

日产与本田签署合作备忘录 共同发力电动汽车领域

闻言培

在不断加码的汽车电动化竞争中,中国车企凭借强大的制造能力和体系实力,已经占据了先机 and 绝对主导地位,并形成了对全球市场的有力冲击。日本作为传统的汽车制造强国,却迟迟没有一个日系品牌在电动化领域打开局面。

3月15日,日本东京港区,日产汽车总裁兼首席执行官内田诚,携手本田汽车社长三部敏宏,在联合新闻发布会上宣布签署合作备忘录,就电动汽车业务展开全面合作。

本田是日本第二大汽车制造商,日产是第三大汽车制造商,两家公司每年在全球销售大约765万辆汽车。没有永远的敌人,只有共同的利益。两大巨头将在电动汽车和车载软件领域共同发力,寻求共享研发成本,加速电动车技术的创新,并利用规模经济来降低成本。这一合作旨在提高两家公司在全球市场的竞争力,以便更有效地应对中国电动车的冲击。

日产汽车总裁兼首席执行官内田诚表示:“为中长期日益加快的转型步伐做好准备是很重要的,我们达成这一协议的基础是相互理解,即本田和日产面临着共同的挑战。”

本田汽车总裁兼CEO执行官Toshihiro Mibe表示:“在这个汽车行业百年一遇的转型时期,我们将研究日产和本田之间合作的潜力。我们的研究标准是,我们公司培养



的技术和知识的协同作用是否能使我们通过为汽车行业创造新的价值而成为行业领导者。”

未来,日产和本田将考虑互通EV核心部件,共同采购零部件,联合开发车载软件等。双方将首先成立工作小组,让研发人员充分讨论,确定并细化合作范围。具体而言,双方除了开发EV驱动装置eAxle、EV电池、软件平台以外,还将推进在新车供应方面实现互补。日产还会考虑与其结盟公司三菱汽车开展合作。内田诚在记者会上透露了这么做的可能性。

作为最早布局电动汽车领域的车企之一,日产早在2010年便推出首款电动车

Leaf聆风并走向市场,但在本土电动化产业链与三电技术更新缓慢的节奏下,日产始终没能有效地提升自身电动产品的利润率。14年过去了,日产的电动化阵容也仅有三款电动车:Leaf、Ariya和Sakura微型车。其中,被寄予厚望的Ariya直到2022年才正式引入中国,而此时正值中国电动车市场空前绝后的价格战,其高达27.28万元起的售价,上市即“死刑”,2023年全年售出3702辆,月销量仅300出头,远低于日产预期。

本田是唯一一家承诺全面淘汰内燃机的日本制造商,其电动化发展同样不晚,早在上世纪90年代便推出电动概念车EVX,并量产了旗下首款电动EV Plus,但随后数十年

内,本田在电动化领域的发力并不多。2021年10月,本田中国发布全新纯电品牌e:N,随后陆续推出旗下车型,东风本田e:NS1和广汽本田e:NP1,同样生不逢时,因为过高的价格,上市即“死刑”,2023年e:NP1销量为4502辆,e:NS1为10562辆。

真正令两家车企危机感渐增的是,放眼全球汽车市场,以比亚迪为代表的中国车企品牌正在迅速提升存在感。包括新势力造车在内,中国制造商不断扩大业务规模,逐步吞并日本品牌的市场份额,2023年,中国汽车出口量已经超越日本成为世界第一。

其实两者的合作背后有多重因素考量。首先,面对中国企业在电动汽车领域的强大实力,单打独斗显然不是明智之举。通过结盟,两家公司可以共享资源、技术和市场,形成更强大的竞争力。其次,随着美国影响下的产业格局走向不确定性,日本企业急需寻找更稳定的市场和供应链。因为与中国企业竞争,不仅需要技术上的突破,更需要战略上的调整。而在这个准备过程中,电池采购无疑将是两个品牌共同关心的主要问题。电池是电动汽车的核心部件,其成本和质量直接影响到整车的性能和价格。而中国企业在动力电池生产方面的优势,使得他们在电动汽车的成本控制上更具竞争力。因此,日产希望通过与本田的合作,共同寻找更经济、更高效的电池采购方案。最后,从规模效益需求出发,如果日产和本田能够在电动车核心部件研发生产领域达成标准化,并以此为契机合并供应链运营,那么形成的合力远不止1+1大于2这么简单。

2024电动汽车百人会,车圈大佬都说了啥?

3月15日-17日,中国电动汽车百人会论坛(2024)在北京钓鱼台国宾馆召开,本届论坛主题为“巩固和扩大新能源汽车发展优势”。多位车圈大佬展开华山论剑,就行业的现状与发展进行了观点碰撞。

比亚迪董事长兼总裁王传福在论坛上表示,我国新能源汽车变革进度持续深入,正在突破迭代的临界点,未来3个月,新能源汽车的渗透率将超过50%。随着新技术、新产品的快速迭代,我国在推进碳达峰、碳中和的过程中塑造了新产业的发展优势,新能源汽车的产销量连续9年全球第一,占全球比重超过了60%,形成了极具韧性和竞争力的完整产业链,为全球汽车绿色转型做出了示范。王传福表示,过去的2023年,是我国汽车工业不平凡的一年,是创造历史的一年,中国汽车工业经过70年的发展,去年产销量首次突破了3000万台,同时跃居全球第一大汽车出口国,在全球前十的汽车销量榜单中首次出现了中国品牌的身影。王传福认为,新能源市场竞争日趋激烈,行业进入一个惨烈的淘汰赛阶段。一方面,中国汽车工业经历了70年的发展,已进入结构性的调整,纵观全球汽车强国之路,产业集中度提升是必然阶段。另一方面,中国新能源汽车经历了20年的培育和壮大,已进入一个周期性的调整阶段,企业需要尽快形成规模效应和品牌优势,时代的车轮滚滚向前,任何行业都是从0到1、从1到100的发展过程,大家一起努力,推动新能源汽车更好更快的发展。

小鹏汽车掌门人
何小鹏在

论坛演讲中首次对外披露小鹏汽车即将发布全新品牌,正式进军10至15万级全球汽车市场。新品牌将打造AI智驾新物种,为年轻人提供一台真正的AI智驾汽车。“全新品牌的A级车会让科技平权,让全自动驾驶走向千家万户。”何小鹏认为:“10万-15万元级别新能源车市场拥有800万辆的体量,是公司解决规模化的最优途径。不过,在这个“成本为王”的细分市场里,小鹏汽车要面临的是“卷王”比亚迪、吉利、奇瑞等头部自主品牌的强势领域,这一仗不好打。”据悉,第二品牌命名为“MONA”,定位在15万元级别,该品牌的首款产品将于2024年第三季度上市。何小鹏还预计,未来18个月内,高阶智驾拐点将会到来,但智驾没有在购车决策前三,根本原因在于太贵,比没有智驾的车型贵5万元左右。

华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU董事长余承东则当着何小鹏的面放话称,华为的智驾体验比小鹏汽车好。“华为打造的智能汽车解决方案“硬核科技”,将助力扩大中国新能源汽车产业发展的优势。”余承东介绍,华为在智能驾驶领域带来的不一样的地方是主动安全。从汽车过去的被动安全,今天走向主动安全时代,智能驾驶不仅能够大幅度的减轻驾驶疲劳,尤其能够大幅度的减少交通事故,提升人驾的安全,让人类驾驶员有个智能机器人在背后能够大幅度减少交通事故,这是非常重要的。另外,华为在智能电动领域也在参与,除了

600kW的超充站、800V高压碳化硅的电驱系统,以及电池、电源管理BMS等等,能够更好的呵护安全,华为在BMS管理积累的能力,让合作伙伴的车到现在为止仍然保持零燃烧记录,可以看到技术积累带来安全的提升。在智能车载光领域,华为刚刚发布的AR-HUD、智能投影大灯,都深受消费者喜爱,这就是华为把在光领域积累技术用在了车领域。在车控领域,通过智界S7和问界M9,从域控到智能化的软件定义汽车,实现了将来OTA和车的能力体验的迅速升级和开发效率的大幅度提升,这个数字化平台能助力产业大幅度提升生产效率,同时能够快速提升用户体验。

“我认为价格战是非常正常的一件事情,是正常的商业过程。”蔚来创始人、董事长兼CEO李斌表示,“价格战最终还是回归到商业本质,那就是价值创造。到底能给用户创造什么价值,有一些价值是成本管理得好,能给用户更高的性价比,有的价值是来自于提供了一些超越车的情感体验。我觉得不同价格带的品牌给用户带来的体验肯定还是有区别的,不能想象法拉利的价值创造和五万多块钱车的价值创造是一样的。”李斌称。至于如何应对价格战带来的冲击,李斌给出的答案是“保持定力”。“在这样一个比较混沌的时候,品牌分层没有形成,价值创造的基

本逻辑还比较混乱,这时候一定要坚持自己认为对的方向,从用户的视角去看看自己到底能做什么。”蔚来在价值创造方面的最新实践是,提出了长寿命电池解决方案,即蔚来汽车的下一代电池将实现使用15年仍保持85%健康度的目标,基本做到电池与整车“同寿”。该方案将解决新能源车主后期需要花费大价钱更换电池的痛点。

作为全球第一大动力电池制造商,宁德时代(上海)智能科技有限公司董事总经理杨汉兵在论坛上透露,宁德时代的第一个基于磷酸铁锂电池的滑板底盘产品将于今年下半年量产。去年11月,宁德时代宣布其采用三元锂电池,续航里程突破1000公里的滑板底盘产品首发B级轿车,完成了黑河冬季测试及吐鲁番夏季测试。该底盘集成了高压系统,低压系统,转向和制动系统,并配置了底盘域控制器,实现了75%的电池包成组效率,低温衰减在零下7摄氏度时小于30%,百公里电耗10.5kWh,5分钟充电续航300公里。

