

燃料电池汽车示范推广效应显现

■本报记者 仲蕊

“燃料电池汽车示范城市群政策实施一年多来，助推燃料电池汽车产销规模快速增长。示范机制的不断优化也为企业带来便利，进一步推动了示范政策的顺利实施。”在近日召开的2023国际氢能及燃料电池汽车大会上，与会专家指出，燃料电池汽车示范城市群政策的实施加快了燃料电池汽车产业发展，示范推广效应也已初步显现，但与此同时，用氢问题凸显也提醒行业加快氢能供应体系建设，实现氢源高品质、低成本、可持续利用。

■ 助推产销增长

2023年是国家燃料电池汽车示范运营第一年考核期与第二年规划期的关键时刻，经过各示范城市群一年的运营，补贴资金、系统成本、氢源及运营成本等问题已基本展现，从政策到技术再到市场等层面均已趋成熟。

与会专家指出，在燃料电池汽车示范政策的实践过程中，各地政府与燃料电池上下游企业信心得到进一步提振，产业发展方向愈发明朗。

“燃料电池汽车示范城市是产业发展的一个重要转折点。在交通先行引领下，燃料电池汽车将成为氢能应用的重要领域和突破口。”中国汽车技术研究中心有限公司副总经理吴志新指出，通过前期示范和燃料电池汽车示范城市群实践，产业取得长足进步。所有示范城市群加氢站建设总计超过100座，燃料电池汽车规模达6000辆，各个城市都发布了燃料电池汽车相应支持政策，产业链上下游涉及企业达400多家。

产销规模增长同时，燃料电池汽车在补贴助力下整车成本已具备一定竞争力。以公司旗下的上海捷氢科技股份有限公司为例，上海汽车集团股份有限公司副总裁祖似杰表示，据测算，传统燃油冷链物流车售价约为15万元，现阶段纯电动冷链物流车售价约为26.5万元，燃料电池冷链物流车售价约为65万元。在国家及地方针对燃料电池物流车的补贴政策下，燃料电池物流车初始购置费用已低于纯电动物流车；从燃料费用来看，现阶段燃料电池冷链物流车的能耗价格虽然仍然高于纯电动车型，但已低于传统燃油车型。另外，49吨燃料电池重卡售价约为

140万元，国家及地方对于燃料电池重卡的补贴政策下，其初始购置费用已低于纯电动重卡及传统燃油重卡。

■ 示范机制持续创新优化

在燃料电池汽车示范政策推进过程中，相关示范城市吐故纳新，在示范机制、技术创新、车辆应用等方面迎来显著提升。

以上海为例，祖似杰指出，上海城市群示范运营的保障机制不断创新和优化，在示范过程中协助企业解决实际问题，打通难点、堵点、新能源额度协调等相关问题，为示范应用顺利进行提供了有力保障。今年4月，上海市发布《上海市燃料电池汽车示范应用专项资金实施细则》，明确燃料电池汽车示范应用领域和申报流程，鼓励燃料电池技术开展技术创新和应用，进一步推动了示范政策顺利实施。

与此同时，每个示范城市群都涵盖跨越地区、具有不同产业基础的城市，为燃料电池汽车提供了多元化应用场景。祖似杰表示，如上海城市群推广燃料电池汽车可提供城市物流配送服务，也可在鄂尔多斯开展煤矿、短道运输等示范应用。

此外，燃料电池汽车关键技术的创新水平显著提升。“近两年，各个示范城市群在技术创新、车辆推广、基础设施建设方面都取得了许多突破，从技术角度来讲，自主创新力在不断提升，掌握了燃料电池电堆等核心技术，催化剂这些技术也在突破过程中。”吴志新表示。

祖似杰提出，示范城市群政策实施一年多来，国内企业加大燃料电池核心技术布局，产业链布局基本完成，整个产业的制造能力和水平明显提升。

■ 完整供氢体系仍需建设

值得关注的是，氢能供应体系建设是产业发展的



图为装载捷氢科技燃料电池的49吨重卡。 捷氢科技/图

重要支撑。吴志新指出，目前，5大示范城市群形成的加氢能力每年约为15万吨左右，基本满足在本城区运行的氢能车辆需求，氢的成本和以前相比也逐渐下降，但价格还处于高位，如果没有示范补贴，每公斤氢气价格大概在55元-60元。同时，由于当前氢气供应体系仍不完善，示范城市群以外的城市都面临不同程度的加氢困难。

祖似杰表示，希望“十四五”期间，可实现供氢网络和工业、电力、建筑、交通等行业融合，建立完整的输氢体系，保障氢源高品质、低成本、可持续地使用。此外，为进一步拓展燃料电池汽车规模，应积极拓展燃料电池多元化应用，通过示范应用找到真正适合燃料电池汽车规模化应用的场景，促进整个产业链成本下降和技术水平提升。

“应聚焦可实现商业化的场景，特别是车和站的协同发展，形成商业应用闭环，不断提升应用规模。加强国内外合作，推动燃料电池产业由点及面发展，尤其是跨区域的示范性应用。另外，要着眼全球市场，全面融入全球燃料电池汽车产业链。”祖似杰认为，在全球范围内，燃料电池汽车产业还处于初期阶段，面临相似的成本、技术挑战，需要抱团取暖，实现合作共赢。

新能源汽车「半年考」交卷

■本报记者 姚美娟

近日，比亚迪、广汽埃安、理想、蔚来等多家新能源汽车品牌陆续披露6月销售情况。与上月相比，6月新能源汽车市场可谓精彩纷呈，综合各企业销量数据来看，6月新能源汽车企业已经全面走出此前的销售低谷期，多数品牌以销量全面回升的姿态交出上半年答卷。

■ 6月销量创历史新高

作为国内新能源汽车市场的“头号玩家”，比亚迪6月销量达253046辆，其中，乘用车销售251685辆，同比增长88.2%；上半年，比亚迪乘用车累计销量达到1248161辆。比亚迪董事长王传福曾表示，比亚迪今年销量目标为300万辆起步，争取翻倍增长到360万辆。目前来看，比亚迪上半年已完成全年目标的四成。

广汽埃安、长城汽车6月新能源车销售表现也十分抢眼，6月单月销量分别达到45013辆、26643辆，同比分别增长86.7%、110.1%。

造车新势力方面，蔚来、理想、哪吒、零跑、极氪6月销量均突破万辆，其中，理想一枝独秀，以32575辆的交付成绩领跑，同比增长150.1%。

乘联会公开表示，2023年，新能源汽车市场呈现逐月走高的特征，随着第二季度大量有竞争力的新品推出，价格促销力度不断加大，消费者购买热情逐步释放，各厂商和经销商为冲击半年目标，积极开展各种促销活动，地方性补贴叠加企业半年度冲量双重优惠，支撑终端零售环比持续升温。“6月，全国新能源乘用车市场保持强势增长，整体车市延续5月的强势走势，销量达到历史最高水平。”

据乘联会预测，6月，新能源乘用车厂商批发销量将达74万辆，环比增长10%，同比增长30%；预计1-6月全国乘用车厂商新能源车批发量将达353万辆，同比增长44%。

■ 新势力车企应战下半场

6月销量普涨，可谓新能源车市的又一次狂欢。不过，在一片繁荣背后，品牌之间的竞争也持续升温。

造车新势力方面，理想汽车无疑是今年最大的黑马。开年以来，理想保持强势增长态势，稳坐新势力交付量头把交椅，且上半年交付量已超去年全年。

“汽车竞争归根结底还是产品竞争，理想在捕捉用户心理方面能力很强。”中欧协会智能网联汽车分会秘书长林示表示，“理想在用户场景设计方面是创新者，具备一定优势。但随着市面上竞争车型不断出现，以及很多后来者的模仿，也给我们带来一定压力。”

相比之下，今年上半年，曾与理想合称“蔚小理”的小鹏和蔚来掉队明显。不过，值得注意的是，在经历连续3个月销量环比下滑后，蔚来6月销量重新过万，打响下半年“反攻”第一枪。“5月底蔚来ES6新车上市，提振了销量。再叠加蔚来近期变相降价，以及换电这种新兴模式，让消费者首次购车成本大大降低，一定程度上推动其整体销量上浮。”林示说。

针对下半年交付计划，蔚来创始人李斌表示：“随着包括全新ES6在内的多款新车型产能爬坡，我们对交付量持续增长充满信心。下半年平均月销超过2万台是我们的目标。”

另外，虽然小鹏已连续5个月实现销量正增长，但仍未突破万辆。在业内人士看来，6月底上市的小鹏G6有望成为小鹏的翻身之作。小鹏汽车董事长何小鹏表示，有信心在两个月内将小鹏G6卖到25万元级SUV的销量冠军。

“我认为，下半年小鹏销量可能会有一个爆发。”林示说，“如果G6能够成为25万元级别销量冠军，月销量应该在1万辆以上，以此计算，下半年这一车型能有约6万辆销量。再加上其他几款新车型，如果按每月平均2万辆来算，下半年小鹏的销量大概会在12万辆左右，整体还是不错的。”

■ 深耕产品核心竞争力

行业竞争加剧之下，各家品牌不断寻找新的增长思路。回顾上半年，新能源车市最具影响力、波及范围最广的关键词，毫无疑问是“价格战”。

在业内人士看来，一味比拼降价对车企来说并不是长久之计。激烈竞争下，除了拼价格，如何在市场站稳脚跟、路越走越宽，是各家车企首先要解决的问题。

林示指出，“拼价格向来是没有最低、只有更低，所以拼价格并不是一件好事。车企想进一步提振销量，关键在于产品核心竞争力，在自动驾驶、智能座舱等方面有没有让人眼前一亮的技术，这才是吸引消费者购车的关键。”

一位从业人士表示：“当前，新能源汽车市场剧烈变动，不少企业的亏损还可能进一步扩大。不过，激烈的竞争也会倒逼整个新能源汽车行业技术进步，使产品升级进一步加快。应该把竞争转化成激励整个行业进步的动力，形成良性循环。车企若想进一步提升竞争能力，关键在于产品力提升。进一步对产品进行改良，并拓宽销售渠道，实现有效增量。”

据乘联会预测，2023年，我国新能源乘用车销量将达850万辆，狭义乘用车销量为2350万辆，年度新能源车渗透率有望达到36%。

中国造新能源客车在哈萨克斯坦交付使用

图片新闻



当地时间7月4日，哈萨克斯坦首都阿斯塔纳，来自中国的宇通客车批量交付仪式在当地独立广场举行。据了解，本次交付车辆共计224辆。当日在仪式现场交付的50辆客车中，20辆为新能源客车。 视觉中国

“新四化”倒逼新能源汽车供应链转型升级

■本报记者 杨梓

随着“新四化”(电动化、智能化、网联化、共享化)浪潮对汽车产业链提出新要求，进一步提高供应链韧性和安全可控水平，已成为当前智能新能源汽车产业发展的关键。在近日召开的2023国际新能源智能网联汽车创新生态大会上，与会人士一致认为，新时期，汽车供应链已经从简单的买卖关系上升到协同共享关系，如何做好整零协同，进一步破解新能源汽车供应链共性问题需要全产业链共同努力。

◆ 产业在变革

智能电动汽车的核心是电动化和智能化，在车企纷纷加速电动化转型时，所用零部件也必须完成转型才能支撑整个行业发展。“汽车产业链由链式向环式生态发展越来越明显，行业更需要合作而不是单纯的供应模式。”无锡威孚高科技集团股份有限公司总工程师李刚表示。

广汽研究院产品及成本策略部部长王或举例，广汽自主品牌早期偏向于单一的供需链式合作形式，即零部件供应商提供独立零部件产品与整车企业进行集成开发验证，二者有明确分工界限；但随着“新四化”浪潮兴起，要求用户整车研发、零部件研发、服务研发实现三位一体迅速应对，传统的链式产业链已难以适应灵活的服务需求，进而产生了网状互联结构的深度合作。“新四化”不仅推动产品技术升级，更在深层次上重塑零整合作业务形态。这种新业态有深刻的互联网思维基因，使整车价值链分配发生颠覆性变化。整车企业与供应商长期合作，互惠共赢，而整零价值分配的界限也正在逐渐模糊。”

“‘新四化’浪潮使汽车产业链迎来全新参与者，区别于传统以硬件开发生产供应为主的产业链，软件的加入带来软硬件模块加速融合，深度影响整车开发、验证、销售和售后服务环节。”王或认为，这种变局不仅推动产品技术升级，更在深层次重塑合作业务形态，电子电器架构、网联生态试驾等成为技术竞争力的关键所在。

◆ 风险在提升

近年来，我国新能源汽车产业已高度嵌入全球产业链、供应链中，但随着汽车行业核心技术的变革，全球汽车供应体系也在重塑，部分产业链、供应链出现停顿紊乱的风险浮出水面。

“汽车供应链长，涉及面广，不仅仅是传统硬件，还包括软件、智能网联功能等，这些都是未来供应的要素。”东风商用车有限公司采购部部长林玉超坦言，目前，一些进口零部件，特别是长周期零部件的短缺对汽车供应链的冲击非常大。同时，在激烈市场竞争下，主机厂必须开发可靠、有竞争力的替代品，而一旦开发替代品原来老供应商就面临风险。

与会人士指出，随着智能新能源汽车的兴起，车企对于芯片的需求大幅增长，但由于芯片行业自身周期性问题，会造成芯片结构性短缺。

“目前，国内汽车产业链多集中在中低度技术密集型产业，在高端芯片、域控制器以及工业软件、高效数控设备等领域少有涉及。由于产品的附加值相对较低，导致国内供应商在整个利益分配中实际上处于下风。即便是出口整车，国内的产业链也未必能够充分

分享到利益，大部分利润、利益份额被高附加值的上游企业获取。”王或表示，要实现中国汽车产业链的重构，关键技术转型升级是关键。

◆ 数字化在兴起

与会人士认为，在当前新能源汽车供应链重塑的背景下，全面提升汽车供应链韧性和敏捷度已成为当前行业需要解决的重要问题。中国汽车工程学会名誉理事长付于武指出：“在‘新四化’战略转型的关键期，必须要全面掌握产业核心技术，把握好弯道超车的窗口期，推动分工明确、合作紧密的跨行业、多主体协同创新。”

王或认为，“新四化”浪潮和内循环市场给予自主创新广阔空间，抓住发展机遇，攻破技术瓶颈，自主创新技术的产业化将使中国汽车重新获得产业自主权。要加速产业链摆脱低附加值，带来自主创新、协同创新、融合创新齐头并进的新局面，实现中国汽车产业链向价值高端不断攀升。

不少与会人士认为，数字化能力提升可以有效赋能供应链，打造安全有韧性的汽车供应链。“数字化就等同于未来我们交流的语言。”中国汽车工程学会副秘书长闫建来指出，数字化不仅仅是供应链的需求，更是基于材料端、装备制造端、产品端以及最后的服务端，全生产要素下的全部数字化。

“未来基于数据共享的零整年产销一体化的产业数字化管理工具，涵盖开发进度管理、订单管理、库存管理，将进一步降低汽车全产业链的管理成本，提升管理效率。”王或表示。