

# 自主新能源汽车品牌扎堆高端化

■本报实习记者 杨梓



## 热点聚焦

11月15日,由长安汽车、华为、宁德时代共同打造的高端智能电动汽车阿维塔正式亮相,定位中型纯电SUV,续航超700公里,百公里加速不到4秒;11月17日,长城汽车高端电动化品牌沙龙推出首款车型机甲龙,售价48.8万元,作为全球首款搭载4

颗激光雷达的车型,机甲龙开启预订后3.5小时,全部101台限量版便宣布售罄;11月19日,北汽极狐阿尔法S华为HI量产版首次公开亮相……近期自主品牌新能源汽车集中亮相,标志着我国自主品牌新能源汽车加速向高端化迈进。

## 自主品牌表现强势

目前国内大部分燃油车市场被合资品牌占领,自主品牌给消费者的印象多是低端,定价集中在15万-20万元。今年以来,在“芯片荒”“电池荒”的冲击下,自主品牌新能源汽车表现强劲。乘联会的最新统计数据显示,今年10月,自主品牌新能源汽车市场渗透率达36%,豪华品牌新能源汽车市场渗透率为12%,主流合资品牌新能源汽车市场渗透率仅为3.4%;在10月新能源汽车销量排行榜中,前10位有9位是自主品牌车型。

业内人士指出,电动汽车时代给了自主品牌发力中高端市场的机会。除上述近期发布的新车外,吉利极氪、东风岚图、上汽智己等品牌也定位“中高端智能电动汽车”。其中,岚图FREE售价区间为31.36万-36.36万元,岚图近日还推出新款中大型MPV岚图梦想家,预计售价约80万元;上汽智己作为上汽布局高端智能电动汽车市场的自主

品牌,将主攻40万元以上市场,首款新车智己L7预售价为40.88万元,将于2022年交付;吉利极氪001售价为28.1万-36万元……由此可见,目前主流自主品牌新能源汽车售价集中在30万元左右及以上中高端市场。

在新造车企业中,蔚来ES6售价35.8万元起,ES8售价46.8万元起,EC6售价36.8万元起;理想ONE售价33.8万元。今年前三季度,蔚来分别交付20060辆、21896辆和24439辆,理想分别交付12579辆、17575辆和25116辆。

乘联会秘书长崔东树指出:“自主品牌发力中高端市场的原因是利润较高,同时有较成功的车型,尤其是蔚来、理想等销量还不错。”同时,合资、外资车企没有推出有吸引力的新能源车型,自主品牌借机发力,价格一路走高,占据了更多市场份额。

## 中高端车市前景广阔但竞争更激烈

“今年前三季度,国内豪华纯电汽车市场同比增长600%,最高市场渗透率达15.3%,但传统豪华品牌BBA纯电占比不到1%,一增一减,机会尽显。同时,在35万元+纯电豪华品牌细分市场占比中,中国汽车品牌占比高达72%。从市场层面来看,40万元+纯电市场是中国品牌向豪华进阶的关键。”沙龙智行CEO文飞表示。

崔东树认为,和以前相比,现在的汽车消费市场更加多元化,消费者更青睐自主品牌新能源汽车。

“年轻人在新能源汽车消费者中占据很大一部分,同时年轻消费者对自主品牌更加信任。”随着消费人群重塑及消费升级带来的影响,自主品牌有望借机摆脱以往低端化的形象。

崔东树进一步指出:“未来中高端电动汽车市场会有较好的发展空间,但竞争也更加激烈。目前看来,智能电动汽车还是以特斯拉为代表,规模快速增长,定价不是很重要,因此自主品牌新能源汽车要努力进一步扩大规模。”

## 综合实力是决胜关键

据了解,热门新能源车型各具优势、特点,如在智能化方面,激光雷达、高算力芯片、智能座舱等已大批量搭载到不同车型上。

除上述自主品牌外,今年以来跨国、合资车企也加快推动高端新能源汽车上市。如上汽通用凯迪拉克豪华纯电中大型SUV LYRIQ近日开启预售,首发车型后驱长续航豪华版预售价格43.97万元,新车将于2022年中交付;奥迪推出纯电动SUV Q4e-tron和Q5e-tron两款基于MEB纯电平台打造的车型,其中Q5e-tron预售价格40万-52万元。

上汽方面曾表示,随着市场结构加速从哑铃型向纺锤形优化,中高端市场将是车企必争之地,吸引互联网科技公司等众多企业投身其中。

由此可见,中高端价格区间赛道将愈发拥挤,其中核心技术、质量、产品力、服务保障等至关重要。崔东树表示:“未来自主品牌有很大的发展潜力,车企想在此价格区间站稳脚跟,需要培育综合实力,不仅要有生产制造的基本能力,还要具备智能化等满足消费需求的能力,以及较强的自主体系组合能力。”

## 湖南首个“风光储充换”一体站在张家界投用



## 图片新闻

11月25日,湖南首个“风光储充换”一体站在张家界投用。据了解,该站位于国网湖南张家界供电公司本部,由国网湖南省电力有限公司与蔚来汽车公司共同建设,采用目前最先进的柔性智能充电技术和蔚来汽车第二代换电技术。最大单桩充电功率达180千瓦,可在半小时内将电动汽车的电量从0%充到80%,有效提升了充电效率。同时,该站可实现蔚来汽车电车的快速更换。

杜瑜/摄



## 关注

## 交通运输部: 加快构建绿色运输发展体系

本报讯 11月30日,交通运输部举行例行发布会。交通运输部新闻发言人刘鹏飞表示,交通运输是减排的重点领域,近日发布的《综合运输服务“十四五”发展规划》明确,以降碳为目标,加快构建绿色运输发展体系,主要包括:建立完善低碳转型政策体系,加快优化调整运输结构,深入开展绿色出行行动、加快创新货运组织模式,大力发展清洁化运输装备。

其中,在建立完善低碳转型政策体系方面,刘鹏飞表示,在交通运输总体方案框架下,研究运输服务领域低碳转型政策措施,完善运输服务领域能耗和碳排放监测、报告和核查体系。研究建立运输行业碳排放评估考核制度和管理绩效激励制度,推动重点运输企业碳排放核查和低碳运输企业认证,建立运输企业能效领跑者激励机制。

在大力发展清洁化运输装备方面,加快调整交通能源结构,积极推动新能源和清洁能源车辆、船舶在运输服务领域应用,加快充换电、加氢等基础设施规划布局和建设。持续打好柴油货车污染治理攻坚战。持续提升铁路电气化水平,鼓励具备条件的靠港船舶使用岸电。到2025年,城市公交、出租汽车、城市物流配送领域新能源汽车占比,分别达到72%、35%和20%。

(张旭)

## 电网与新能源车企 共推充电桩“联网通办”

本报讯 记者王旭辉报道,近日,天津、浙江、青海等多地电网企业与新能源汽车企业、经销商签署《电动汽车充电联网通办合作协议》,开展充电桩“联网通办”服务,推动解决家用充电桩建桩难、隐患大等行业共性问题。

今年以来,我国新能源汽车市场渗透率持续增长,年销量有望突破300万辆。与此同时,充电难问题却一再凸显。为此,多地电网企业主动与供区新能源汽车企业、经销商达成合作,将办电服务窗口前移,为客户提供购车、接电、装桩“一站式”交付体验,同时依托“网上国网”APP把线上报装和办电咨询等前置到购车环节,进一步促进新能源汽车发展。

据了解,以往个人车主申请充电桩用电需先到供电营业厅,填写车位使用权确认书等相关申请表,再由小区管理单位开具同意安装充电桩设施的证明材料,环节多且耗时长。相比之下,“联网通办”后,打通“网上国网”APP、车企平台、车联网平台、充电运营平台,建立了车服经理协作办电、台区经理主动服务等“帮办机制”,通过购车办电-装桩接电-充电服务-增值服务“联网通办”模式,延伸服务半径。消费者在购车过程中,可通过“网上国网”APP将充电桩报装接电信息发送至电力营销部门进行线上申报、协办,避免了往返营业厅办理相关手续,解决了购车后装桩难、充电难等问题,提升了客户体验。

## 动力电池回收正规军要扩容更要提质

■王旭辉

今年以来,为应对新能源汽车原材料价格超预期飙升的严峻形势,车企和动力电池企业纷纷买矿“解压”。同时,越来越多业界人士认为,要高度重视动力电池回收、原材料循环利用。但现实情况是,退役的动力电池仅少量进入“白名单”有资质企业,大量流入“黑作坊无资质企业”等非正规渠道,带来安全和环境隐患。

其实,早在2018年,工信部就发布了《新能源汽车动力电池回收利用管理暂行办法》,要求汽车生产企业承担动力电池回收的主体责任。而且,从2018年至今,工信部先后公布了两批共27家企业进入符合“新能源汽车废旧动力电池综合利用行业规范条件”的名单,俗称“白名单”,但却没有PK过“黑作坊”。中国汽车技术研究中心的统计数据显示,2020年我国动力电池累计退役量约20万吨,上述27家“白名单”企业对应的实际回收量只有2-3万吨。

究其原因,成本高、投入高致使“白名单”企

业开工率不高,进而影响到回收技术进步等研发;“黑作坊”只重短期利益,成本低,投入低,可用更高的价格买走动力电池。而且,部分“白名单”企业的主要业务是梯次利用,而非电池拆解,进一步影响了退役动力电池的回收利用效率。

为进一步指导我国动力电池回收企业健康发展,今年7月,国家发改委印发了《“十四五”循环经济发展规划》,提出要推动新能源汽车生产企业和废旧动力电池梯次利用企业通过自建、共建、授权等方式,建设规范化回收服务网点;培育废旧动力电池综合利用骨干企业,促进废旧动力电池循环利用产业发展。同时,工信部还公示了第三批“白名单”企业共20家,以壮大动力电池回收正规军。

当然,仅出台规划,扩容“白名单”还不够,尚有许多细节还未明确。如动力电池流动性的跟踪、管控,以及回收企业的认证、监管等,这将影响动力电池回收产业链的价值传导乃至整个产业健康发展。因此,相关部门需进一步出台细则,

引导全社会形成合力,推动动力电池低成本回收利用技术研发,提高门槛,加强监管,调动回收企业的积极性,且需在不污染环境的前提下,争取资源回收利用的最大化。届时,“黑作坊”自然会被市场淘汰。

需要强调的是,从新能源汽车全产业链的角度来看,动力电池回收利用不仅涉及企业利益,更事关电池持续降本、产业健康发展乃至交通领域碳达峰、碳中和目标的实现。

