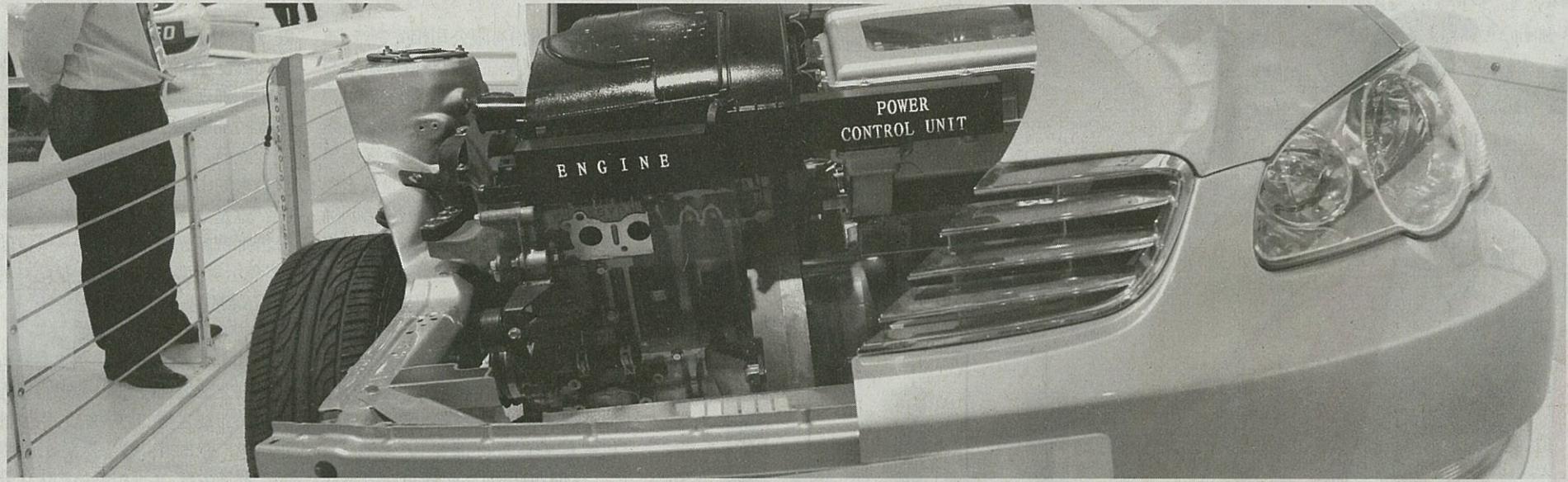


# 中国经营报

## CHINA BUSINESS JOURNAL



比亚迪F3DM 双模电动车

茅硕 / 摄影

## 电动车： 中国改变世界风向？

本报记者 余跃 周树远 广州 北京报道

一向对内燃机技术情有独钟的大众汽车，“忽然”迷上了电动车。在“如愿”与比亚迪达成合作意向后，这家意欲称霸全球车业的德国车企在电池领域已经拥有了三家合作伙伴。

然而事实是，一方面，有关电动车能否较快产业化的命题仍在论证；一方面，越来越多的车企已经开始涌入电动车开发领域。而这一趋势，与中国市场息息相关。

### “电动车热”

“几年前，大家还在对比亚迪造电动车不屑一顾。如今，在国家扶持政策及市场需求导向作用下，车企也纷纷开始‘倒戈’了。”面对当下的“电动车热”，比亚迪公关经理徐安在接受《中国经营报》记者采访时苦笑道。

就在前几天，德国大众与比亚迪就新能源的配套合作签署谅解备忘录一事再度在业界掀起轩然大波。“实际上，在大众CEO文德恩于上海车展期间透露合作意向之前，大众副总裁就已经多次考察比亚迪。”比亚迪的另一位内部员工表示，此次大众拟在混合动力和由锂电池驱动的电动车领域与比亚迪进行深入合作。

随着全球汽车工业下滑在金融危机背景下加剧，以及中国打造新一轮与外资汽车同时起跑格局的信心的增加，不仅是比亚迪，包括中国政策部门及其他众多汽车企业，都在逐渐把电动车的研发作为新的目标。

在2009年4月的上海车展上，包括奇瑞、比亚迪、吉利、海马、力帆和长城等几乎所有的国内车企都纷纷展出了“电动产品”。除随后即将上市的比亚迪E6和奇瑞瑞麒M1-EV外，国内目前已有近10款新能源汽车拿到了“准生证”，一批新能源汽车包括“零排放”纯电动汽车将陆续上市。

而跨国车企也似乎在循势而动——2009年4月，大众汽车发布主攻电动车的“2018”战略；通用也在华发布指向电动车的“动力总成战略”；福特也在极力宣扬电动车的市场前景以及技术优势，奔驰也于最近公布了一系列电动车概念产品；就连一向以混合动力作为向国际市场攻坚武器的丰田，现在也频频宣扬自己的电动车技术有多先进。

“眼下的确是有这样一股电动车热。”东风电动车公司研发工程师石勇在接受《中国经营报》采访时表示，从科技部“863项目”到其后的车企自发参与的新能源车项目，现

在不搞电动车似乎都会被看成是“异类”。

### 中国导向

这决不是一个巧合。中国正越来越体现出改变世界风向的力量，而其中，车企对于中国电动车市场的美好预期似乎是最明显的刺激因素。

当全球汽车产业陷入危局之时，中国市场似乎“风景这边独好”。“中国电动汽车市场再次显示出其独有的特质。”战略资讯公司贝恩公司近期发布了一项电动汽车市场的全球调研报告，这份基于对全球4000多位城市车主进行访谈的调研报告表明，“10万元左右的价格定位已有一定的吸引力，在这个价格基础上，如果电动车产品和充电配套能顺利到位，目前中国市场潜在的电动车买家可能达到20万。而在更低的5万元人民币价格，潜在客户可能直逼30万。”

“此前日产在美国市场也有混合动力车型生产和销售，但当美国市场那一轮混合动力热潮过后，我们发现混合动力车型在美国市场依旧微不足道，于是开始将新能源汽车的研发更多的放在电动车领域。”日产中国公关经理沈莉在接受《中国经营报》记者采访时表示。

“在这轮经济危机中，力推电动车产业化的好像只有中国。”江苏常熟合众环保能源技术研究所所长沙永康告诉记者，除开中国作为世界重要电动车市场这个因素外，时下中国政府对电动车的引导政策和资金支持，更是刺激了车企的电动车兴趣。

2009年3月20日，国务院办公厅公布的《汽车产业调整和振兴规划》中提出，未来三年“形成50万辆纯电动、充电式混合动力和普通型混合动力等新能源汽车产能，新能源汽车销量占乘用车销售总量的5%左右”。按照这一要求到2011年，这个数字将比全球最大的新能源汽车市场美国2008年的销量多出近20万辆。

日前，国家能源局相关负责人在某再生能源金融论坛上透露，中国的新能源振兴规划即将出台，随着相关发展目标的调整，中国在新能源领域的总投资将超过3万亿元。

### 廿年轮回？

“虽然此前数十年，中国对于新能源车路线一直处于激烈辩论当中，但眼下，当国家和大多数车企都开始谈电动车时，电动车似乎就成了新能源汽车解决方案的主流。”

### 部分车企电动车商业化进程

图表来源：贝恩公司全球电动汽车调研报告

	2009年	2010年	2011年
比亚迪	▲ 与大众合作，共同研发磷酸铁锂电池	▲ 向以色列出口比亚迪E6和F6DM	▲ 出口至美国和欧洲市场
奇瑞	▲ 奇瑞S18,7万元人民币	▲ 奇瑞瑞麒M1-EV,<10万元人民币	
众泰	▲ 2008EV,12万元人民币		
吉利	▲ 熊猫,<10万元人民币		
哈飞		▲ 赛豹电动汽车，主要出口美国	
长城		▲ 长城Kulla,6万~7万元人民币	
上海通用			▲ 雪佛兰Volt(美国)
三菱	▲ iMiEV;与香港政府签订协议，5月在香港进行路试;20万~28万元人民币		
日产			▲ 电动汽车，2011年初
丰田		▲ 2010款丰田普锐斯(14万元人民币)	▲ 凯美瑞混合动力轿车(约20万元人民币)
本田	▲ 将于6月起进口思域混合动力乘用车(约18万元人民币)		
戴姆勒		▲ S400 Blue HYBRID(>63万元人民币)及更为先进的M级柴电混合动力SUV	
宝马	▲ 推出电动和混合动力概念车，考虑在中国市场销售		
大众	▲ 与比亚迪合作，共同研发磷酸铁锂电池		

中国汽车工业咨询委员会委员陈光祖表示，但这并不意味着电动时代的真正到来。

此前，国内的电动车项目也被列入“八五”、“九五”的重点科技攻关项目。“十五”期间，科技部把混合动力、氢燃料电池车一并打包列入“863”电动汽车重大科技专项。从国家到地方总投资约24亿元。不过，近20年过去了，国内电动车项目依旧没能进入商业化生产。

“从眼下的情况看，由于电动车的普及标准没统一，电池及通用件技术等还不成熟，也没统一，国内这轮电动车投资热，无疑是比较仓促的。”沈莉有些无奈地说道，尽管眼下，日产在国内这一轮的电动车热潮中似乎占到先机，不过目前日产与武汉市并没有签署可供操作的具体电动车实施协议，“能做的工作依旧停留在基础设施考察、市场调研、教育公众消费意识等方面。”

“现阶段，新能源的解决方案出现了一个断层。”沙永康表示，政府态度已经明确，现在

缺少的是消费者买得起的电动车产品，而眼下的电动车依旧像是一个高档的奢侈品。“工信部对于科技部此前十多年的新能源车解决之道似乎不甚了解，以至现在力推的电动车产业化与此前的‘863’等传统项目出现了脱节。”

“眼下，电动车仅是一个美好的愿望。”知名汽车评论员贾新光分析，虽然国内车企又一次集体起哄，但实际上电动车的固有弱点依然没有得到解决。消费者的接受度依旧是电动车产业化的难点。“消费端的想法是，电动车价格降下来了，就会实现批量产销，而只有批量产销了，成本和价格才能降下来。这似乎是短期内无法调和的矛盾。”

对于在传统燃油动力方面落后于人的中国汽车业来说，电动车承载的不仅仅是环保意义，更是被国内车企视为新一轮技术革命的“新阵地”。尽管从长远看，电动车的确是新能源有效解决方案，但国内车企在集体冲动的热情背后，电动车产业化依旧需要“慢慢来”。