

欧盟 2035 年 全面“禁燃” 自主品牌迎新机遇



闻言培

1886年9月,德国著名的戴姆勒-奔驰汽车公司创始人之一,被誉为“汽车之父”的卡尔·本茨驾驶着一辆三轮“马车”穿梭在大街小巷。奇怪的是,这辆“马车”前边没有马,也没有辕杆,靠着三个轮子就能往前走,这个颠覆当时人们认知的东西正是世界上第一辆汽油发动机汽车。一百多年后,随着日益严苛的碳排放法规和全球碳中和的目标指导下,跨越百年的燃油车将退出历史舞台。

身为汽车工业最发达的地区,欧盟于近日终于批准了禁售燃油车的法案,正式宣告欧盟所有27个成员国的汽油、柴油新车最多还能再卖12年!当地时间2月14日,欧洲议会在斯特拉斯堡以340票赞成,279票反对以及21票弃权的投票结果,通过了欧委会和欧洲理事会达成的《2035年欧洲新售燃油轿车和小货车零排放协议》。

按照规划,截止到2030年,家用轿车碳排放量将减少55%,货车碳排放量减少50%。另外,欧盟委员会计划在2025年前针对市场中销售的汽车和货车提供二氧化碳排放的评估报告,并会提出相应的立法建议。到2026年12月,欧盟委员会将监测排放限值与实际燃料和能源消耗数据之间的差距,报告调整制造商具体二氧化碳排放量的方法,并提出适当的建议。而到

2035年,所上市的汽车和货车二氧化碳排放均将减至零。也就是说,未来汽油、柴油、油电混合动力、插电式混合动力、增程式动力车型,从2035年起无法在欧盟成员国上市。

欧盟议会新规首席谈判代表扬·惠特马(Jan Huitema)表示:“新规鼓励生产零排放和低排放汽车,包含对2030年和2035年零排放雄心勃勃目标的修订,这对于到2050年实现碳中和至关重要。”

欧洲车企加速电动化转型

对于欧洲汽车市场来说,这一协议的实施,将加速推动各大车企的电动化进程。截至目前已有多家欧洲传统车企发布了停售燃油车的计划。大众集团在2022年3月宣布在2035年前在欧洲市场停售燃油车,大众旗下奥迪将更前一步,2033年实现这一目标。2025年推出最后一款内燃机车型;宝马最迟2030年在欧洲将有至少50%的车型是纯电动车,累计纯电动车销量达1000万辆;奔驰将在2030年只销售纯电动汽车,从2025年开始所有新车的开发都基于纯电架构;沃尔沃是最早发布禁燃时间表的欧洲车企,2021年3月沃尔沃就宣布2025年纯电和混动各占50%的计划,2030年成为纯电品牌。

尽管在过去的一年里欧洲汽车市场处于下行态势,但新能源汽车依然维持增长的势头。数据显示,2022年欧洲纯电动汽

车的市场份额达到12.7%,销量为158万辆,上涨了3%;混动汽车的市场份额达到22.6%,销量为264万辆,上涨8.5%;插电式混动则同比下降了2.7%,销量为101万辆;汽油和柴油车的市场份额占一半以上,但处于快速萎缩中。

自主品牌迎新机遇

在全球汽车产业“新四化”的变革中,中国起步早、发展快、体量大,同时也是技术最好,市场最成熟的国家之一。毫无疑问,欧洲禁售燃油车将给中国新能源汽车企业更多的施展拳脚的舞台。

中汽协数据显示,2022年中国汽车出口量突破300万辆,跃居世界第二乘用车出口大国。其中,新能源车出口量为67.9万辆,在欧洲市场占比49%,超过30万辆。近几年,中国新能源汽车出口欧洲的数量明显增长,而欧洲更是中国车企海外布局的首选地。

2022年9月28日,比亚迪召开新能源乘用车欧洲线上发布会,面向欧洲市场推出三款车,包括汉、唐及元PLUS,并公布官方预售价格。另外,比亚迪还与SIXT公司签署10万台新能源汽车订单;上汽名爵MG MULAN全球上市,并启动了新车的“万辆赴欧”发运仪式。同时,服务与配套进入欧洲16个国家,品牌销售网点已从2020年的65家,快速扩张到超

过400家,今年底预计能达到650家;蔚来在德国柏林举行发布会,开始在德国、荷兰、丹麦、瑞典4国市场提供服务。同时,在德国柏林建立研发中心,在匈牙利佩斯州建设新工厂等。

此外,国内的其他相关企业也纷纷布局欧洲,加速国际化进程。去年6月,国轩高科启动了德国生产基地。这一生产基地在收购博世集团的德国哥廷根工厂基础上,将传统汽车零部件生产转型升级为动力电池制造。根据规划,该项目动力电池年产能将达18吉瓦时;宁德时代在德国图灵根州投资18亿欧元建设动力电池基地,预计2026年将实现年产能60吉瓦时。该项目将为宝马、戴姆勒、大众等汽车制造商提供电池,还创造了超过2000个就业岗位。另外还有亿纬锂能、蜂巢能源、当升科技、江苏国泰、天赐材料、新宙邦、中伟股份等均已宣布将在欧洲投资建厂。

乘联会秘书长崔东树认为,随着欧盟2035年禁售燃油车议案的通过,将更利好国内自主品牌。未来5年,中国新能源汽车市场和全球新能源汽车市场必然会形成持续的强增长态势。

电气化较量进入下半场,合资品牌纷纷发力本土化研发

智能汽车浪潮凶猛来袭,特斯拉、新势力以及自主品牌已经成为了这个新时代的弄潮儿。而在传统汽车巨头阵营中,大部分品牌在转型中都表现非常挣扎,大众、丰田、本田力推的纯电动车并没有引起大的波澜。不过,来到近一年,开局受挫的合资品牌开始尝试新的途径以加速电气化转型。

当下,智能化已经与电动汽车深度绑定,而一直以来,中国消费者独特的互联网使用习惯,让合资品牌摸不着头脑,这也是诸多合资电动车折戟沙场的重要原因。有业内人士表示:“在电气化时代,引进全球车国产不再是合资品牌销量密码,在中国,能否为中国消费者量身打造技术和产品是合资品牌转型的关键。”

近日,东风本田在新春媒体答谢会上表示,2023年东风本田将围绕电动化品牌“e:N”以及油混和插电式混动技术路线,持续推出更多的电动化车型。预计到

2025年,东风本田电动化产品占比将达到50%。到2030年不再投放新的燃油车,所有新车均为纯电动车和混合动力等电动化车型。

值得关注的是,东风本田计划于2023年推出旗下全新的自主品牌。有业内人士表示,新的品牌将进一步加快东风本田的电动化进程,便于部分本土化需求的快速落地。

相比本田,大众、通用在更早的时间便开始尝试电动汽车本土化研发。大众汽车集团旗下全新软件公司CARIAD28日正式成立中国子公司。CARIAD中国子公司正式成立。中国团队将推动面向中国消费者的软件产品的开发,包括与总部共同开发统一、可扩展的全新软件平台,高级驾驶辅助系统和自动驾驶,以及下一代智能互联功能。

CARIAD中国子公司首席执行官常青表示:“中国在数字化应用和创新上领跑全球,消费者对于新功能和新体验的需求日益增长。成立中国团队,让我们能更快地响应本土市场需求。”

作为在中国本土化技术开发最有经验的汽车品牌,通用汽车更是在中国打造出完善的电动车开发体系。在通用力推的全新奥特能平台研发过程中,泛亚汽车技术中心深度参与了底层开发,让这一平台在生产和软件方面更适合中国市场。此外,通用中国还在上海开设了前瞻技术中

心、电池实验室、动力电池系统发展中心等技术开发部门。今年,泛亚汽车技术中心又成立了智能系统及软件工程中心(IS-SEC),它将聚焦智能驾驶、智能座舱、软件定义汽车、电子架构和智能车控五大核心领域,保障通用汽车最新的智能网联科技的落地及迭代更新。

宝马集团也已经在北京、上海、沈阳、南京四地建立了研发和创新基地,其中上海研发中心侧重于数字产品、软件开发以及与当地数字生态系统和创新圈的联系,同时,宝马在上海还有一支设计团队,专注于年轻一代客户的审美和需求。沈阳研发中心则专注于本土电动车开发和国产车型量产后的研发工作。目前宝马在华有约2300名研发人员,其中软件工程师超过1800人。

作为新能源领域的领军品牌,特斯拉在2021年10月设立了上海研发创新中心。这是特斯拉在海外首个以整车开发为基础的研发中心,包括软件、硬件、电子、材料、动力及能源工程团队。该中心专注于特斯拉在华硬件、流程和技术的开发工作,同时还会参与全球AI机器学习的相关研发工作。

可以看到,这些主流合资、海外品牌正在通过进一步走进中国消费者,为中国消费者开发新技术、新技术,来进一步参与中国车市的电气化转型。未来,他们会给我们带来哪些惊喜,让我们拭目以待。

