

与蔚来汽车达成充换电战略合作 中国一汽加速丰满新能源转型“羽翼”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

中国一汽新能源产业链战略布局再向前迈进一步。《中国经营报》记者获悉，中国一汽与蔚来汽车在5月21日签署了一份战略合作框架协议。中国一汽董事长、党委书记邱现东，蔚来汽车创始人、董事长、CEO李斌出席签约仪式。

5月22日，中国一汽方向向记者提供的资料显示，根据战略合作

南北“联姻”

加入换电联盟的车企将与蔚来汽车一起推动建立统一的电池标准体系。

从长春到合肥，跨越1900多公里，“中国汽车工业的长子”中国一汽与新势力车企龙头蔚来汽车之间的“联姻”吸引了诸多目光。

记者了解到，这份战略合作框架协议是5月21日在长春召开的“吉林·安徽合作发展交流座谈会上”签署的。值得关注的是，本次交流座谈会由吉林省委书记、省人大常委会主任景俊海主持，安徽省委、省人大常委会主任韩俊出席会议。也就是说，中国一汽与蔚来汽车此番合作是在吉林省委、安徽省委推动下完成的。

中国一汽与蔚来汽车在换电领域牵手合作并不难理解。

现阶段，消费者对于电动汽车最大的顾虑是补能问题。每逢节假日，高速公路上电动车排队充电的景象总是出现在聚光灯下。而换电是能够实现快速补能的途径之一，能够在几分钟内完成电池更换，用户无须下车，有着类似加油的快速补能体验，大大提升了补能效率。

除了补能问题，新能源汽车进入主流替代阶段还面临成本的制约，电池价格高是部分消费者对电动车不感兴趣的原因之一。而换电的模式，消费者在购车时不必购买电池，而是根据需求租用特定的电池包，这种方式可以降低消费者初始购置成本。而

框架协议，中国一汽与蔚来汽车将围绕电池技术标准、可充可换电池车型研发、电池资产管理及运营、充换电补能生态服务网络建设及运营、电池产业采购与配套等开展全方位、多层次的深度战略合作。

“双方此次战略合作，将会进一步推动换电技术标准化、换电模式通用化以及换电网络规模化进程，解决用户里程焦虑，助力中国智能电动汽车产业的高速发展。”

且，消费者还无须承担电池的折旧与损耗成本。

基于此，换电模式的热度持续升温。当前，蔚来汽车的换电站已经可以实现3分钟换电。在行业内，蔚来汽车布局换电业务较早，并且已形成先发优势。

不过，蔚来汽车的换电业务目前还面临比较大的成本压力。蔚来汽车副总裁沈斐此前曾透露，蔚来换电站的盈亏平衡线在一天50~60单，目前蔚来汽车换电站的日均单量为35~36单，需要更多汽车品牌加入从而减少亏损。

而对于入局换电赛道的“后来者”而言，换电站的建设和运营需要较高的投入，周期长，后入局者难以在短时间内建立起优势。为此，行业内一些主流车企选择坐“顺风车”，加入蔚来汽车“换电联盟”。

换电模式若要实现共享，需要不同车企在车型定义阶段相互打通。据悉，加入换电联盟的车企将与蔚来汽车一起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，以及推进可为双方车型均提供换电服务的站端解决方案落地。同时，双方还将推动换电运营网络、运营商之

李斌说道。

换电与充电是当前电动汽车两大补能方式。当前，电动汽车仍然存在充电不方便、充电时间长等行业难题，多家车企选择同时布局换电业务。去年9月，在中国一汽党委常委会上，中国一汽方面也强调要“加快建设充电、换电双维补能生态”。

当前，在新能源战略方面，中国一汽正在坚定推进“All in”新能



中国一汽与蔚来汽车将在充换电领域开展深度合作。

本报资料室/图

源的互联互通，推动建立统一的换电运营管理体系，搭建更大规模、标准化、统一性的能源基础设施网络，实现规模化优势，并建立动力电池全生命周期管理体系，建立高效的电池资产管理平台和电池资产运营机制。

全球管理咨询公司麦肯锡此前发布的报告显示，换电业务有着显著的规模效应，即换电服务的单位成本会随着换电站利用率的提高而下降。这也就是蔚来汽车试图扩大“换电联盟”的逻辑所在。

中国一汽在换电领域此前已有布局。早在2021年11月，依托“旗E春城绿色吉林”项目，红旗E-QM5新能源换电车已在长春投运。不过，上述尝试仅局限在新能源换电出租车的范围。

2022年3月，新红旗E-QM5 431km换电乐享版车型上市。中国一汽方面表示，新车快速充电电

能可实现充电10分钟、行驶百公里，换电版车型换电操作时间少于1.5分钟。彼时，红旗换电版车型在长春市已累计试运行超过3000万公里，顺利通过东北地区零下30摄氏度极寒天气的考验。

中国一汽换电业务持续进阶。2023年4月，在上海国际车展期间，中国一汽方面向记者表示，“旗帜”超级架构FMEs下的电驱平台HME，提供可充可换的多版本车型。其中，换电车型续航里程达600公里，能做到60秒极速换电，后续还可实现电池升级。

中国一汽的目标是，到2025年，中国一汽新能源汽车产销量将超过145万辆。在纯电动汽车方面，中国一汽目前的表现和销量都不算惊艳，通过与蔚来汽车在换电业务上达成合作，解决用户补能焦虑，可以扩大中国一汽在新能源汽车赛道中的话语权。

概括地来看，他们指出，企业布局新能源汽车在一开始投入会比较大会比较大，不应考核其当期利润，应出台政策破除相关障碍，转向考核央企的技术、市占率以及未来发展。并且提醒，需要正视央企在新能源汽车发展中存在的差距与不足，应加大资源投入、加快转型步伐。与此同时，要大胆探索推动央企新能源汽车“搞上去”的政策与举措，要加快创新、“放开手脚”促转型。

张玉卓以及苟坪所指的汽车央企包括中国一汽、东风集团以及长安汽车。在国务院国资委有意推动央企新能源汽车业务发展

中国一汽的新能源转型棋局

在推动央企新能源汽车业务发展的背景下，中国一汽有着加速新能源汽车布局的强烈愿望。

最近，中国一汽在新能源汽车领域的动作颇受关注。除了与蔚来汽车达成合作，5月17日，中国一汽盐城分公司正式投产。中国一汽盐城分公司新能源工厂正式在公众面前亮相。

这对中国一汽而言意义重大。中国一汽党委副书记王国强在投产暨首车量产仪式上表示，作为中国一汽新能源产业链战略布局的重要一环，中国一汽盐城基地投产极大地补充了中国一汽自主新能源汽车产能，标志着中国一汽新能源战略布局迈出关键性一步。

王国强强调，作为中国一汽设立的新能源乘用车生产基地，盐城分公司未来将承担起奔腾品牌多款新能源车主力车型的生产任务，成为支撑中国一汽自主品牌发展、推动一汽奔腾新能源转型的重要保障。一汽奔腾新能源转型的首款产品——奔腾小马将于5月28日正式上市。

可以看到，无论是去年年底先后与深圳市、广东省政府达成战略合作，还是对盐城分公司新能源工厂的布局，抑或是与蔚来汽车达成充换电战略合作，均是中国一汽意欲加速向新能源汽车转型而作出的决策。

今年3月，国务院国资委主任张玉卓以及副主任苟坪在多个公开场合发表的针对央企新能源汽车业务发展的讲话，引起业内外对央企电动化转型的关注。

按照此前的规划，到2028年，红旗品牌将累计推出11款纯电动车型和11款插电式混合动力车型，实现从A级到D级轿车、SUV、MPV等细分市场的全覆盖。当前，汽车行业竞争激烈，中央汽车企业与头部新能源车企相比，仍存在明显差距。作为中央汽车企业，中国一汽向新能源转型升级需要按下“加速键”。

当前，中国一汽正在加快“高、精、尖、特”前沿技术研发。以“All in”新能源战略为指引，在新能源、智能网联、整车集成等领域实现关键核心技术突破。

以新能源领域为例，截至目前，中国一汽已累计突破353项关键核心技术。红旗最新发布的红旗EH7车型搭载了红旗最新研发的超高速高效电驱系统，转速高达22500转/分钟，系统最高效率达96%，在已量产车型中位列行业第一。

“面向中国汽车产业转型升级的重大机遇，中国一汽坚定走好新时代汽车产业的必由之路，坚定实施新能源发展战略，全面加速推进新能源的产业布局。规划到2025年，集团公司的整车销量将突破400万辆，新能源汽车销量达到100万辆。”王国强近日表示。

日系车企的“吸金”秘籍：“谨慎”与“激进”并存

本报记者 陈燕南 北京报道

近日，日系车企三强丰田、本田、日产相继发布2023财年（即2023年4月至2024年3月）财报。其中，丰田成为全球最为“吸金”的车企，超过中国目前排名前10车企利润的总和，

也是日本近400万家企业中，营业利润首次超过5万亿日元的上市公司。同时，日产和本田也在本财年交出了一份优异的“答卷”。在营收和利润方面都实现了双增长。

有业内人士认为，纵观丰田、本田、日产财报，可以发现销量增

长、日元贬值、成本控制以及稳健的商业策略是三家企业营收与利润双双增长的主要原因。

然而对于备受关注和挑战的中国市场，日产汽车公司总裁兼首席执行官内田诚在接受《中国经营报》记者采访时表示：“现在中国发展速度确实非常快，对于

中国市场来说，我们要优先关注速度，以及为中国市场进行定制化设计。如果我们不能满足消费者需求，我认为将很难保持在中国的节奏。”

某全球著名咨询公司商品战略顾问总监潘俊在接受记者采访时表示，丰田之所以能够成为全

球最为“吸金”的车企，主要是因为其强大的研发能力和高效的供应链管理，同时丰田拥有丰富的车型系列。此外，丰田汽车在生产效率、成本控制和质量管理方面也有出色的表现。在这些因素共同作用下，使得丰田汽车的利润率一直较高。

不过，萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受记者采访时指出：“国内新能源汽车市场的快速发展给日系车企带来了压力。随着国内汽车市场的竞争加剧和消费者需求的升级，日系车企在品牌影响力、售后服务等方面还有待继续提升。”

“保守派”押注混动 营收利润双增长

在蝉联四年全球第一大汽车制造商后，丰田又交出了一份亮眼的财报。2023财年，丰田营收达到约45.09万亿日元，较上一财年增加约7.94万亿日元，增幅约21%。营业利润达到约5.35万亿日元，较上一财年增加约2.63万亿日元，增幅超96%。

值得注意的是，丰田不仅是日系中最赚钱的车企，在全球车企利润排行榜中也独占鳌头。对比来看，丰田营业利润率为11.9%，高于特斯拉的8.2%和大众的7%。

本田和日产也实现了不俗的成绩。数据显示，本田在2023财年营收20.43万亿日元，较上一财年增加3.52万亿日元，同比增长20.8%。营业利润为1.38万亿日元，同比增长77%，利润率为6.8%。日产汽车2023财年实现合并净收入12.69万亿日元，较上一季度增加了2.08万亿日元，同比增长19.71%。经营利润0.57万亿日元，较上一年增加了0.19万亿日元，同比增长50.8%，利润率为4.5%。

在对营收增长的解释中，上述日系车企不约而同提到了汇率变动、销量增加、定价效果等带来的影响。例如，丰田方面称，其营业利润的增长，主要得益于以混合动力车型为中心的电气化车型销量的增加，高收益车型畅销带来的收

益结构改善，对北美、欧洲等市场的价格调整，汇率的变动，以及其努力改善成本，对冲了原材料价格上涨的影响。本田方面则表示，虽然存在通货膨胀的影响，但商品价值提高以及四轮车型销售台数的增加，推高了其营业利润。

事实上，混合动力汽车实现了24.5%的增长是丰田业绩增长的核心动力。“丰田汽车之所以能成为最为赚钱的车企，一方面得益于其卓越的成本控制能力和高效的生产管理；另一方面，丰田在混合动力技术方面的领先地位也使其在节能车市场占据优势地位。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示。

有业内人士认为，丰田之所以能在全球市场中独树一帜，源于其在转型中的独特策略——不盲目追逐纯电动车，坚持盈利为先的策略。

而在此之前，日系车企的这一举动被看作是车企转型中的“保守派”。“对企业来说什么是输，什么是赢定义并不明确。但在当下，当务之急是求生存，这是最为重要的。”丰田汽车公司董事长丰田章男对此进行了反复强调。

事实上，随着汽车新四化的到来，不少车企在转型之路上选择

了纯电路线，然而却遭遇大面积亏损。有分析人士指出，率先进入纯电市场并不能保证长期成功。技术、消费者偏好和市场动态的变化也有可能使早期的领先者变得过时。

一直以来，日系车企追求的是多条技术路线并行的方式面对时代的挑战。丰田汽车公司首席技术官中岛裕树表示：“自1997年我们推出普瑞斯以来，丰田认为HEV（混合动力汽车）是一种实用的解决方案。随着电池的发展和能源状况的变化，BEV（纯电动汽车）应运而生。就个人而言，我认为PHEV（插电式混合动力汽车）中的P不是Plug-in（插入的），而是Practical（实用的）。丰田的多路径是根据每个地区的能源状况提供不同的解决方案。我们会全方位地开发HEV、PHEV，实用的BEV和FCEV（燃料电池汽车）。”

有分析人士指出，丰田的混合动力汽车技术被视为其电动化战略的核心，掌握了HEV制造，也就为插电式混合动力汽车和电动汽车的研发奠定了坚实基础。因为，每一部混合动力汽车上都有电池、电机、电控三个核心零部件，这种技术的可延展性，使得丰田在战略调整中更加游刃有余。

“后发者”逆流而上 重金加码电动战略

通过良好的策略，日系车企在全球销量榜单上占得一席之地。官方数据显示，2023财年，丰田（含丰田、雷克萨斯、日野、大发等）全球销量约为1109万辆，同比增长5%；本田（四轮车）全球销量约410.9万辆，同比增长11.4%；日产全球销量约为344万辆。然而，在追求效率的中国市场上，日系车型的销量成绩却呈现出疲态。

乘联会数据显示，4月主流合资品牌零售45万辆，同比下降26%，环比下降9%。日系品牌零售份额15.2%，同比下降3.6个百分点。

具体来看，1~4月本田在中国的终端汽车累计销量为280738辆，同比下滑10.9%。广汽丰田4月销量为52251辆，环比下滑5.66%；一汽丰田4月交付56536辆，环比下滑2.58%。日产汽车中国区（含乘用车和轻型商用车两大事业板块）在4月销量为54921辆，环比下滑8.33%。

“我们的挑战依然存在，其中销量增长是最大挑战，也是重中之重。”内田诚坦言。

潘俊对记者表示：“对于日系车企来说，中国市场的销量下滑

的原因可能包括竞争加剧、品牌定位调整、新车型推出速度较慢等因素。此外，他们在全球市场也面临着许多困境和挑战，包括技术创新、品牌建设、营销策略等方面的挑战。因此，他们需要更积极地应对市场变化，寻找新的增长点。”

面对种种挑战，在部分国际车企决定放缓推进电动化进程的大背景下，日系车企在这时却选择了“激流勇进”。

5月16日，本田围绕汽车电动化各项举措举行新闻发布会，其中包括电动化目标的推进思路、采购与生产结构改革、电动化产品线战略、财务战略等方面内容。本田汽车CEO三部敏宏表示，到2030年，本田将投资10万亿日元，努力向电动化转型。值得注意的是，这一数字是本田于2022年4月承诺的5万亿日元的两倍。

在中国市场，本田计划到2027年前投放10款纯电动车型，到2035年，使纯电动车销售比例达到100%。除目前已经推出的e:N系列外，本田还将通过发布新型纯电动车“烨”品牌，持续扩大纯电动车产品阵容。

日产同样也在加码电动化。

据了解，日产宣布到2026财年，将对中国市场73%的日产品牌产品进行换新，并推出8款新能源汽车车型，其中包括5款日产品牌车型。此外，日产汽车宣布与百度进行合作，双方将开展在人工智能与智能汽车领域战略合作的可行性研究。

值得注意的是，丰田也在寻找新的增长点，从而固守全球“老大哥”的地位。根据规划，丰田将在人工智能、电动汽车和软件等领域投资1.7万亿日元。此外，丰田宣布与腾讯建立了战略合作伙伴关系，丰田将结合腾讯的AI大模型、云、数字化生态等优势能力，为用户打造个性化、多样化的移动出行体验。

詹军豪在接受记者采访时表示：“目前，日系三巨头正在积极进行电动化转型，这是他们应对全球汽车市场变革的重要一步。虽然他们在纯电动汽车领域起步较晚，但他们在技术积累、品牌价值和制造经验方面仍然具有优势。为了实现顺利转型，他们需要在研发上加大投入，与供应商建立紧密合作，并且探索新的商业模式和服务模式，以适应中国电动汽车市场的特点。”