

新能源汽车下乡越来越“香”

■本报实习记者 林永静

热点聚焦

近期,今年的新能源汽车下乡活动被相关部门多次提及。2月17日,中汽协网站发布《2022年度新能源汽车下乡车型申报通知》,公布了申报车型的具体要求,截止日期为3月10日。这标志着今年的新能源汽车下乡活动拉开帷幕,这将是该活动开展的第3年。

业内人士认为,2020年、2021年的新能源汽车下乡活动均取得不俗的成绩,同时2021年新能源汽车表现亮眼,为今年下乡开拓市场打下了良好的基础。

降低用车成本、避免里程焦虑

在城市动不动就担心趴窝的“电动爹”到了基础设施条件更不完善、道路情况更恶劣的乡村竟成了“香饽饽”。2020年,中国电动汽车百人会发布的《中国农村地区电动汽车出行研究2.0》曾指出,与城市相比,乡村环境更适合电动汽车使用。

中汽协的统计数据显示,2021年新能源汽车下乡销售106.8万辆,同比增长169.2%,高于新能源汽车市场整体增速

约10%,贡献率近30%。“这说明农村地区对新能源汽车的需求旺盛,新能源汽车可以满足农村的环境要求。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔表示,一方面,农村居民收入较低,新能源汽车的用车成本比燃油车的加油费用低得多,可降低农村居民的用车成本;另一方面,农村居民活动范围普遍不大,避免了电动汽车的里程焦虑。

事实证明,新能源汽车下乡未出现水土不服的情况,主要因为车企聚焦农村地区的特殊需求,推出了更多适合乡村使用的车型。上汽通用五菱汽车股份有限公司相关负责人表示:“在渠道下沉过程中,我们推出了以宏光MINI EV、五菱Nano EV、KIWI EV为代表的高质量新能源产品,售价最高不超过10万元,最低仅3万元。”

数据显示,2021年五菱GSEV(全球小型纯电动汽车架构)销量达452238辆,同比

更多车企入场拓宽下乡路

增长160%,累计销量超过75万辆。截至目前,宏光MINI EV累计销量突破58万辆;KIWI EV累计销量达11163辆,累计订单量突破21166辆。

据了解,上汽通用五菱旗下新能源产品均可使用220V家用接地三插充电,与当前三四线城市及县乡村市场的充电环境十分契合。同时,该公司销售服务网点达2800家,覆盖98%的地级市、79%的县级市,培养了超过1万名新能源汽车维修人才,可实现

7×24小时在线服务,且能随时响应,这为上汽通用五菱旗下新能源汽车下乡提供了良好的售后服务。

张翔介绍:“农村地区丰富的土地资源可为电动汽车充电提供便利,农村居民几乎家家都有院子,配合家用220V充电技术,连充电桩都不需要安装。”此外,业内人士还表示,以“蔚小理”为代表的新造车企业正加快下沉市场,在更多车企下场参与的情况下,新能源汽车的下乡路正越走越宽。

鲁、苏、川等地将走在前列

海南海口、四川成都和云南昆明)、2021年8地(江苏溧阳、山东青岛、重庆、江苏南京、湖北十堰、广西柳州、海南海口和四川宜宾)的活动经验,今年新能源汽车下乡活动的影响力将进一步扩大,乡村的新能源汽车市场也将因此提速发展。“山东、江苏、四川等地乡村的新能源汽车发展较好,因为这些地方的三轮电动车、老年代步车较多,已有一定基础。”张翔认为,当地消费者已经熟悉电力交通工具,交通部门

也有了管理经验,因此会走在前列。

据统计,目前每月新能源汽车销量占汽车总销量的比重已超过20%。张翔预测,到2025年,新能源汽车销量占汽车总销量的比重将超过30%,到2030年将超过50%。“新能源汽车的市场占有率越高,农村居民买车就越青睐新能源汽车,等到乡村可选择的新能源车型越来越多,购买和使用成本越来越低时,新能源汽车自然将成为乡村的主要交通工具。”

新能源汽车高速增长势头不减



关注

本报讯 记者卢奇秀报道:中汽协日前发布的月度产销数据显示,1月,我国新能源汽车产销分别完成45.2万辆和43.1万辆,同比增长1.3倍和1.4倍。其中,纯电动汽车产销分别完成36.7万辆和34.6万辆,同比均增长1.2倍;插电式混合动力汽车产销均完成8.5万辆,同比均增长2倍;燃料电池汽车产销分别完成142辆和192辆,同比分别增长3.9倍和2倍。

作为传统淡季,且在芯片短缺、车企集中促销提前透支市场等因素影响下,1月新能源汽车产销仍延续去年以来的高速增长态势并不容易。业内人士认为,主要得益于以下原因:新能源汽车发展深入人心,行业由政策拉动进入市场驱动的新阶段;传统车企加大转型力度,不断完善新能源汽车产品矩阵,叠加新造车企业上量,消费者有了更大的选择空间;随着充电电配套设施不断完善,新能源汽车上路更加便利。

据统计,1月新能源汽车的市场渗透率达17%,其中乘用车的市场渗透率达19.2%,继续高于去年

全年水平。根据《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》,到2025年,我国新能源新车销量要达到汽车新车销售总量的20%左右。业内普遍认为,参照去年以来新能源汽车市场渗透率的上行走势,该目标最快将在今年实现。

与此同时,中汽协提醒,一季度汽车市场将受正反两方面影响。一方面,随着各地政府积极出台稳增长政策,市场需求相对稳定;另一方面,芯片短缺问题依然存在,国内新冠肺炎疫情尚未消除增加了产业链、供应链风险。

据了解,近两年,动力电池原材料锂、镍、钴等基础资源价格剧烈上涨,车企面临巨大的成本压力,叠加2022年新能源汽车补贴退坡30%的影响,从去年底开始,特斯拉、零跑、哪吒等近20家车企宣布旗下新能源车涨价,涨幅在数千元至万元不等。

乘联会认为,整体来看,新能源汽车价格不会出现大幅上涨,基于行业规模效益,头部企业单车成本将不断下降,车企有能力化解压力。如特斯拉公布的财报显示,其单车毛利率处于30%的高位,有较强的抗成本风险能力。对于电池成本压力,可通过提升电池性能、实现供应商多元化,以及将供应商纳入企业内部交易环节等措施予以缓解。

多家机构预测,2022年,我国新能源汽车市场

将继续保持良好的发展态势,其中乘用车销量有望达到550万辆,实现70%的高速增长。

基于对市场前景的看好,各大车企近期陆续发布了颇具雄心的年度销量目标。其中,特斯拉CEO马斯克定下了“年销150万辆,增长50%”的目标。此前在特斯拉内部电话财报会议上,马斯克透露:“今年特斯拉不会推出新车型,主要任务仍是扩大产能。”

自主品牌已占据先发优势,进一步丰富产品矩阵将是今年的主旋律。其中,比亚迪插电混车型将完成乘用车市场全覆盖,新能源汽车销量冲击120万辆;长安新能源日前宣布完成B轮融资,今年计划完成21万辆销量目标,将陆续推出5款全新纯电动车型。

同时,新造车企业年销量预计可突破60万辆。其中,去年蔚来没有新产品交付,全年销量增幅小于理想和小鹏,而今年将是该公司的产品大年,ET7、ET5两款新车将在上半年交付,其年度销量目标是15万辆-20万辆;理想将基于新增增程式电动平台推出X01,对标奔驰GLS,期望实现20万辆年销量;小鹏计划推出全新SUV车型G9,预期年销量将突破25万辆。

整体来看,1月的良好开局为新能源汽车全面发展“开了好头”,从市场各方预期来看,行业高速增长势头不可挡。

动力电池产业格局持续变化将是常态

■王旭辉

在产品战、技术战、宣传战、专利战的激烈竞争中,市场占有率此消彼长,二线企业纷纷谋求上市……在新能源汽车高速发展、原材料价格上涨、技术加快创新、产业链重构等因素的综合影响下,动力电池市场化竞争全面升级。

2021年我国新能源汽车产销量均较2020年增长近1.6倍,一度导致动力电池供应压力大增,引发电池企业扩产潮。同时,随着多家电池、原材料企业迫于成本压力涨价,以及废旧电池难以回收利用,2022年新能源汽车产销量将进一步增长等因素影响,动力电池产业格局正持续变化。

面对日益激烈的市场竞争,头部企业加快扩产、向上游布局、海外“采矿”,意味着更大的成本支出,为维持其行业地位、稳固产业链,势必更注重核心专利保护和新技术研发。中小企业则寻求快速入场,加快技术创新、开展差异化竞争,并积极谋求上市,以获得强有力的资金支持。在这种情况下,新老电池企业“碰撞”不可避免。

从市场研究机构SNE Research发布的全球动力电池装机量排行榜来看,目前动力电池产业集中度较高,其中位居榜首的宁德时代依然占据较大的市场份额。然而,对新能源汽车企业而言,为保障供应链安全、提高议价能力,不得不培养二供、三供等多个电池供应商,以免被某一家电池企业“绑架”。如不少车企或布局电池制造,或与电池供应商成立合资公司,这意味二线、中小电池企业仍有发展空间。

从整个行业发展趋势来看,目前动力电池高端产能不足、低端产能过剩的问题依然存在,结构仍有优化空间。从动力电池技术路线来看,受充电桩布局完善、电池原材料成本上涨等因素影响,不少新能源汽车纷纷转向磷酸铁锂电池,由此推动了磷酸铁锂电池市场回暖,冲击三元锂电池的主导地位。此外,为降低成本、减少对锂等原材料的依赖,电池企业、车企纷纷加快研发钠电池、固态电池、无钴电池等新一代电池……行业进入剧烈变化的新阶段。

新能源汽车现已进入陡峭增长的新阶段,将对动力电池产能、技术等提出更高要求。对此,电池企业各出奇招,无论是谋求上市、扩产还是研发新技术,谋变、创新将是电池企业生存的法则,也将成为行业的常态。只有在变化中才能实现行业的技术进步和高质量发展。

新车评



福建加快推进充电桩镇镇通



图片新闻

2月17日,福建省永泰县赤锡乡政府停车场电动汽车充电桩投运,标志着今年福建推进充电设施建设镇镇通工程“首战告捷”。

据了解,随着乡村振兴战略实施,电动汽车在乡镇的普及率也逐步提升。为保障广大车主绿色出行需求,福建全力推进乡镇充电桩全覆盖。图为电动汽车车主在扫码充电。许琳琳/摄