏高,产品竞争力弱,市场份额小。崔东树认为,上述德系车企目前还难以在纯电动汽车销售上有突破,插混汽车为企业向纯电动汽车销售起到了过渡作用。

实际上,插混汽车也并非全无优点之处。对纯电动汽车而言,冬季续航里程大打折扣是目前尚难解决的痛点。因此,在北方地区,插混汽车(含增程式汽车)目前是较好的解决方案。不少业内人士认为,插混是在特定领域、特定场景下有优势的车型。不过,在崔东树看来,虽然插混汽车在短期内有一定优势,但5、6年后,优势会越来越小。贾国瑞预计,2024、2025年后随着相关政策的支持力度减弱,插混汽车竞争力将进一步降低。

将更多搭配在高端、中大型车辆上

面临种种压力,插混汽车未来将如何发展?

华西证券认为,插混汽车的产品力及成本优势将愈发重要,供给质变或将成为撬动需求的最重要因素。崔东树表示:“车辆价格是购车的重要因素之一。目前对消费者而言,在价格上对新能源汽车还有顾虑,同等性能的燃油汽车会花更少的钱,因此,未来插混汽车要发展,降本最关键。”

贾国瑞认为,插混将更多搭配在高端、中大型车辆上。“只有当车辆大型化和高端化后,插混附加的相关成本才能被消化。”

“基于插混汽车的经济性分析,包括各种补贴、收益、购置税、双积分、油耗、特殊政策等,我们将A级车的节能型版本和插混版本进行了比较,结果显示,后期节能型汽车的竞争力会更大。”贾国瑞进一步表示,从产品结构看,插混汽车属于过渡产品,考虑到后续充电基础设施不断完善,纯电动汽车出行的充电问题将会有效解决。“近两年插混汽车销量是‘先增后平’,考虑到整体的竞争力、数量增加、收益相对价值,2026年后相关企业或将逐步向纯电动汽车、节能型汽车转型发展。”



新能源车加速抢占燃油车市场

本报讯 记者卢奇秀报道:中汽协最新统计数据 displays,1-6月,新能源汽车产销双双超120万辆,分别达121.5万辆和120.6万辆,同比均增长2倍,累计销量已与2019年全年持平。

数据显示,今年以来,新能源汽车产销稳步提升,尤其是6月销量创历史新高,产销分别达24.8万辆和25.6万辆,同比增长1.3倍和1.4倍。从车型种类来看,上半年纯电动汽车销售分别完成102.2万辆和100.5万辆,同比分别增长2.3倍和2.2倍;插电式混合动力汽车销售完成20万辆,同比增长1.3倍;燃料电池汽车销售结束下降,呈一定增长。

整体来看,新能源汽车渗透率由今年初的5.4%提高至上半年的9.4%,其中6月的渗透率进一步提升至12%。中汽协副秘书长师建华指出,随着新能源汽车技术进步、续航里程提升,消费者对新能源汽车产品的接受度越来越高,新能源车已步入真正市场化阶段。他预计,2021年国内新能源汽车市场有望实现46%的增长,全年销量突破200万辆。

值得注意的是,在市场容量有限的情况下,新能源车型开始逐步抢占传统车市场。乘联会数据显示,6月份新能源汽车零售销量同比增长169.9%,而传统燃油汽车却下滑了20%,分化剧烈。

同时,新能源车产销的提升,也直接拉动了动力电池装车量暴增。中国动力电池创新发展联盟统计数据显示,今年前6个月,我国动力电池累计

装车量52.5GWh,同比累计上升200.3%,其中,三元锂电池累计装车量30.2GWh,同比上升139%;磷酸铁锂电池累计装车量22.2GWh,同比累计上升368.5%。

从近期各企业披露的信息来看,“上涨”无疑是新能源车企给出“半年考”的关键词。新能源车市依然保持微型电动汽车和高端电动汽车两端走势较强的特征。

总体来看,传统车企的新能源汽车销量仍占市场大头。上半年,比亚迪新能源汽车累计销量154579辆,同比增长154.76%;广汽埃安累计销量44800辆,同比增长128%;长安新能源汽车累计销量3.73万辆,同比增长321.4%。宏光MINI EV累计销量突破18万辆,月均销量超过3万辆,连续10个月位居我国新能源市场销量冠军。

造车新企业表现也可圈可点。其中,蔚来汽车稳居首位,上半年完成交付41956辆,较去年全年交付量的95.9%;第二名的小鹏汽车上半年累计交付量达30738辆,是去年同期的5.6倍;位居第三的理想汽车上半年累计交付量30154辆,第四和第五位分别是零跑汽车和哪吒汽车,上半年累计交付分别为21744辆、21104辆,格局相对稳定。

乘联会认为,国内自主品牌的多新能源车已步入产销两旺阶段,这不仅保障了自主品牌双积分指标平稳推进,也给自主品牌生产燃油汽车更多的油耗空间。

本田二度停产氢燃料电池车:孤例还是趋势?

■本报记者 仲蕊

本田汽车近日宣布,今年8月开始终止氢燃料电池汽车Clarity Fuel Cell生产。业内人士认为,销量不足、成本高企及技术路径选择错误等因素导致本田这一停产决定。而且,在氢燃料电池汽车产业发展过程中,技术选择失误、客观条件缺失等都会影响车辆研发、推广进程,这是正常现象。

与此同时,中汽协最新统计数据 displays,6月我国燃料电池汽车产销分别完成444辆和272辆,同比分别增长4.3倍和2.3倍。这意味着经过数月的市场低迷,我国氢燃料电池汽车产销终于迎来恢复迹象。

本田并未放弃氢燃料电池技术

从世界范围来看,氢能发源于东亚,尤其以日韩为代表。为弥补自身能源不足,日本早在上世纪七十年代就开展氢能生产、储运和利用相关技术研究,计划打造一个以氢为基础的氢能社会。基于此,日本汽车厂商丰田、本田开始投入氢能汽车的应用开发,并相继推出氢燃料电池汽车产品。2016年,本田推出第二代氢燃料电池汽车Clarity Fuel Cell车型,截至目前,累计销量为1900多辆,年均销量仅为380辆左右;2020年,Clarity的全球销量只有240辆。据报道,受新冠肺炎疫情暴发、芯片短缺等多重因素影响,本田不得不考虑缩减开支,决定停产销量不佳的小众车型,Clarity Fuel Cell因此出现在停产名单中。

值得注意的是,这并非本田第一次停产氢燃料电池汽车,本田第一代Clarity氢燃料电池车于2006年推出,但因价格昂

贵、销量低迷且加氢站较少,已于2014年停产。因此,对本田而言,停产并不意味着终止氢燃料电池技术研发。在停产消息放出后,本田相关高管对日媒强调,本田到2040年100%销售纯电动汽车或燃料电池汽车的计划不会改变。未来本田将继续氢燃料电池技术探索,并将和通用汽车合作开发新的燃料电池汽车。

氢源不足、基础不完善等影响车辆推广

受制于成本高、前期投入高、基础设施建设和氢储运不完善等因素影响,氢燃料电池汽车发展步履蹒跚。对日本而言,其资源禀赋也并不能为氢能产业提供万全的发展条件。

在氢源方面,自2011年福岛核电站事故后,核电不再作为推动燃料电池和氢能战略的初衷和前提,通过核电制出廉价氢源的想法破灭。同时,日本氢气产量并不足以支持氢能规模化发展,只能将目光投向海外,从澳大利亚进口氢气。在基础设施方面,截至2月15日,日本建成142座加氢站。国家电投中央研究院总工程师柴茂荣认为,对于追求氢燃料电池乘用车大规模应用的日本而言,目前的加氢站数量无法帮其解决氢燃料电池汽车氢气加注难题。

虽然世界范围内的氢燃料电池汽车主要集中在日韩车企,但总的来看,氢燃料电池汽车体量“微乎其微”。乘联会统计数据显示,今年1-5月,全球纯电动汽车销量在新能源乘用车总销量中的占比为68%,插混电动汽车占比为31%,而氢燃料电池汽车仅占0.4%。



智能汽车主导权是个伪命题

■王旭辉

近日,上汽集团董事长陈虹关于汽车“灵魂”与“躯体”的言论,将车企与互联网公司对汽车智能化控制的争夺摆上了桌面。的确,不论车企还是各级供应商,谁掌握的智能技术及相关约束条件越多,谁就在产品技术、零部件搭载上越有话语权,但这并不意味着“胜利”,因为新能源汽车制造并非易事,涉及上万个零部件和多个环节,缺一不可。而且,即使能造出车、实现量产,产品质量不过硬、能否卖得好、有无市场才是关键,这取决于造车、智能等环节是否融合得好、能否贴合消费者需求。因此,笔者认为,如果企业醉心于智能汽车主导权之争,难免会影响产业链融合发展的大趋势,进而影响造车质量、市场开拓。

《新能源汽车产业发展规划(2021-2035)》明确指出,新能源汽车产业生态将由零部件、整车研发生产及营销服务企业之间的“链式关系”,逐渐演变为汽车、能源、交通、信息通信等多领域多主体参与的“网状生态”,智能汽车则集中体现了对传统汽车产业链的重构,需要软件、硬件、机械工程师等密切配合。

众所周知,新能源汽车是万亿级新蓝海,吸引了包括传统车企、互联网公司等诸多领域企业竞相入局;2009年,随着新能源汽车“十城千辆”计划开展,以北汽、上汽为代表的传统主机厂开始向新能源汽车转型;2015年前后,以蔚来、小鹏、理想为首的造车新企业实现量产销售;近期则是阿里、百度等互联网公司、科技公司加快涌入,持续推高造车热潮……可以说,经过多年发展,汽车智能化、网联化跨界合作逐渐起步,但还未实现深度融合。

与传统车企相比,互联网公司拥有过在风口起飞的经验,对“风力”的感知本能持续推动此类企业下场造车。近年来,随着新能源汽车产业快速发展,汽车成为网联化、智能化通讯终端的趋势日益显现。其中,操作系统、软件方案、网关协议等是传统汽车产业链最缺失,而互联网公司优势最明显的领域。因此,华为等公司虽多次强调“不造车”,但肯定也不愿放弃上述领域的话语权。

互联网公司跨界造车的劣势在于没有汽车生产经验,暂不具备对车规级产品及零部件的整合能力,往往会受传统业务战略经验及业务布局影响,再加上需吞噬传统业务大量资金,使得其造车近乎一场“改变物种、快速迭代、赌上生死”的旅程,前途未卜。如中兴作为较早跨界造车的一员,由于缺乏对汽车行业的深耕细作,且没有将其在通讯领域的优势与汽车智能化、网联化趋势有效结合,致使其没有走出自主掌握智能汽车核心技术的路线。

可以预见的是,未来拥有全线研发和生产产品能力的公司将定义更智能的汽车产品,有望获得更多的市场份额。但智能汽车制造毕竟是一个系统工程,不是一两家车企或一个供应商能完成的,如果大家都将精力集中于掌握主导权,都“留一手”,难免会形成一个个壁垒,将影响智能汽车发展进程。因此,无论传统车企还是互联网公司,既要有擅长的领域,更要擅长与其他领域企业互利合作,才能真正走向成功。

产业前景依然明朗

资深从业者郑贤玲撰文指出,即使日本有诸多不利条件,但其最大优势是完整的产业链、持续的研发实力和严谨的科学态度,日本依然是全球燃料电池汽车产业链生产端最具竞争力的国家。丰田推出的氢燃料电池汽车Mirai二代,实现了加氢一次行驶里程超过900公里,上半年收获的订单已超万辆。

虽然我国氢燃料电池汽车在新能源汽车中的占比较小,但作为现阶段氢能的主要利用方式,氢燃料电池汽车的有序发展符合我国能源与环境发展战略。同时,氢燃料电池弥补了锂电池充电时间长、续航里程短等固有缺点。而且,经过数年发展,我国燃料电池核心材料国产化取得突破,电堆及系统成本持续下降,产品技术水平、经济性显著提升。国富氢能研发与战略总监魏蔚表示,我国对发展氢能及燃料电池产业拥有很大决心,大型能源央企、产业巨头纷纷布局氢能业务,产业前景明朗,氢燃料电池汽车产销数量将大幅攀升。

此外,柴茂荣还介绍,本田在燃料电池双极板的材料选择方面存在失误,4年前的不锈钢双极板生锈问题一直没有解决,最终导致停产。相比之下,我国燃料电池电堆也存在材料选择、技术水平有限等问题,而且,氢燃料电池汽车企业大都年轻,技术落地应用不到三年,还没有足够时间进行技术验证和问题查纠。可以预见的是,随着产业对核心部件的材料选择、氢源制备路径及储运方式持续验证,氢燃料电池汽车有望加快发展。