

补贴退坡的同时,双积分、碳排放、出行限制等非补贴政策仍将发挥作用——

2022年新能源汽车会涨价吗?

■本报实习记者 杨梓

热点聚焦

中汽协的最新统计数据显示,今年11月,新能源汽车产销分别完成45.7万辆和45万辆,市场渗透率达17.8%,其中新能源乘用车市场渗透率达19.5%。1-11月,新能源汽车产销分别完成302.3万辆和299万辆,同比

均增长1.7倍。中国科学院院士欧阳明高预测,今年国内新能源汽车销量将达330万辆左右,明年将达500万辆。

新能源汽车产销量急速增长的同时,补贴也加快退坡。根据2020年4月财政部等四部委联合发布的《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》规定,2020-2022年补贴标准将分别在上一年度的基础上退坡10%、20%、30%。虽然2022年补贴退坡细则还未出台,但已有越来越多车企在为补贴进一步退坡做准备。

部分热销车型已开始涨价

11月24日,国产特斯拉Model 3和Model Y后轮驱动版车型售价上调4752元,分别从25.09万元和27.60万元上调至25.5652万元和28.0752万元。与此前原材料成本上涨导致的涨价不同,此次涨价的主要原因是补贴退坡。据了解,目前订购Model 3和Model Y的交付时间为2022年第一季度。

无独有偶,自12月13日起,小鹏汽车3款车的购车权益不同程度收缩,其中P7购车权益礼包减少5000-10000元,P5减少4000元,G3i减少5000元,且大部分车型不再享受0息或低息方案。业内人士认为,除供应链制约外,补贴退坡是小鹏收缩购车权益的重要原因。

同时,补贴退坡成为车企刺激消费的噱头。12月7日,一汽-大众官方发布的一张ID.4 CROZZ和ID.6 CROZZ宣传海报

报道:国补退坡倒计时,从2022年1月1日起,新能源国家补贴退坡5400元!

值得注意的是,面对生产线升级导致订单交付延期及补贴进一步退坡,蔚来汽车采取了“自掏腰包”的策略。蔚来方面表示,今年12月31日前支付定金购买ES8、ES6、EC6并在2022年3月31日前提车用户,仍可按照2021年国家补贴标准享受补贴,即搭载标准续航电池包(75kWh)的车型和长续航电池包(100kWh)车型仍可分别享受16200元和18000元补贴。目前蔚来交车周期约2个月,即年底前订车的用户,新车交付时间均在2022年。也就是说,2022年补贴退坡产生的差价将由蔚来自行承担。

此外,哪吒汽车销售人员也表示,只要是今年订购的车辆,即使提车时间在明年,也能享受今年的补贴政策。

变“危”为“机”才能变道超车

■王旭辉

近期,阿维塔、机甲龙等新能源高端车型扎堆亮相,这是电池荒、芯片荒冲击下,自主品牌逆势而上、加快高端化发展的集中体现。从长远看,这有助于我国新能源汽车稳步实现弯道超车。

众所周知,在燃油车时代,合资品牌在市场中占据统治地位,自主品牌给消费者的印象多是低端。随着汽车加快新能源转型,给了自主品牌发力中高端市场的机会。事实证明,自主品牌也紧紧抓住这难得的历史机遇,爆发出澎湃的创新力、生命力。据统计,今年10月,自主品牌新能源汽车市场渗透率达36%,而主流合资品牌仅为3.4%,相差十余倍,且中高端市场亮点纷呈,表明合资品牌已在新能源汽车赛道“落伍”。

究其原因,一方面,自主品牌没有

历史包袱,积极顺应转型趋势,不仅聚焦整车制造,还积极布局无人驾驶、换电站,越战越勇;另一方面,合资品牌“被动”发展新能源汽车,投入少,成本、双积分等面临较大压力。尤为重要的是,人才是发展的第一生产力,而合资品牌体制僵化,缺乏竞争力,在新能源汽车的抢人大战中处于劣势。

综合因素导致合资品牌新能源汽车产品性能一般,应对电池荒、芯片荒冲击失措,销量低迷。相比之下,自主品牌体制机制灵活,尽管销量有所下降,但通过减配交付、确保零部件供应等方式,尽可能缩短用户提车周期,降低了对品牌造成的不利影响。

值得注意的是,尽管自主品牌在新能源赛道上半场电动化的竞争中表现不错,与合资品牌拉开了一定距离,但交付量、营收、毛利率等与特斯拉相比还有不

小差距,且合资品牌毕竟积累深厚、实力强劲,新能源转型的后发潜力不可小觑。与此同时,新能源汽车行业发展不断涌现新情况:原材料大幅涨价,且部分依赖进口;“软件定义汽车时代”的关键——芯片国产化还有很长的路要走;全固态电池研发“各自为政”,已落后于日韩等国外企业……自主品牌能否在新能源赛道下半场智能网联的竞争中巩固领先优势犹未可知。

挑战与机遇并存,关键是变“危”为“机”。全国政协副主席万钢此前指出,新能源汽车将进入一个市场渗透率持续提升的阶段,更多依靠市场驱动,在这一阶段,特别要强调提升产业创新能力,构筑产业生态。这为我国自主品牌发展指明了方向——扩大规模经济效益,加快实现盈利;拓展多元合作,培育整车制造、智能化、自

主体系组合等综合能力,有效应对各种风险。

最新统计数据显示,今年我国新能源汽车销量将突破330万辆,预计明年将达500万辆,进入陡峭的增长曲线,且这是基于电池、芯片供应短缺和产能限制的预期。在此期间,自主品牌变“危”为“机”的能力越强,就越能在市场“锤炼”中成为强者。



图片新闻



福州投运超级充电站

福建福州东二环岳峰悦享“十站融合”示范站近日正式投运。

据了解,该站集换电站、充电站、光伏电站、储能站、数据中心站、5G基站、配电站、检测站、休息驿站等功能于一体,是“十站融合”示范项目,被誉为开启了“超级充电时代”。该站占地面积约5600平方米,总车位98个,其中充电车位46个。该站在充电车位上方建设光伏雨棚,总面积约680平方米,发电功率达130千瓦。此外,该站还集成了蔚来汽车的第二代换电站,换电只需4.5分钟。 刘涛/摄

“大概率不会有明显涨幅”

不同车企的市场议价能力不同,对头部车企而言,小幅涨价对预期销量影响不大;对处于爬坡阶段的车企而言,宁愿自担损失也不愿冒销量下滑的风险。政策规定,2022年新能源汽车补贴标准将在2021年的基础上退坡30%,且是新能源汽车补贴的最后一年。那么,30%的退坡力度是否会导致大批新能源汽车涨价?

“目前(新能源汽车)销售已基本进入市

场化轨道,补贴影响很小。虽然没有补贴,但双积分、碳排放、出行限制等非补贴政策仍将发挥作用。同时,随着油价上涨,燃油车与电动车相比,使用成本增大。因此,补贴退坡的影响不会太大。”欧阳明高认为。

新能源与智能网联汽车独立研究者曹广平表示,2022年新能源汽车是否迎来涨价潮取决于多种因素的博弈。“负面包括电池供应紧张、没有较成熟的新型电池路线替代、现有

锂电池原材料难以大规模回收利用、补贴退坡等,但同时,车辆销量大涨能分摊一部分电池成本,且新能源车积分价格上涨、车企压低其他零部件成本、车企在售后或OTA(空中下载)升级上变相提高利润等也能消化部分提价因素。”

此外,乘联会秘书长崔东树也明确表示,2022年新能源汽车售价“大概率不会出现明显涨幅。”

车企将迎来新一轮考验

长陈清泰指出,虽然非补贴性支持还有,但对市场而言,明年是一个“坎儿”,车企将迎来新一轮考验。

“补贴退出后,相关的技术细则如电池能量密度、百公里电耗等不再要求,甚至换电补贴也取消的话,符合用户需要的高性价比车型将发展得更好,头部聚集态势也更易形成。”曹广平表示。



资讯

前11月新能源汽车产销均突破300万辆

本报讯 记者卢奇秀报道:中汽协日前发布的最新统计数据显示,11月,新能源汽车产销量创新高,分别达45.7万辆和45万辆,环比增长15.1%和17.3%,同比增长1.3倍和1.2倍。1-11月,新能源汽车产销分别达302.3万辆和299万辆,同比均增长1.7倍。

从具体车型来看,1-11月,纯电动汽车产销分别完成250.4万辆和246.6万辆,同比分别增长1.8倍和1.7倍;插电式混合动力汽车产销分别完成51.7万辆和52.2万辆,同比分别增长1.3倍和1.4倍;燃料电池汽车产销均完成0.1万辆,同比分别增长23%和16%。

从市场渗透率来看,11月,新能源汽车市场渗透率达17.8%,其中新能源乘用车市场渗透率接近20%。这说明消费者对新能源汽车的接受度越来越高,市场逐渐由政策驱动转向市场拉动。

新能源汽车产销的快速增长直接带动动力电池发展。中国汽车动力电池产业创新联盟的统计数据显示,11月,我国动力电池产量28.2GWh,同比增长121.8%,环比增长12.4%。其中,三元电池产量10.4GWh,占总产量的36.8%,同比增长42.6%,环比增长12.9%;磷酸铁锂电池产量17.8GWh,占总产量的63.0%,同比增长229.2%,环比增长12%。

据统计,今年1-11月,我国动力电池累计产量188.1GWh,同比累计增长175.5%。其中,三元电池累计产量82.4GWh,占总产量的43.8%,同比累计增长106.1%;磷酸铁锂电池累计产量105.3GWh,占总产量的56%,同比累计增长275.7%。值得一提的是,今年前11月,磷酸铁锂电池累计装车量64.8GWh,占总装车量的50.5%,首次超过三元电池63.3GWh的累计装车量。

充换电基础设施方面,11月,公共充电桩新增3万个。1-11月,充电基础设施增量为70.4万个;公共充电基础设施增量同比上涨59.1%;随车配建充电设施增量同比上涨198.1%。截至11月,全国充电基础设施累计数量为238.5万个,同比增加55%。