

供大于求、价格回落

新能源汽车积分市场“变轨”

本报记者 夏治斌 张张振 上海报道

“希望明确后补贴时代新能源汽车优惠政策,研究设立一个积分池,以调节供需平衡。”3月26日,比亚迪董事长兼总裁王传福在“中国电动汽车百人会论坛(2022)”上表示,2021年新能源汽车销量创新高,积分供需严重失衡,价格大幅波动,对行业发

双积分缺口创造红利

2020年交易规模为215万分,交易额为25.9亿元,同比增长40%。

时间回溯到2017年9月。彼时,工信部正式对外发布了《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(以下简称“双积分政策”),该政策于2018年4月施行。

据介绍,双积分政策包括“油耗积分”和“新能源汽车积分”。根据相关规定,油耗正积分只能由关联企业转让获得,而新能源汽车正积分则可以在车企间进行自由交易。

申港证券研报指出,2016年~2017年,双积分政策启动,积分交易价格波动较大,后期价格下行,交易价格为1000~2000元/分;2018年~2019年,双积分政策正式实施,过渡

供过于求致价格波动

积分价格上涨或下跌都属于正常的市场现象,外界要合理地去看,不必过分夸大价格波动的影响。

对于2022年新能源汽车积分的价格走势,蔚来汽车创始人李斌曾表示,2021年,电动车、新能源车渗透率提升了很多,会影响到供需,所以大家对2022年的价格都有不同的预测。“但从总体上来讲,我认为应该和2021年的价格相比会有一些下降。”

哪吒汽车创始人兼董事长方运舟透露,新能源汽车积分在2020年的交易价格大概在1000元左右,2021年的交易价格为2000元左右,而今年积分的交易价格又回到了2020年的水平,即1000元左右。“也就是说,在短短几个月中,新能源汽

车企积极应对政策变化

汽车产业是一个长周期赛道,企业战略不会因积分计算方法的变动而进行调整。

对于新能源汽车积分价格回落给车企带来的影响,上述不愿具名的业内人士向记者表示,会对汽车产业带来一些潜在的影响,但并非直接影响。“我们了解到,无论是正积分还是负积分的车企,在做产品规划时已把积分价格纳入到新能源汽车的销售定价策略中。”

零跑汽车上述负责人则表示:“积分价格下行,加上国补退坡以及各类车辆零部件和原材料等价格上涨,在一定程度上为新能源车带来了成本上升的压力,单车利润会受到一定影响。今年3月份以来,

展不利,建议参照农业的粮食储备调节机制,研究设立一个积分池,以调节供需平衡,增强积分价格的可预见性,确保双积分政策有效运行。

长城汽车欧拉品牌CEO董玉东此前对外表示,2021年单个积分的价格大约为2500元,但随着2021年整个新能源汽车市场(销量)增长160%,积分交易价格在2022年初已

管理阶段部分车企为避免积分浪费抛售积分,导致积分价格下行且低于前期;2019年后,交易逐步步入正轨,积分结转趋于正常,交易价格稳步回升。

在市场需求方面,以2020年为例,2020度中国乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分显示,统计的138家乘用车企(含117家境内乘用车企和21家进口乘用车供应企业)在国内共产生420万分新能源汽车正积分,92万新能源汽车负积分,1057万油耗负积分,391万油耗正积分。在单项正负积分相抵后,全国乘用车企业油耗负积分达666万,新能源汽车正积分则为328万分。

车积分交易价格出现了大幅回落。”上述不愿具名的业内人士告诉记者,积分价格上涨或下跌都属于正常的市场现象,外界要合理地去看,不必过分夸大价格波动的影响。“新能源汽车积分价格回落,说明整个新能源汽车产业发展速度,已经超出了当时制定2021年发展目标时的预期,这也反映出新能源汽车产业发展的情况要比当时预想的要好。”

根据乘联会数据,2021年新能源车乘用车零售销量达到298.9万辆,相应的市场流动正积分总量得到较大幅度提升,全年新能源车积分达

多家新能源车企均有不同程度的提价动作,零跑汽车也无法避免。”

“另外,国家推出双积分政策的最终目的是为了进一步促进新能源汽车的合理布局,对新能源汽车发展确实起到了一定的促进作用。当前,新能源汽车积分价格下降,也对企业经营造成了一定压力,双积分政策鼓励新能源汽车产业发展的作用自然会有所减弱。”哪吒汽车上述负责人表示。

事实,车企获得新能源汽车积分的要求也越来越高。2020年6月,工信部曾对双积分政策进行修改,提出2021年~2023年度的新能源车积分

下调至500~800元。

对于新能源汽车积分预测交易价格大幅回落的原因,西部证券研报指出,之所以会在短时间内降低,主要是因为2021年新能源汽车产销量增长较快,使得市场积分供给增多,从而影响交易价格。

一位不愿具名的行业人士向《中国经营报》记者表示,新能源汽车积分

这也意味着,在2020年,中国乘用车企业双积分仍存在~338万分的缺口。

在巨大的“缺口”背后,双积分交易规模也大幅提升。2021年5月24日,工信部发布的《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理实施情况年度报告(2021)》显示,2018年~2020年,新能源汽车积分累计交易额达31.7亿元,其中2020年交易规模为215万分,交易额为25.9亿元,同比增长40%。

新能源汽车积分交易也成为众多新能源车企“创收”的重要来源之一。以特斯拉为例,2020年其

到了843万分,比2020年的542万增长了300多万分,同比增幅达55%。

作为感知市场变化的主体,车企如何看待新能源汽车积分市场的变化?上汽通用五菱相关负责人向记者表示,目前新能源汽车积分的总体趋势是供过于求。不过,今年的双积分交易市场尚未完全开启,目前的价格也停留在不同车企的询价阶段。

零跑汽车相关负责人则告诉记者,新能源汽车积分交易价格降低的根本原因在于,国内新能源汽车市场爆发式增长导致积分市场的供需变化,从而影响到价格波动。“一方面,2021

考核比例要求分别为14%、16%、18%。

“政策的变化始终与市场供需及供需平衡相匹配。”对于双积分政策的变化,零跑汽车上述负责人表示,“只有过硬的产品和服务,才能经得住市场环境变化的考验,零跑汽车将始终坚持做好产品的初心,为用户带来高性价比的产品服务。”

“一家车企要想长远发展,不可能只依赖积分。同时,汽车产业是一个长周期赛道,企业战略不会因积分计算方法的变动而进行调整。”哪吒汽车上述负责人表示。

“第一,进一步研究双积分政策,在

政策的实质是通过建立积分交易机制,形成促进节能与新能源汽车协调发展的市场化机制。新能源汽车积分作为一种交易商品,价格受市场供求关系影响。“当市场供大于求时价格会走低,积分池的存储作用可以防止价格大幅下跌;同时,市场供不应求时价格就会走高,积分池可以释放一部分积分以实现市场平衡。”

依靠出售新能源汽车积分获得15.8亿美元,而特斯拉2020年的净利润仅为7.2亿美元。2021年,特斯拉再度靠出售积分获得了14.65亿美元的收益。

国内“造车新势力”头部阵营中的蔚来汽车也依靠新能源汽车积分交易获利颇丰。根据2021年三季报,蔚来汽车当季销售约20万的积分。“2021年第三季度的其他收入中,有5.17亿元来自于双积分销售收入。去除这部分收入后,其他销售收入的毛利率实际是从-5.6%下滑到了-12.6%。”蔚来汽车财务副总裁曲玉曾表示。

年新能源汽车的渗透率得到快速提升,新能源汽车正积分供需情况随之变化,加之传统燃油车集团化管理及国家出台节能优惠政策的影响,使其新能源正积分供需比达到1.9~3:1。”

“积分价格遵循市场化规则,新能源汽车销量的波动会带来积分价格的变化。”哪吒汽车相关负责人告诉记者,“因为传统燃油车产量受多种因素影响有所下降,甚至部分传统车企开始主推新能源汽车,再加上新能源汽车的产量也开始呈现高速增长趋势,二者产量的一升一降使积分出现供大于求的局面,价格开始相应走低。”

不降低单车NEV积分(即新能源汽车积分)值的情况下,使其达到市场供需平衡。第二,政府或行业管理部门设置虚拟交易平台或积分池,调节市场供需关系,调控企业等比例、等价格出售积分,稳定交易价格。”方运舟建议。

“相关主管部门确实在做积分池的研究工作,但将积分直接稳定到某个价格区间很难实现。”上述不愿具名的人士表示,“现在的积分政策还没有形成调节供需的机制,积分池本身是对政策的完善和补充。通过建立供需双向调节机制,可以对稳定积分价格提供一定的支撑。”

全系增配焕新 全新奥德赛抢占MPV价值“高地”

随着自驾游的兴起和生育政策的调整,MPV车型正在驶入聚光灯下。

乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布的分析显示,国产MPV市场聚齐了“美德日韩”等合资品牌与自主品牌。

与此同时,这一市场还呈现出“倒金字塔”的格局——中低端MPV销量萎缩,头部车企、腰部车企向上“托举”以迎合市场。

随着用户需求的变化,MPV“资深玩家”也在不断自我革新。2021年12月,广汽本田焕新上市了全新奥德赛,后者在深耕多年的家用价值基础上,进一步向乘用价值与实用价值进化。

MPV市场消费升级

乘联会数据显示,2015年,MPV在中国车市的市场份额为10.9%,全年MPV销量超过200万辆;而到了2021年,MPV在中国车市的份额为5.4%,全年MPV销量超过100万辆。

在总销量与市场份额下降的同时,细分市场内部也逐渐出现新的发展趋势——高端MPV、新能源及混动MPV快速增长。

参考乘联会2021年8月公开的数据,彼时的MPV市场上,共有45个产品在售,在TOP20排名中,绝大多数是高端/大型MPV产品,它们占有MPV市场的93.7%,平均增速为32.5%;而其余25个产品则仅占6.3%,平均增速是-52%。

由此可见,MPV市场向“倒金字塔”的格局发展,高端车型增速明显,而中低端车型面临升级挑战。另外,随着新能源汽车在近年来的爆发式增长,MPV市场需求也向新能源方向聚集。

乘联会数据显示,2021年前11个月,纯电动(BEV)MPV销售2.6万辆,同比增长277.9%;混合动力(HEV)MPV销售8.7万辆,同比增长13.4%。数据表明,2021年前11个月,新能源和混合动力MPV取得销量增长,两者的市场渗透率也所有提升。

诚然,消费市场出现新趋势的背后是消费者需求的变化。随着中国家庭人口的增加,自驾游的潮流兴起,空间更大的MPV吸引了部分消费者的目光。而头部车企、腰部车企也在近两年迎合市场需求,将产品进一步推高。

在众多车企“掘金”的MPV市场,奥德赛称得上是“资深玩家”。作为最早进入中国市场的合资家用MPV之一,奥德赛在华历经5代进化,收获了超65万用户的信赖。

深耕细分市场多年,奥德赛以保值率证明产品价值。在J.D. Power联合58汽车发布的《紫檀奖·中国汽车保值率风云榜》中,奥德赛于2019年~2021年稳居所属榜单前三,得到专业机构认可。

察觉到中国用户对新能源MPV的需求增长,广汽本田在2019年推出油电混动MPV——奥德赛锐·混动。时至今日,奥德赛已驶入“全混时代”,不仅实现100%混动销售,还累计获得超10万混动车主的喜爱。

自我革新持续进化

2021年12月,全新奥德赛焕新上市,短短一个多月就收获了超过1万辆订单,其中,中高配版本占比超90%。在虎年春节前夕,广汽本田就向终端交付全新奥德赛超过5000辆。

终端热销背后,是全新奥德赛对持续进化的追求与核心价值的坚持。

在外观方面,全新奥德赛拥有霸气的厚重格栅、熏黑的运动轮毂,同时新增前后流光转向灯,焕新全LED大灯等颇具视觉美感的设计。

步入车内,全新奥德赛在中控台位置搭载了10.1英寸DA智能中控屏,新增CTM后视动态提醒系统等功能。通过智能中控屏,Honda CONNECT 3.0智导互联系统以智能语音为交互界面在眼前展开。该系统实现了精准导航、语音助手、OTA在线升级等功能。

一方面是外观与科技的进阶,另一方面,全新奥德赛也致力于提供舒适实用的使用感受。

在后排空间,全新奥德赛在静谧性的基础上,新增第二排双层隔音玻璃和尾门玻璃加厚,为车内营造安静氛围。此外,脚踢电动尾门、等离子空气净化器等装备,也使全新奥德赛进一步优化驾乘体验。

作为家用MPV,全新奥德赛依然沿袭了核心价值——照顾家庭成员的用车需求,契合家庭出行的用车场景,兼顾好开与安全。

无论老人或儿童,全新奥德赛

沃尔沃汽车新任CEO 骆文襟:

持续推进电气化战略 提供畅行无忧出行方案

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“中国是沃尔沃汽车在多个层面实现业务增长的核心市场,包括从消费者到产品开发,再到电气化、智能供应链整合等。”3月26日,沃尔沃汽车新任首席执行官(CEO)兼总裁骆文襟(Jim Rowan)在“中国电动汽车百人会论坛(2022)”上表示,未来,沃尔沃汽车将持续推进电气化战略,不断开拓变革之路,以个性化、可持续、安全的方式为所有人提供畅行无忧的出行方案。

据悉,本届百人会论坛以“迎接新能源汽车市场化发展新阶段”为主题,就新能源汽车市场化发展新阶段政策调整、碳中和目标下国际合作与政策协同、下一代动力电池产业化及产业投资与创新等话题展开深度研讨。

《中国经营报》记者了解到,骆文襟受邀参加本届百人会论坛,并通过视频发表演讲。这也是骆文襟履新沃尔沃汽车CEO之后首次参加公开活动。

时间回溯至1月5日,沃尔沃汽车官宣了骆文襟出任沃尔沃汽车首席执行官兼总裁的消息。3月21日,骆文襟正式加入沃尔沃汽车。据悉,骆文襟曾担任Ember技术公司首席执行官兼董事会成员、戴森集团首席执行官。

沃尔沃汽车方面表示:“骆文襟在全球消费品和技术领域拥有三十多年的从业经验,拥有通过转型战略和客户互动实现强劲增长和盈利的成功经验。他在数字化、颠覆性技术、创新、工程设计和供应链等领域也有着广泛经验。”

而对于履新沃尔沃汽车首席执行官兼总裁,骆文襟也曾表示:“目前对整个行业以及消费者来说都是十分关键的转型时代。沃尔沃汽车在创新、安全和质量方面有着出众的表现,并会聚了众多世界级人才,有着强大的可持续发展能力和技术实力,是引领未来发展方向的行业领导者”。

本届百人会论坛上,骆文襟在演讲中称:“对于未来出行,我认为塑造未来的是智能互联、是可持续、是安全和个性化。正如手机会给你带来无缝体验,从购物、到通讯、到听音乐和回复邮件,汽车将会是一个新的平台、新的设备,与生活里的其他方面紧密关联”。



骆文襟(Jim Rowan)

沃尔沃汽车新任首席执行官兼总裁

在谈到沃尔沃汽车对于未来发展的愿景时,骆文襟表示:“沃尔沃汽车一直是出行领域的领导者,不仅能保护你、你所爱的人和环境,更带来愉悦和便利的驾驶体验。沃尔沃的战略是将近百年来始终秉持的高质量优势和先进技术紧密融合,在始终坚持的品牌价值之上致力于为所有人创造全新的体验。”

除此之外,骆文襟还在演讲中详细阐述了沃尔沃汽车未来战略的五个明确目标,分别是:第一,沃尔沃汽车会采用新型可持续材料,加速电气化转型,同时将更先进的安全技术融入其中;第二,沃尔沃汽车将持续推动创新发展,在2030年成为纯电豪华车企;第三,沃尔沃汽车会继续加强在新技术上的领先地位,特别是车载中央计算平台;第四,沃尔沃汽车也将继续聚焦直接的消费者关系,快速因应消费者的变化;第五,成为最迅速的变革者,建立独特的企业架构、开放的技术合作关系和包容性的企业文化,同时强化我们对员工的吸引力和凝聚力。

记者注意到,在电气化转型方面,沃尔沃汽车已经实现了全系车型都拥有电气化的目标,并计划2025年实现全面电气化,届时纯电车型销量占比将达到50%,其余为混动车型;到2030年成为100%纯电豪华车企,并且积极探索与电气化转型相匹配的业务模式。

在资本层面,2021年10月29日,沃尔沃汽车宣布在瑞典斯德哥尔摩证券交易所(隶属于纳斯达克集团)正式挂牌上市。此外,2021年业绩报告显示,沃尔沃汽车2021年全年收入达到2820亿瑞典克朗,高于2020年的2628亿瑞典克朗。营业利润从上一年的85亿瑞典克朗增至203亿瑞典克朗,同比大增138%,利润率达7.2%,全年收入及利润均创下历史新高。



广汽本田全新奥德赛

126mm的地台高度,均可令他们一步上下。而740mm的双十字型超长导轨则使全新奥德赛的座椅能够四向移动,第三排的魔术座椅还能打造钓鱼座椅模式。

对驾驶员而言,全新奥德赛全系标配的Honda第三代i-MMD混动系统,兼顾好开与省油两大亮点。该混动系统能够合理切换3种驾驶模式,改善油耗,实现百公里油耗低至5.88L。

除了低油耗的特点,全新奥德赛更使用了大容量锂离子电池,兼顾高能量密度和输出密度的特性,并且电机驱动具有高扭矩

的特性,可以媲美3.0L V6发动机的高扭矩平顺加速,确保高性能驾驶体验。

考虑到行驶过程中可能遇到的各种“小烦恼”,全新奥德赛还搭载了Honda SENSING(安全超感)系统,包括CMBS碰撞缓解制动系统、FCW前方碰撞预警系统等十余项主动安全配置,为驾驶保驾护航。

自上市以来,全新奥德赛以攀升的订单量证明自身实力。面向乐活自在的家庭用户,全新奥德赛将掀起一波MPV市场的混动风潮。 广告