

六大车企承诺 2040 年前停售燃油车

考虑基础设施不完善等因素，大众、丰田、宝马、日产、Stellantis 等传统车企未签署承诺

■本报实习记者 杨梓

11月10日，在英国格拉斯哥举行的第26届联合国气候变化大会期间，比亚迪、福特、通用、捷豹路虎、奔驰、沃尔沃六大车企承诺，2040

年前将停售燃油车，届时只出售零排放的新能源汽车。与此同时，大众、丰田、宝马、日产、Stellantis 等传统车企拒绝签署该承诺。

车企气候行动力不一

在“禁燃”承诺中，车企同意到2035年或更早在“领先市场”仅销售零排放的新车和货车，到2040年在全球范围内实现所有新车和货车零排放。据了解，该承诺由包括政府、汽车制造商、车队运营商及汽车制造商在内的团体签署。

业内人士认为，车企对气候承诺的态度出现明显分歧，在过渡到零排放的道路上面临较大挑战。据了解，该承诺并不具备法律效力，未签署承诺的国家、车企主要出于对基础设施不完善的考虑。

大众首席执行官赫伯特·迪斯认为，车企转型需考虑原材料等多方面因素，就欧洲的基础设施而言，可再生能源电网等配套设施还没有建好。近日，大众遭德国绿色和平组织起诉，称大众没有为应对气候变化尽到责任。同时，该组织希望大众在2030年停止生产内燃机汽车，并将碳排放量在2018年的基础上至少减少65%，但大众拒绝了这些要求。

对于未签署该承诺的原因，丰田日前解释

称，世界上大部分地区没有为零排放汽车做好准备。丰田发言人表示：“亚洲、非洲、中东等地没有建立适合全面零排放运输的环境，取得进展需更多时间……因此，我们现阶段很难对此作出承诺。”宝马方面也表示：“支持完全转向零排放汽车的全局基础设施发展仍存在相当大的不确定性。”

相关数据显示，零排放车型占全球乘用车总销量的比例将从2020年的4%增长至2040年的70%。中国、美国和欧洲等市场的零排放车型占比将远超平均值，但在新兴经济体的市场渗透率相对有限。就消费格局而言，全球各地电动化发展不平衡。资料显示，虽然电动汽车在中国、美国、欧洲等地发展较好，但截至2020年，拥有4.2亿人口的南美洲的电动汽车保有量低于1.8万辆；非洲拥有12亿人口，电动汽车主要集中在南非，截至2020年底，保有量仅为1509辆。

此外，德国的主流观点还认为，承诺没有对包括合成燃料在内的多种碳中和技术路径进行考虑和讨论。

大多主流车企“禁燃”时间表各异

业内人士认为，该承诺略显激进，其中禁燃时间点与多数车企规划有出入。虽然大众等车企未签署该承诺，但并不意味着对电动化转型持消极态度。事实上，各主流车企早已明确禁燃、电动化转型时间，并在加速推进中。

如去年11月，日产宣布，计划到2025年后停售燃油车，将把研发与

销售方向转向纯电动与混合动力车型；今年4月，本田宣布，到2030年纯电动和燃料电池车型将占汽车总销量的40%，2035年达80%，2040年增至100%，并停产燃油车；大众方面表示，将在2033-2035年退出欧洲内燃机市场，计划最晚2050年实现全部新生产车辆碳中和，在中国市场最迟于2030年停止出售燃

油车。

此外，宝马计划到2023年为全球市场提供25款电动车型，到2030年单车二氧化碳排放量较2019年至少降低1/3；丰田也在今年10月宣布，将在2025年前停止生产传统纯燃油汽车，转而研发生产纯电动汽车、混合动力汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车……

唯一中企比亚迪承诺并借机拓展全球市场

值得注意的是，比亚迪是签署方中唯一一家中国车企。据了解，比亚迪此次共签署3份协议，以加快推进全球电动化进程和配套基础设施建设。

除前述承诺外，比亚迪还签署了《零排放中、重型车辆全球谅解备忘录》，目标是在2030年前实现零排放中、重型卡车销售占比达30%，2040年前实现零排放中、重型卡车销售占比达100%，

以实现2050年零碳排放。比亚迪签署的另外一项协议是，加快建设电动汽车充电基础设施网络，包括鼓励私人投资、向社会开放共享充电网络等。

比亚迪方面表示，截至2021年10月，比亚迪新能源车累计实现碳减排809万吨。最新统计数据表示，今年10月，比亚迪乘用车全系销售88898辆，同比增长90.9%，环比增长12.5%，其中新能

源乘用车销售80003辆，同比增长262.9%，占比亚迪汽车总销量的九成。其中，比亚迪秦PLUS DM-i、汉EV、宋DM等销量均有不错的表现，10月EV车型销售41232辆，DM车型销售38771辆。在商用车领域，比亚迪计划向全球市场交付超过5万辆纯电动大巴。

业内人士认为，3份协议将帮助比亚迪进一步拓展欧洲乃至全球市场。

热点聚焦

宁德时代加码投资新能源车企

借机掌握新能源汽车核心技术，加强产品设计研发，提高话语权

■本报实习记者 姚美娟

宁德时代日前与哪咤汽车签署战略合作协议，将参与后者D2轮融资，并在技术研发和供应链保障领域全面合作。此前，长安汽车曾发布公告称，宁德时代拟出资7.696亿元，参与长安汽车控股子公司——阿维塔科技（重庆）有限公司的融资。据了解，这是宁德时代持续加码新能源汽车投融资的一个缩影，将产生多重效应。

谋求更大话语权

除近期参股的阿维塔和即将投资的哪咤汽车外，今年宁德时代还投资了多家新能源汽车整车制造企业。

今年5月，宁德时代通过全资子公司鼎晖投资有限公司入股爱驰汽车，注入资本金308.155万元，占股0.36%；随后，宁德时代在北汽蓝谷55亿定增中获配3亿元；今年8月，宁德时代参与了吉利旗下新能源汽车品牌极氪的Pre-A轮融资。

业内人士认为，宁德时代频繁投资新能源车企，得益于其充裕的资金支撑。截至11月9日，今年宁德时代股价上涨超过60%，市值达1.54万亿元。该公司半年报显示，截至2021年6月30日，宁德时代货币资金余额为746.87亿元。

同时，宁德时代参股新能源车企有助于继续捆绑客户，实现动力电池批量出货，并在整车制造企业中谋求重要位置及更大的话语权。

“宁德时代捆绑车企能稳定出货渠道，作

为合作方，车企肯定会购买它的电池。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔指出，“同时，车企在产业链中通常是最下游的采购方，作为供应商的电池企业需满足车企的要求。此外，宁德时代投资新能源车企后能掌握汽车制造核心技术，有助于加强产品设计研发，有利于增强后续与其他车企合作时的话语权。”

支撑新技术研发

哪咤汽车方面表示：“宁德时代在保障动力电池供应的同时，还将与哪咤汽车共同研发新能源汽车创新集成技术。”在业内人士看来，所谓的“创新集成技术”或指宁德时代此前发布的CTC技术（电芯与车辆底盘一体化设计方案）。

宁德时代中国区乘用车解决方案部总裁项延火不久前透露，该公司将于2025年前后推出高度集成化的CTC电池技术。业内人士认为，电池企业想将电池与整车底盘集成在一起不容易，整车设计之初就需要参与其中。

同时，宁德时代公布的技术路线透露，有望于2028年左右升级到第五代智能化的CTC电动底盘系统，可进一步通过智能化域控制器优化动力分配和降低能耗，这不仅需整车企业配合，还要掌握一手整车相关数据。

张翔指出：“宁德时代的CTC技术需要成功案例，但由于底盘技术属于车企掌控的领域，因

此上汽、东风等大型车企不愿意向电池企业开放整车领域技术参数。相比之下，哪咤汽车等造车新企业体量较小，愿意与宁德时代合作。”

产业链融合发展进入新阶段

在业内人士看来，宁德时代多次入股新能源车企凸显了其布局造车、拓展产业链下游“朋友圈”的意图。

光大证券研报透露，新能源汽车产业链上下游融合已进入新阶段。在主流车企纷纷加快电动化转型的趋势下，传统的供应商-客户体系正被打破，新能源汽车产业链上下游融合发展将愈发深入，从订单层的绑定升级到技术层的绑定，有利于行业可持续发展。

“电池企业绑定下游车企已成行业趋势，东风、大众、丰田等车企都与主流车企频繁接触。对车企而言，电池是核心领域，成本占比高、利润高，与电池企业合资建电池厂能保证订单及产能需求，不会有断货风险。”张翔表示，“另外，电池行业利润高于造车，车企作为合资方可享受电池红利。”

另有分析认为，宁德时代与整车厂的合作已从过去单纯的电池供应商转变为新能源汽车的“共同开发者”。那么，这是否预示着宁德时代将加入“造车大军”？张翔指出：“宁德时代不会独立造车，因为这样会‘伤害’车企的利益，甚至导致车企不愿采购宁德时代的电池，同时这也是其他供应商遵守的潜规则。”

新能源汽车需要什么样的人才？

■王旭辉

近期，正加快电动化转型的大众汽车欲大幅裁员的消息引发业界热议。其实，不仅是大众汽车，通用汽车、奥迪等在燃油车时代占据统治地位的传统车企们，近年来都在为推动电动化转型而裁员，成为新能源汽车人才结构重塑的一个缩影。究其原因，燃油车是劳动密集型产业，传统车企改造部分生产线以加强新能源汽车生产，必然会涉及工种变化。同时，新能源汽车工厂自动化程度更高，也不需要那么多员工，如电池制造厂所需劳动力是燃油发动机制造商的20%。

那么，新能源汽车需要什么样的员工？从持续高涨的造车潮中可见一斑。近年来，阿里、百度等互联网企业加速涌入新能源汽车赛道，给汽车注入“大云物移智链”等新动力，意味着新能源汽车员工必须适应这些新发展要求。但这并不意味着互联网、信息通信专业的人才就可以满足新能源汽车发展的要求。新能源汽车是汽车、互联网、信息通讯等行业跨界融合的产物，所需人才也一定是复合型人才，并非单一的专业型人才。而现实情况是，汽车相关学科专业的人才培养模式与新发展理念还不完全适应；互联网、信息通讯背景人才和传统汽车行业在思维方式、研发流程、工作语言上还存在较大不同……这些都影响着新能源汽车人才重塑进度。

最新统计数据显示，今年10月，国内新能源汽车市场渗透率达16.4%，其中新能源乘用车市场渗透率达18.2%。按照一般新产品定义，市场渗透率达10%以上就意味着进入高速发展阶段。同时，新能源汽车正从电动化的1.0时代快步迈入智能网联的2.0时代，新技术、新设备、新软件、新需求等不断涌现，对人才的要求越来越高，需求量越来越大，仅指望学校培养“科班出身”，远远不够。而且，即使学校可以培养出足够的“准人才”，能否快速上手成为真人才还需市场检验。因此，车企、产业链要立足自身，主动作为，不仅要帮助燃油车员工提高转岗能力，融通电子信息等知识，也要让IT背景的人才懂得车辆系统。

市场不仅是人才的“蓄水池”，更是“磨刀石”。不论学校培养还是产业链内部互济，关键是要跟上行业发展的脚步，完善薪资、融合发展等配套措施，在市场中锤炼提升人才培养的方式方法、知识结构、实操能力，支撑我国新能源汽车抢抓完全市场化的风口。

