蔚来李斌的换电"阳谋"

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

2024年5月8日,蔚来与广汽 集团签署充换电战略合作协议,双 方将在换电产业涉及的电池标准、 换电车型研发及定制、电池资产管 理及运营、换电服务网络建设及运 营等领域开展全方位、多层次的深 度战略合作,并推进双方自有充电 平台互联互通。

"换电联盟"持续扩容

《中国经营报》记者注意到,这 是蔚来"换电联盟"吸引的第6家整 车企业。此前,蔚来已与长安汽车、 吉利控股集团、奇瑞汽车、江汽集团 和路特斯先后达成充换电合作协议。

换电作为蔚来投资的重心,一 直以来外界褒贬不一。批评者认 为,换电站耗费资金巨大,蔚来虽然 投资未来却在当下亏损。但动力电 池的设计寿命仅为汽车使用寿命的

一半,未来8年预计将有接近2000 万辆汽车进入电池更换期,换电模 式的优势因此逐步凸显。

"换电能给电池装上终身质保, 将是蔚来今后发展中尤其重要的'护 城河'。"蔚来创始人、董事长、CEO 李斌曾不止一次地表示,换电与亚马 逊云服务相似。第一,网络效应强; 第二,投资规模大、投资周期长;第 三,从服务自己再到服务外部客户。

"一旦做成了,门槛就会非常高。"

随着加入"换电联盟"的企业越 来越多, 蔚来换电无疑已经进入到 一个新阶段。"换电模式(给蔚来)创 造了一个巨大的差异化定位,也为 用户解决了痛点。而从商业角度来 看,换电是一个能源服务,蔚来也将 成为一个新能源公司、储能公司。" 当下"车圈顶流"360集团创始人、董 事长周鸿祎称赞道。



随着与广汽集团签订合作协议,参与蔚来"换电联盟"的整车企业包含其自身已达到7家。

本报资料室/图

直指动力电池寿命痛点

随着新能源汽车的快速发展,动力电池正直接面临老龄化问题。

随着新能源汽车的快速发展, 动力电池正直接面临老龄化问 题。然而更换新电池费用高昂,这 也让不少消费者望而却步,因此解 决电池寿命问题刻不容缓。

李斌不久前也曾表示,按法 定8年或12万公里电池质保标准, 未来8年会有近2000万辆新能源 汽车陆续面临电池质保到期,更 换电池的成本从几万元至二十几 万元不等。假设每辆车花6万元 解决电池问题,就是1万多亿元。

在李斌看来,过去几年,汽车 企业一起努力解决了电池安全、 电池续航、充电效率、充换电便利 性、成本等很多问题,但在电池寿 命这件事情上需要提高标准。"这 一问题不但没有得到根本性的解 决,其至于还没引起行业的普遍 重视。电池寿命问题今天不解 决,8年后就要付出代价。"

事实上,通过换电网络对电 池进行保养维护,降低日常恶劣 工况的影响,便是延长电池寿命 的有效方法之一。

据介绍,蔚来在行业内首个建 立全生命周期电池健康运营系统, 实现对温度、强度、频度三大影响 电池寿命工况全覆盖,基于对动力 电池大数据的运营和调度,进一步 提升换电体系动力电池寿命。

"长期高倍率快充,同样对电 芯会有不可逆的伤害。蔚来自研

的车云结合动力电池包保养算法, 可以实现对每块电池充电情况的 监测,并在换电站通过功率控制进 行充电强度的均衡调节。"蔚来相 关负责人告诉记者,蔚来换电体系 已完成817万次云端电池检测、78 万次电池保养式充电,保证电池的 整体状态,降低频繁高倍率快充对 电芯使用寿命造成的影响。

蔚来相关负责人进一步表 示,基于用户用车习惯的不同,以 及地域差异等因素导致的电池使 用频度差异, 蔚来通过换电运营 策略动态调整使用频度,将每块 电池都调节在里程健康值范围 内,实现每块电池都处在最佳工 作频度区间,延长电池使用寿命。

此外, 蔚来推出15年长寿命 动力电池解决方案,目标是实现 电池使用15年,健康度不低于 85%。2024年3月,蔚来与宁德时 代签署框架协议,将围绕长寿命 电池领域展开合作,优先推进换 电场景下长寿命电池方案落地。

"新能源汽车用户的关键体 验和核心利益包括6个方面,首先 底线是电池安全,其他包括续航、 电池成本、加电效率、加电便利 性、电池寿命。只有解决电池寿 命问题,中国的新能源汽车产业 才能真正地长期健康可持续发 展,才能真正地去引领全球汽车 产业的变革。"李斌进一步表示。

在近期与广汽集团和路特斯达成合作之前,蔚来已经与长安汽车、吉利控股集团、奇瑞汽车、江汽集团达成充换电战略合作。

根据协议, 蔚来与广汽集团 将共同推动建立统一的电池标准 体系,合作研发适配双方换电体 系的换电乘用车及兼容性换电服 务站点,推动搭载双方共同确定 的统一标准化电池包的换电车型 上市,以及可为双方车型均提供 换电服务的站端解决方案落地。

同时,在充电平台合作方面, 蔚来与广汽集团将依托各自充电 设施,建立平台间动态数据的互联 互通。本月底,双方可实现各自充

电设施的互联互通,用户可通过各 自品牌App、小程序及车机的充电 地图,实现充电桩的查询、导航、启 动、支付等功能,让加电更便捷。

无独有偶,4月25日,在2024 年北京国际车展首日,蔚来与超 豪华车品牌路特斯达成充换电战 略合作:双方将在充换电产业开 展全方位、多层次的深度战略合 作,推动换电运营网络、运营商之 间的互联互通。同时,推动建立 统一的大功率充电技术体系及可 靠共享的大功率充电网络。

记者注意到,在近期与广汽 集团和路特斯达成合作之前,蔚 来已经与长安汽车、吉利控股集 团、奇瑞汽车、江汽集团达成充换 电战略合作。此外,蔚来还与中 国石化、中国海油、壳牌、国家电 网、南方电网、皖能集团、中安能 源等能源电力领域企业进行全方 位的换电合作。

蔚来披露的最新数据显示, 截至2024年4月30日,蔚来已累

万次的换电服务。仅在4月,蔚来 用户换电约197.34万次,日均换电 6.58万次。值得注意的是,用户加 电电量近80%来源于3分钟换电 和无感家充。

计布局换电站 2411座、充电桩

22092根, 为用户提供了超过4310

根据蔚来的规划,2024年,中 国市场将新增布局 1000 座换电 站,20000根充电桩;到2024年年 底,累计建成超3310座换电站,超 41000根充电桩。

换电模式"钱"景广阔

换电模式为汽车的赋能让电池回归能源属性。

"标准化建设是汽车换电面临 的主要挑战。"张力(化名)长期任 职于一家国内汽车换电科创企业, 他表示,过去各家主机厂的电池管 理系统通讯协议没有完全打通,以 至于换电电池包无法有效流通。 如今,越来越多的车企在换电领域 展开合作,首当其冲的就是统一标 准。标准化的建立,是后续实现公 共化、共享化换电的前提

重资产运营则是换电模式的 另一大挑战。中信证券研报指出, 单个换电站投资成本约491万元, 换电站投资成本主要包括设备成 本(换电机器人、电池仓、换电平台 等)、电池成本和建设成本。

"换电在一个城市进行布局, 需要超前建设基础服务网络,让用

户能在较为便捷的地方享受换电 服务。"张力表示,每座城市一开始 便需要大量资源去支持几十个换 电站的营运,但是车辆导入周期是 漫长的需要逐步爬坡,所以企业需 要承担整个资产经营的压力。

但换电模式越来越备受推崇, 归根究底在于其优势众多。在广 汽集团总经理冯兴亚看来,随着新 能源汽车保有量的增加,城市场景 中换电模式有无穷的市场,换电模 式实际上解决了私家车位拥有量 占比低带来的用户痛点。

同时,换电模式还可降低电网 负荷压力,并通过V2G方案形成 强大的削峰填谷能力。据了解,每 个蔚来换电站有600-700度电的 储能能力,站标约13块电池。其 中,2-3块用于用户更换所备电 池,其余10-11块电池在闲时可 随时接受电网指令向电网放电 5-10分钟,利用峰谷电价的差异 便可获得收益。

值得一提的是,换电模式下所 衍生的"车电分离"可显著降低购 车门槛,这也是蔚来应对汽车"价 格战"的重要手段。

根据蔚来的BaaS电池租用服 务,标准续航电池包租用服务费从 980元/月调整至728元/月,长续 航电池包租用服务费从1680元/ 月调整至1128元/月;现有用户和 新用户所支付租金可部分抵扣电 池买断费用。"仅用标准续航电池 包来算,相当于这个电池包8年免 息贷款。"蔚来联合创始人、总裁秦

力洪总结道。

"换电模式为汽车的赋能让电 池回归能源属性。"中信证券研报 分析称,动力电池并非越大越好 而是要灵活,电池灵活升级有助 于减少用户一次性成本投入,最 大化提高使用效率。蔚来75度 电池与100度电池差价达5.8万 元,75 度电池可以满足城市通勤 类日常需求,若有长途出行需求 可以选择日租或月租100度电 池。同时,换电模式下车辆始终可 以更新最新电池技术。

"换电和'车电分离'创新模 式,是国家政策支持和鼓励的重要 方向,能让用户持续享受电池技术 进步的红利。"路特斯集团 CEO 冯 擎峰也感慨道。

加速触"电"合资车企驶向新能源突围之路

本报记者 张家振 北京报道

在汽车产业电动化、智能 化转型的大变革浪潮和巨大 "能量场"中,合资车企无法缺 席,也不能缺席。

在2024年北京国际车展 上,长安马自达正式发布全面转 型电动化赛道的首款车型—— MAZDA EZ-6。同步亮相的还 有长安马自达第二款电动车的 概 念 模 型 ----MAZDA 创 ARATA,基于这一概念车开发 的电动SUV将于2025年量产并 投放市场,和MAZDA EZ-6一 起征战国内新能源市场。

马自达汽车株式会社董事 长、社长兼CEO毛笼胜弘在接 受《中国经营报》记者采访时表 示:"马自达与长安汽车将共同 迎接挑战,在中国市场发起新一 轮的攻势。展望未来,我们将在 合作共赢方面进一步探索,携手 推出第三、第四款新能源车型。 马自达在中国市场的新时代即 将到来。"

随着国内汽车产业加速迈 向电动化、智能化,自主品牌在 新能源赛道不断上攻抢占市场, 合资品牌面临的市场竞争压力 也与日俱增。国家信息中心统 计数据显示,从2022年开始,合 资品牌在中国的市占率已低于 60%,并在2023年进一步下滑到 50.2%。2023年,合资车企的新 能源渗透率仅为5.1%,远低于 自主品牌的59.4%。

在竞争压力倒逼之下,除 长安马自达外,东风本田、上汽 大众、悦达起亚等合资品牌也 纷纷迈上了新能源突围之路, 通过加速触"电"、提升含"电" 量的方式寻求转型发展机遇。 长安马自达执行副总裁邓智涛 更是直言:"在新能源赛道上, 合资车企的大反攻时刻到了!"

加速电气化转型

北京国际车展作为今年第一 个登场的大型国际车展,也成为各 大车企集中发布品牌战略,展示新 车型、新技术的主战场。

记者在现场采访了解到,在小 米汽车、比亚迪等自主品牌新能源 汽车流量"内卷"的同时,合资车企 电动化转型进程也成为业内关注 的焦点。其中,面对电动化和智能 化的发展浪潮,马自达和长安汽车 携手开启合资车企长安马自达的 电动化转型之路。

间,随着MAZDA EZ-6和MAZ-DA 创 ARATA 相继 是相, 与目达 品牌在中国市场的布局也变得 越发清晰,马自达和长安汽车将 共同深耕合资模式2.0,致力于推 出更多符合市场需求的高品质 产品。这无疑将为正身处竞速 赛关键赛点的合资品牌新能源 转型提供一个可供借鉴的观察 样本。

据了解,在北京国际车展期

对于首款新能源车型 MAZ-

DA EZ-6定位轿车市场的原因, 马自达汽车株式会社常务执行董 事、马自达中国企业管理有限公 司董事长中岛徹告诉记者:"在中 国汽车消费市场,轿车市场目前 依旧是主流市场,我们希望通过 推出EZ-6实现在中国的第二次 快速发展,同时我们也在准备 SUV新能源车型。"

另一大主流合资车企上汽大 众的电动化转型也明显提速。据 了解,上汽大众在携多款爆款燃

油车集体献礼公司成立40周年的 同时,以ID.3、ID.4 X、ID.6 X等 为代表的ID. 家族也成为吸睛的

针对不断扩张的纯电市场用 户需求,东风本田也正加快纯电技 术导人。今年北京国际车展期间, 东风本田首次集结了全新的"绿色 阵容",携猎光e:NS2、灵悉L和烨 S7,以及CR-V插混和英仕派插混 等组团迎接市场挑战。

据东风本田总经理渡边丈洋

介绍,东风本田近期发布的"烨"系 列纯电产品高度融合了本田"W架 构"最新技术,在"烨"车型上也会 率先使用本田新H标。

东风本田执行副总经理潘建 新也表示,整个市场对动力结构 的诉求是东风本田的未来方向。 "东风本田作为含'电'量较高的 合资品牌,基本实现了混动全覆 盖和主销车型插混覆盖,并将坚 定不移地满足客户纯电动需求, 加速转型步伐。"

"卷"入新合资时代

中国汽车市场正迈入"卷技 术""卷产品""卷营销"的全面"内 卷时代",传统合资品牌也已"卷" 入新合资时代。

中国汽车流通协会会长助理 宋涛表示,自2021年开始,合资品 牌细分市场逐渐呈现竞争压力增 大、市场表现下滑之势。随着新能 源品牌冲击加大,合资品牌2024年 将面临更大的挑战。

记者梳理发现,面对不断加剧 的汽车消费市场竞争和电动化转 型压力,合资车企并没有一味将 精力放在"卷"电动产品市场占有 率上,而是在稳住原有燃油车市 场优势的同时,寻求电动化转型

的新突破。

据了解,2023年上汽大众提出 了"促油车、稳电车、上奥迪"九字 方针,并在今年完善为"油电同进、 效率优先、品牌刷新"十二字方 针。在此前提出"油电同智"概念 的同时,上汽大众将聚焦"油电同 进",推动ID.家族电动车智能化、 娱乐性不断进阶。

毛笼胜弘在接受记者采访时 就坦言,各国在电动化方面的进展 和速度是不相同的,中国电动化的 进展速度无疑是最快的。所以,马 自达会根据各个国家电动化发展 速度而制定相应的规划。"对于中 国以外的市场,电动化发展进程确

实面临着很多阻力,与之相对应, 各个厂家的电动化布局也都在往 后推移。到2030年,马自达在全球 市场的电动化产品比例目标会定 在25%—40%的范围。"

上汽大众总经理贾健旭则给 出了纯电、混动和油车"三分天 下"的产品结构设想。"我们必须 要调整产品型谱和产品结构,形 成三分之一电车、三分之一混动、 三分之一油车的产品结构。而且 我们不会卡着国家标准投机取巧 地去做电动车产品,而是更多地 满足消费者的场景需求,让消费 者复购新产品。"

在产品布局、技术导入等领

域,潘建新直言:"市场的大结构调 整、大技术换代,必然会带来损耗, 但东风本田品牌优先以及坚持长 期主义的方式不会变,即便是损失 利润也将确保满足用户多样化的 动力结构需求。今年市场竞争更 加激烈,就要求我们再调整结构, 包括资源重组分配要更快,整个营 销产品结构实现'稳燃油,增混动, 拉纯电'三步走。"

据了解,东风本田在2023年9 月推出全新灵悉品牌和首款概念 车的同时,喊出了"新合资时代,灵 悉要做引领者"的口号。根据规 划,预计至2025年,东风本田的电 动化产品比例将超过50%,2030年

将累计推出10款以上纯电动车型。

在2023年3月发布新能源战 略并陆续推出起亚EV6和EV5等 新能源车型电动化产品的同时,燃 油车仍是悦达起亚布局的重点。 起亚中国首席运营官杨洪海表示: "尽管新能源浪潮汹涌,起亚在中 国的电动化转型也无比坚定,但燃 油市场的基本盘依然需要稳固,所 以'油电并行'是起亚着眼当下与 未来的布局。"

在业内人士看来,在更加"内 卷"的新合资时代,多技术路线并 进、全品牌领域发力依然是以东风 本田为代表的合资车企加速转型 的主基调。

反向合作技术成趋势

另一个值得关注的趋势在于,随 着自主品牌在电动化、智能化等方面 的技术积累优势不断凸显,合资品牌 正寻求反向导入自主品牌核心技术, 赋能产品快速实现市场突破。

"10年前,对于长安马自达来 说,更多的是引进马自达相应的产 品技术和生产技术进行发展。但 是从现在乃至未来,从中国电动市 场发展方面考虑,长安马自达会更 多地引进长安汽车先进的电动化、 智能化技术。"毛笼胜弘在接受记 者采访时表示。

据介绍,在MAZDA EZ-6开 发过程中,马自达和长安汽车方面 都派遣了数十名高级工程师,作为 一个团队共同去研发这款车型,同 时结合了长安汽车诸多电动化、智 能化技术成果。

中岛徹也告诉记者:"未来在 其他车型上,我们也会延续双方母 公司之间的技术优势,为中国用户

提供更高价值的产品。"

为了提升在中国汽车市场中的 存在感和占有率,起亚在不断调整 市场与营销策略的同时,也正寻求 新的技术合作和创新。杨洪海表 示:"未来,起亚也会尝试与中国本 土企业展开合作,比如百度、小米、 华为等技术企业。通过合理整合这 些企业的资源,将更前瞻化、本土化 的技术导入到起亚的产品中。"

据了解,2023年3月,悦达起

亚对外发布了新能源战略,计划从 2024年开始,每年将推出至少一款 基于E-GMP平台开发的纯电动汽 车;到2027年,将共计推出6款纯 电动车型;到2030年,实现纯电动 车型年销量18万辆的目标,销量占 比达到40%。

在新能源战略引领下,起亚在 中国市场陆续推出了由中国技术 研发中心工程师参与研发,并根据 中国用户实际需求量身定制的起

亚EV6、EV5等新能源车型。据杨 洪海透露,起亚在今年下半年计划 推出起亚EV5 GT-line车型,以进 一步满足中国市场用户的需求。

在外部合作领域,东风本田同 样展现出高度开放的姿态。据渡边 丈洋介绍,东风本田在北京国际车 展上展示的GT车型,在智能设备 上有一些便是与华为合作的成果。 另外,在地图、动力电池等领域,东 风本田也在和部分公司进行合作。