

新能源车企的“超充”生意经

本报记者 黄琳 王金龙 深圳报道

日前,由广汽集团内部孵化的广州巨湾技研有限公司(以下简称“巨湾技研”)总部及生产基地动工活动在广州市南沙区举行。巨湾技研总经理裴锋表示:“这意味着,从电芯、储能到PACK系统,巨湾技研的所有XFC(eXtreme Fast Charging,极速充电技术)电池技术将全部在南沙研发和投产,并形成完整产业链。”

《中国经营报》记者了解到,巨湾技研还与特来电签署了相关协议拓展超充

超充建站“以量取胜”

各家车企均在全国各地铺开自己的超充网络图,超充站数量与日俱增,建站速度也逐渐加快。

动力电池发展至今,超充已成为业内瞄准的新方向。在新能源汽车渗透率持续上升之际,配套设施也需跟上步伐,而解决充电难、充电慢的措施之一即是超充。如今,除了新能源汽车充电服务公司,车企也陆续下场开拓超充版图。

根据规划,巨湾技研研发和制造的总部基地预计总投资40亿元,产能8GWh,年产值72亿元,计划明年三季度试产。作为广汽集团首家内部孵化的企业,巨湾技研联合广汽埃安、南方电网电动汽车服务有限公司等企业共同发起打造广州“超充之都”计划。计划到2025年,广州将建成1000座超充换电中心,实现1.5km半径覆盖,找站时间减少到5分钟以内。

除此之外,巨湾技研与特来电新能源股份有限公司、广东天枢新能源科技有限公司均已达成战略合作,在全国铺开超充站网络。根据计划,巨湾技研与特来电将在2022~2025年在全国各城市联合共建1000座超充站,并于2023年底前在广东、海南等地投建不少于300座超充站;巨湾技研与天枢能源将投资超10亿元,在2022~2024年三年时间内,在国内100座城市,联合共建1000座超充站。

与巨湾技研相似,各家车企均在全国各地铺开自己的超充网络图,超充站数量与日俱增,建站速度也逐渐加快。

桩数量。而巨湾技研拥有的XFC电池和超充桩两大产品均通过广汽集团等多方大力支持得以搭载实车或落地运营。

实际上,逐步智能网联时代,新能源车对充电端的布局已转向超级充电(以下简称“超充”)并加速扩张,尤其造车新势力,如特斯拉、小鹏汽车、蔚来汽车、广汽埃安等均已在全国范围内铺开超充站点。与此同时,超充电池、超充站等超充市场的产物亦在加速迭代升级,车企对超充市场的规划正拓展至更多的层面。

根据特斯拉官网数据,目前特斯拉超级充电站在全球范围内共建有超过3万个超级充电桩,在中国大陆已建设开放1100多座超充站,覆盖全国370个以上城市或地区。根据今年3月特斯拉公布的一段其超级充电站建设的视频片段,特斯拉新的超级充电站在8天的时间内完成部署并投入使用,较传统模式提速更快。

与此同时,蔚来汽车、小鹏汽车也分别在全国范围内拓展超充站布局。截至5月20日,蔚来汽车已在全国范围内布局超充站超800座,超充桩超4200根。按照规划,2022年蔚来汽车将在中国市场累计建成超充桩超6000根的目标。在过去一年的时间里,蔚来汽车对北方八省的超充站加速建设,已累计建设超110座超充站。

而小鹏汽车则是在近日取消了终身免费充电和免费家用充电桩,与此同时,小鹏汽车对超充站建设加大力度。截至4月30日,小鹏汽车品牌自营超充站已累计上线超过700个。自今年四季度起,小鹏汽车将大规模部署下一代超充,实现充电5分钟,续航200公里。

显然,从造车新势力到传统车企都已意识到超充市场的重要性,但具体的商业模式中,各家车企或亲自下场建站或合作建站,各不相同,超充技术也正加速迭代。

两大模式推动技术发展

在两种不同的商业模式下,覆盖全国的超充网络推动着超充技术的快速发展,超充时间大幅缩短,效率明显提升。

纵观目前市场上已投放的超充桩,大致分为两类:一类是由车企自建,另一类则是由新能源汽车充电服务公司建立。前者更多的是由各家造车新势力建成并运营,收费包括充电费用、服务费等,而后者则是由充电服务公司建成并运营,与拥有超充技术的企业达成合作。

记者走访广州、深圳等地建成的超充桩,发现同时段、同片区各家超充桩收费不一,充电费用在每度电0.9~1.92元之间,超过限定的时间收费中,小鹏汽车固定每分钟1元,特斯拉最高可达每分钟6.4元。充电收费没有统一标准也为不少车主诟病,而这从另一个侧面反映出造车新势力等车企自建超充站面临的问题。

此前,广汽能源生态科技公司负责人刘志辉曾在接受记者采访时表示:“超充的网络建设起来还是很困难的,涉及政策、土地、电力等各领域。”超充站的

拓展超充产业链

对于主机厂而言,赚取微薄的充电服务费并不是主要意图,超充生意的重点更在于延伸的产业链。

在超充桩数量“多”、超充功率“大”、超充时间“快”的布局之下,车企对超充市场的利益争夺不仅只着眼于上述充电费、服务费,而且在于前端、后端的延伸链条。

此前,在广汽埃安超级充换电中心落成仪式上,广汽埃安总经理古惠南向记者表示,要将埃安超级充换电中心做成一个载体。其表示:“有了埃安超级充换电中心,车就来了,整个生态



造车新势力广泛布局超充站。

本报资料室/图

建设需要考虑用地成本、电力供应等诸多因素,而目前超充技术仍未形成整个网络建设的系统解决方案,有车没桩或有桩无车等问题将分别影响车主体验、运营商收益。

反观与第三方充电服务公司合作模式,土地租赁、运营、维修等费用均由充电服务公司负责,超充技术等由车企或相关科技公司提供,超充桩可与普通充电桩共同运营在同一充电站内,一定程度上规避了各家车企单打独斗、自负盈亏的情形。

例如巨湾技研与特来电的合作,在超充设备兼容性方面,巨湾-特来电XFC超充站采用“1+N”模式分体式充电机,超充设备可给广汽埃安、吉利极氪、特斯拉等具备快充功能的多款车型提供超充服务。采用液冷枪线与柔性充电,根据不同车辆充电需求进行充电功率的集中和智能分配。

这一模式同样被小鹏汽车、蔚来汽车所运用。此前,蔚来汽车宣布小鹏超充桩正式接入NIO Power充电地图,电车用户们可以共享各自超充站的信息,享受双方

补能网络扩展的成果。根据蔚来汽车数据,今年4月,蔚来汽车新接入超1万根第三方充电桩。

在两种不同的商业模式下,覆盖全国的超充网络推动着超充技术的快速发展,超充时间大幅缩短,效率明显提升。例如,特斯拉超级充电网络(V3充电站)在电池预热的理想状态下仅需15分钟即可充满电;巨湾技研超充桩可实现8分钟充电80%;小鹏汽车发布全国首个量产800伏高压SiC平台,充电5分钟,续航200公里,并配套480kW高压超充桩等。

运营,即便非自家品牌的新能源汽车亦可获得超充服务,包括小鹏汽车、广汽埃安、特斯拉等车企均已部分超充站对外开放,共享补能网络。

整体而言,此举对新能源汽车行业景气度有所帮助。具体来看,各家车企开放超充站也有助于目前主要以车辆充电数量盈利的超充站创收,同时也能吸引其他品牌的车主了解自家品牌的产品。

“旅运老将”发力新赛道 客车产业转型正当时

本报记者 于典 张家振 上海报道

作为居民曾经出行和旅行的首选,客车销量在2014年达到60.69万辆的高峰后,从2015年开始逐年下滑。相关数据显示,我国客车行业2021年终端销售共计34.9万辆,大、中型客车和专用客车销量同比下降幅度均超过10%。

值得注意的是,近年来,新能源客车在城市公交客运市场中的占比不断提升,替代柴油车的需求持续增加,这也为具有低碳甚至零碳排放、适合市内中低速行驶等特点的新能源客车行业带来了巨大的市场机会。

与此同时,在“双碳”(碳达峰、碳中和)目标新机遇和自动驾驶技术加持下,客车赛道的高成长性逐渐显现。相关调研显示,随着5G技术的大规模应用,公交智能化进程将提速,传统客车的商业模式有望拓展至总体解决方案和总包建设等领域,市场规模将从目前的500亿元提升至2000亿元;同时,海外电动客车需求增加,也有望让出口市场不断扩容,或将提供规模达10万辆的潜在市场需求。

对此,宇通客车股份有限公司(以下简称“宇通客车”,600066.SH)相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示:“公司将在做好客车应用技术的基础上,大力推进电动化、智能网联化、高端化、国际化的融合发展,用更好的产品与服务,为客户创造更大价值,用更加先进的新能源技术为我国节能减排事业作出更大贡献。”

行业集中度有待提升

在多重因素影响下,客车行业正急寻新的利润增长点。

近年来,受客运需求下降影响,国内客车销量也呈逐年下滑趋势。中国汽车工业协会统计数据显示,2015~2021年,客车市场的累计销量分别为59.09万辆、53.77万辆、52.7万辆、48.5万辆、47.43万辆、43.01万辆和34.9万辆。

从今年一季度主要客车企业的盈利表现来看,客车行业在短

研发助力新能源转型

在节能减排和实现“双碳”目标的引领下,国内客车企业正积极“接轨”新能源赛道。

数据显示,2021年,国内大中型客车总销量为87525辆,其中,新能源客车销量为44953辆,占比接近一半。以宇通客车为例,公司大中型客车销量为33467辆,新能源客车销量为11420辆。

而随着客车行业新能源转型提升,氢能和燃料电池客车或将站上发展“风口”。

“公司已经完成三代燃料电池

扬帆竞逐市场“新蓝海”

除了朝新能源方向转型外,多家客车企业也纷纷加大新兴市场的开拓力度,寻找“新蓝海”正成为行业共识,在定制化出行、医疗车辆、校车和海外市场等领域呈多点开花之势。

近年来,在飞机、高铁和网约车等多元化出行方式的带动下,公共交通短途接驳需求日益增加。为满足“点到点”的定制化客运需求,客车行业出现了由大、中型客运车辆转变为轻型客运车辆的新变化。

“生产适销对路的客车产品

期仍面临着业绩压力。根据最新的4月份产销数据,宇通客车、金龙汽车(600686.SH)、中通客车(000957.SZ)、安凯客车(000868.SZ)和亚星客车(600213.SH)等五大客车上市公司的销量数据同比均有下滑,下滑幅度多在10%~30%。

在业内人士看来,内外部环境的变化是目前客车行业必须直面的挑战。在外部环境方面,随着出行方式日趋多样化,以及居

客车的研发,掌握了燃料电池客车动力系统匹配与集成技术、燃料电池系统集成与控制技术、整车测试与验证等核心技术,总体技术水平国内领先,整车氢耗国际领先。”宇通客车方面告诉记者:“目前,公司在郑州、张家口、张家港、潍坊和北京等地已累计推广458辆燃料电池客车,运营里程突破3200万公里,标志着宇通客车自主研发的氢燃料电池客车具备了大规模批量交付的能力。”

在积极转型新能源赛道背景

是企业破局的关键。”中国汽车工业协会总工程师叶盛基指出,尽管大客车的市场需求在逐年下降,但从数据上看,客车产品“大变小”的趋势越来越明显,企业专注于抢占9座市场,需对短途运输、旅游运输、专线运输等方向的产品进行重点研发。

基于上述市场需求的变化,南京依维柯汽车有限公司(以下简称“南京依维柯”)针对性地推出了依维柯欧胜商瑞和欧风系列客运车型。

“轻型客车运营成本低,更加

民对于出行体验的要求越来越高,交通工具的便捷、舒适和速度等更受重视。而在短途运输方面,网约车的兴起以及私家车保有量的提升也让居民出行有了更多选择;在中长途运输方面,高铁动车等新型交通工具的替代效应也更加明显。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔表示:“当前,随着人们的生活水平不断提高,开始更多地选择‘点到

点’出行方式。同时,社会效率不断提高,对出行时间的要求也更加严格,在交通工具选择方面力求高效快捷。”

中国客车统计信息网数据显示,在新冠肺炎疫情反复、新能源客车补贴政策变化以及居民出行需求预期转弱等多重因素影响下,国内大中型客车的行业需求总量同比下降了15.31%。

上述业内人士进一步指出,客车行业本身属于弱周期行业,

能源客车销售高峰期对客车企业全年销售额的贡献度极高。“随着‘蓝天保卫战’和‘双碳’目标的持续推进,大中型新能源客车将成为城市交通运行的核心,新能源公交车的优势也将更加明显。”

值得一提的是,在向新能源客车方向转型的过程中,掌握“三电”系统(电池、电机、电控系统)等核心技术对车企而言至关重要,越来越多的客车企业也在持续加大这方面的研发投入。

年报数据显示,宇通客车2021

年度研发支出为15.61亿元,占营业收入的比例为6.72%,在业内处于较高水平。目前,宇通客车的专利公开数量累计达到4004件,其中包括车联网、新能源汽车“三电”和道路协同等核心技术。

张翔表示:“企业研发实力是体现行业竞争力的重要表现之一。因为客车行业的用户一般以企业为主,在采购标准上更看重客车的维修保养、使用寿命和可靠性等方面。客车企业在这方面的研发实力强,也更容易在公开招标中胜出。”

张翔表示,对自主品牌车企而言,不管是客车还是乘用车领域,海外市场都具有重要意义。“随着国内汽车产业链更加健全,自主品牌车企的性价比和竞争力不断提升,而实现品牌国际化、拥抱海外出口市场也将是中国客车企业未来的发展方向之一。”

型、转运型医疗救护车、负压救护车以及核酸采样车等各类救护车超1500辆。”南京依维柯相关负责人告诉记者。

与此同时,随着国内客车企业的技术研发实力和市场竞争力的不断提升,越来越多的海外消费者选择购买中国品牌客车,客车“出海”也成为热门课题。

据了解,截至2021年底,宇通客车累计出口超过80000辆各类客车,海外销售和服务网络已完成全球目标市场的布局,覆盖欧洲、美洲、亚太、独联体、中东和非

洲等六大区域。“结合不同地区的市场特点,宇通客车采取最适合的服务模式,逐步建立了‘以我为主’的服务体系,海外产品服务满意度得到了明显提升。”宇通方面表示。

张翔表示,对自主品牌车企而言,不管是客车还是乘用车领域,海外市场都具有重要意义。“随着国内汽车产业链更加健全,自主品牌车企的性价比和竞争力不断提升,而实现品牌国际化、拥抱海外出口市场也将是中国客车企业未来的发展方向之一。”