

# 春节回家路上的烦恼：新能源汽车排队充电难

本报记者 高沛通 赵毅 广州报道

“服务区不要说充电，连进入都成为了困难。如果新能源车主执意要在这里（常州芳茂山服务区，往上海方向）排队等候充电的话，估计等候时间可能会超过三个小时……”2月7日，在春运返程的高峰期，电动汽车的深度用户曹杨正在社交论坛上，忙着向其他用户分享开电动车长途出行的经验。

花相对燃油车主更多的精力规划路线、规避充电排队，刘明

## “两套补能体系”

“即便电动车充电速度在不断迭代提升，纯电动车相对较慢的补能速度，仍给用户带来势必承担的时间成本。”

“你要天天跑长途，不用3个月抑郁症都出来了。”驾驶纯电动汽车的刘明在规划路线进行长途出行的时候，曾被朋友调侃，开纯电动车规划路线、找桩要额外耗费精力。

长途出行场景是纯电动汽车使用上的短板，那目前有解决的方案吗？作为充电运营商负责人，刘明认为制约部分偏远城市、高速场景等大规模建桩的原因仍是充电需求较低问题。在这样的情况下，刘明认为在大中城市建设的充电站尚在亏损、行业的商业模式未跑通的背景下，到新能源汽车渗透率更低的城市、使用率更低的场景投资建桩去承受更大的亏损，是不划算的。

李康在沟通中表示，高速上的充电桩虽然节假日被曝出充电排队，但平时使用率低，整体亏损情况要更严重一些。对于上述充电排队现象，长期关注充电桩发展的《电动汽车观察家》联合创始人黄山称，“其实是暂时性的供需失衡和时空错位。”

不过，充电桩在下沉城市、偏远城市、部分高速场景的不均衡布局，确实是一部分首次购车的消费者购买电动车的“拦路虎”。小鹏汽车超充负责人告诉记者，适度超前的充电基础设施建设，特别是边远地区、不发达地区的配套建设，对推动新能源行业的持续快速健康发展十分有利，局

（化名）在从湖北老家到广州之间进行折返时同样如此，不同的是，刘明的身份还是广州一家地方性充电桩运营商负责人。但与新能源汽车的火热和上述充电排队情况较为割裂的是，日前在陪《中国经营报》记者走访其公司旗下的充电站时，他正在为公司盈利发愁，“充电桩的供应大于车的需求”，他判断2022年很多中小型充电桩运营商将被洗牌出局。

从大数据上看，就在2021年国内新能源汽车进入增长拐点背后，根据中国电动汽车充电基础设施

部资源比较紧张的区域充电桩的增长赶不上新能源汽车的增长，会造成供不应求的情况，同时反向又制约了新能源汽车在这些区域的发展。

他以小鹏汽车为例，2021年公司超充网络加速布局，截至目前实现了行业内首个覆盖全国全部333个地级市及4个直辖市的充电网络，打通京港澳和京沪高速出行超充线路。不过他同时表示，作为基础配套设施，“国家队”将在其中发挥更重要的作用，小鹏汽车作为车企则会贡献力量。

将目光拉回到城市场景中，就当前电动车型的用车习惯来说，在与记者沟通时，拥有约10年燃油车驾驶经历、3年纯电动车驾驶经历，并长期以“大包子狸”网名在各大论坛记录新能源出行体验的曹杨表示，根据其观察，当下用户其实还是以市内出行为主。

值得注意的是，曹杨认为电动汽车与燃油车是两套不同的补能体系，并不能过于简单粗暴地对比，而是在尊重各自特征的基础上寻找解决方案。

具体来看，曹杨认为相对于加油这种集中式、快速式的补能，所需时间较长的充电是分散式补能，比如除了私人充电桩，它还有大量商场等区域的公共充电桩。虽然发展过渡阶段充电势必需要较长的时间，

施促进联盟（以下简称“充电联盟”）统计的信息，2021年国内公共充电设施增速却没有同样亮眼，新增桩车比（此处仅指公共充电桩）迅速下跌。充电联盟综合部主任李康向记者表示，“行业确实存在整体供大于求、不盈利的现状。”

一边是每逢假期便引发关注的充电排队，并时常在舆论发酵时引发围观者对于电动车的质疑，一边则是行业整体的供大于求、不盈利下的建桩热情下滑，这无疑形成了充电桩市场饶有意味的一幕。

但一部分用户可通过生活习惯的调整去寻求日常充电补能的最优解。

曹杨进一步称，适应了加油的补能方式之后，过渡到充电补能需要一个过程。他以长途出行为例，很多新能源车主不愿意下高速充电，而执着于在高速上等待充电，认为后一种方式更快，但由于充电补能比加油慢，有分散式补能的特点，下高速充电很多时候是更优的方式。

广东华能高科新能源发展有限公司总经理谭锋前认为，加油与充电其实是两套补能体系，各有自身特征需要用户适应。他进一步表示，即便电动车充电速度在不断迭代提升，纯电动车相对较慢的补能速度，仍给用户带来势必承担的时间成本。对于2021年国内车企兴起推出超大功率充电车型的浪潮，有的甚至欲将充电时长控制在10~15分钟左右，他表示从运营商的角度看，目前更多是探索阶段。

刘明认为，电动车快充的充电时间控制在30~60分钟充满为宜，目前市场运行的很多车型在1.5个小时左右，时间进一步增长会影响用户体验。黄山表示，配置超大功率充电桩进行快速充电，意味着电网负荷急剧加大，而当下固定区域的电网条件，能建多少大功率充电桩是有上限的。



春节前后，记者走访广州区域内约10家不同品牌的充电站。

高沛通/摄影

## 供应过剩下的盈利难题

在行业老玩家陷入盈利困境之时，业内亦在涌入新玩家。

在黄山看来，充电桩的盈利困境，是行业整体供应过剩下内部竞争加剧的结果。

在与记者沟通中，刘明介绍称任职公司旗下在广州有40个充电站，约1500支充电枪。据其介绍，充电桩行业发展此前经历了泡沫期，伴随2017年前后新能源网约车上量，行业内的盈利情况一度是较好的，但作为低门槛行业的充电桩行业后续涌入了大量的外来投资者，无序的价格战之下行业内盈利越来越难。

谭锋前的说法与刘明类似。谭锋前任职的公司旗下拥有6个充电站，在不计算充电设备折旧的情况下基本能维持营收平衡，公司在2021年已经做了规划，暂时停止扩张新建充电站。在建设成本方面，根据刘明、谭锋前介绍的数据，若均摊停车位、人工、设备折旧等成本，在广州每个充电枪的投资成本大概在9万元左右，而当前的盈利回收方式基本仅有服务费一项，电费交给了供电方，盈利方式单一。

“投资都是以万元计的，但是收益是按毛算的。”黄山将这种现

状进行了概括。

那么从时间线上看行业内的投资建设情况走势如何呢？从数据上看，从每年公共充电桩的增量与新能源汽车增量的比值来看，该值越小，在新能源汽车增量固定的情况下充电桩投资的热度便越低。具体来看，2018年该值为1:14.6，2019年为1:6.52，2020年为1:4.70，2021年为1:10.36，从该指标看，2018到2020年充电桩投资热度快速上涨，2021年则迅速回落。

从国内公共充电桩扩张速度与新能源汽车销量增速对比来看，充电联盟数据显示，2018~2021年国内公共充电桩的同比增速分别为40.1%、55.9%、56.4%、89.9%，同期国内新能源汽车销量增速分别为61.7%、-4.0%、10.9%、157.5%。

那么行业头部企业的盈利状况如何呢？根据特来电新能源股份有限公司（以下简称“特来电”）对外披露的业绩看，2019年其净亏损为1.11亿元，2020年净亏损为0.78亿元。事实上，作为头部的星星充电、特来电在2021年的扩张速度明显低于2020年，国家电网

在2021年的设备数量仅从18.15万台微增至19.65万台。

尤其值得注意的是，在行业老玩家陷入盈利困境之时，业内亦在涌入新玩家。

根据黄山的观察，2020年开始，充电桩行业正进入新的发展阶段，谋求转型的能源公司、车企、地方城投公司快速发力，这些人局者不同于早期拥有资本较少的跨界投资者，它们是拥有大量资金或土地资源的实力玩家，这也势必搅动充电桩行业的竞争格局。

以小鹏汽车为例，2021年其超充布局加速。2020年末，其超充站数量为159座，2021年一季度末为172座，二季度末为231座，三季度末为439座。根据日前小鹏汽车方面向记者透露的信息，截止到2022年春节前，小鹏品牌超充站累计上线813座。

值得注意的是，小鹏汽车超充负责人表示，小鹏汽车的超充体系并没有打算做完全封闭的体系，其希望能率先在这些城市投建充电站，不仅服务小鹏的车主，同时也会逐步将超充站的资源开放给当地的新能源车主。

# 新能源汽车迎新年开门红 销量增速反超燃油车

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

2022年新春伊始，新能源汽车赛道持续火热。不同于传统车企，聚焦新能源汽车的整车厂已迫不及待发布1月取得的销量成绩。据《中国经营报》记者不完全统计，华南区域包括比亚迪、东风日产、小鹏汽车、广汽集团旗下多个汽车品牌均已秀出1

## 新能源车企争相报喜

2021年，新能源汽车已经成为汽车市场的热词，渗透率一度逼近20%。2022年的开端，新能源汽车的热度持续升温。

据比亚迪发布的2022年1月产销快报，当月，比亚迪新能源乘用车销量突破9万辆，同比增长达367.6%，环比也略微有所增长。其中，EV车型销量4.64万辆，同比增幅达220.7%；DM车型销量约4.65万辆，同比增幅达760.6%。

另据广汽埃安消息，其2022年1月全系销量达16031辆，销量再破万，且同比增幅达117.93%。在广汽集团当月产销快报中，广汽埃安成为广汽集团旗下销量增速最高的汽车品牌。

此外，小鹏汽车也于近日公布了2022年1月交付量，约为12922辆，同比增长115%。不难看出，上述三家新能源车企率

月可观的销量数据。

尽管从数量上看，燃油车仍旧是各大车企销量的主力军，但不可忽略，混动系列车型已加入燃油车型延伸的产品矩阵，且市场反响不俗。与此同时，随着“双碳”目标的践行，2022年1月，各大车企新能源汽车销量增速远远超过燃油车，据截至目前公开的销量数

据，比亚迪新能源乘用车1月销量达92926辆，同比增幅突破300%，暂列当月新能源乘用车销量榜首。

即便新能源汽车补贴正在退坡，但市场对新能源汽车的热情有增无减。展望2022年，乘联会认为2022年新能源乘用车销量将达到550万辆，渗透率更上一层楼，达到25%。

新能源汽车补贴却在逐渐退坡。在新能源汽车销量同比增长迅速的同时，新能源汽车销量环比增长却在放缓。2022年1月，受春节假期等因素影响，包括小鹏汽车、广汽埃安等车企当月销量环比出现下降。

从另一个侧面来看，新能源汽车市场的竞争正在加剧。横向对比车型，广汽埃安、比亚迪、长安汽车均推出了针对Z世代的紧凑型SUV，售价下探至10万~15万元区间。除此之外，新能源车企对车型外观设计的科技化、女性化等倾向也逐步显现。

在2022年，各家新能源车企的竞争焦点还在高端车型。在售价方面，包括广汽埃安、小鹏汽车等均已推出了售价超过40万元的车型，而比亚迪对高端品牌售价规划更有意上探至百万元级别。

尽管新能源汽车销量不断增长，但是补贴却是逐步退坡。2021年底，财政部、工信部、科技部、发改委四部门联合发布，2022年新能源汽车补贴标准在2021年基础上退坡30%，明确2022年12月31日新能源汽车补贴终止，此后上牌的车辆不再给予补贴。

新能源汽车补贴退坡随之带来的即是新能源车涨价。公开信息显示，广汽埃安LX涨价4000元，新款AION S Plus较2021款涨幅在7000元以上。此外，小鹏P7全系上涨4300~5900元，小鹏P5价格上涨4800~5400元，小鹏G3i上涨4800~5400元。

2022年2月，比亚迪汽车旗下的王朝网和海洋网系列车型上调售价，涨幅在1000~7000元，具体车型

## 燃油车产品矩阵生变

在新能源车企踌躇满志向高端品牌迈进的同时，以传统燃油车为主的车企正在思考转型之策。传统车企选择在现有的燃油车型上延伸出混动车型、纯电动车型，或者拓展新能源汽车业务板块。

从销量看，拥有混动双擎系列的车型或新能源系列的车型组合销量更占优势。东风日产2022年1月销量达到11.13万辆，其中，轩逸组合销量逼近5万辆。而此前，轩逸已推出纯电版版本。此外，东风日产旗下启辰现已推出三款新能源车型，数据显示，2022年1月，启辰新能源EV车型销量同比暴增126%。

转型成为传统车企前上路上不

## 补贴退坡引争议

尽管新能源汽车销量不断增长，但是补贴却是逐步退坡。2021年底，财政部、工信部、科技部、发改委四部门联合发布，2022年新能源汽车补贴标准在2021年基础上退坡30%，明确2022年12月31日新能源汽车补贴终止，此后上牌的车辆不再给予补贴。

新能源汽车补贴退坡随之带来的即是新能源车涨价。公开信息显示，广汽埃安LX涨价4000元，新款AION S Plus较2021款涨幅在7000元以上。此外，小鹏P7全系上涨4300~5900元，小鹏P5价格上涨4800~5400元，小鹏G3i上涨4800~5400元。

2022年2月，比亚迪汽车旗下的王朝网和海洋网系列车型上调售价，涨幅在1000~7000元，具体车型

可避免的方向。广汽集团当前的销量主力军“两田”（丰田、本田）早已布局混动系列，并有意延伸纯电动车型。2022年1月，广汽丰田销量达99900辆，成为当月广汽集团旗下销量最高的汽车品牌。其中，凯美瑞系列销量达约2.80万辆，同比增长39.9%；雷凌销量逼近2万辆；威兰达系列销量达约1.75万辆，同比增长42.5%。

而上述销量靠前的车型系列均已推出双擎混动版本。2021年12月，丰田汽车已明智地提出向汽车电动化转变的发展战略，并计划推出混合动力、插电式混合动力和燃料电池汽车等多种类型的新能源汽车，计划到2035年在售新车

全部为电动汽车。

“两田”中的广汽本田当月销量也颇为可观，达78489辆。其中缤智销量约1.84万辆，雅阁销量约1.76万辆，皓影销量约1.16万辆。值得注意的是，皓影系列也拥有混动e+版本。此外，广汽本田还拥有绎乐、VE-1等新能源车型。

显然，燃油车销量不俗的传统车企也想在新能源汽车市场分一杯羹。广汽传祺在2021年的广州车展上已拉开全面混动化的帷幕，根据2022年1月销量，广汽传祺销量突破3万，其中GS4销量破万，而GS4也已推出插电混动版本拓展产品矩阵。

台多年补贴政策的做法，将补贴政策延续至2025年，释放良好的引导信号，增强消费者和车企的可预期性。”

面对全球缺芯潮、动力电池价格上涨等因素，退坡的补贴加剧了新能源车企的不安。广汽埃安员工向记者表示，业内现在陷入了保供难，公司已经在扩产扩能。比亚迪员工则表示，比亚迪的订单排得满满当当，自研的芯片和动力电池均优先自家。

2022年，随着新能源汽车保有量进一步扩大，车企如何在日益激烈的市场竞争中保障供销，新能源车企与传统车企都需要提速自研能力或加强上游供应商合作链条，用技术加持产品力，夺得市场份额。