

插混新能源车想充电被拒，纯电车主却说“就该限制”？

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

近日，有车主在社交平台上发布图片，称深圳一充电站限制插混车型进场充电，同时该充电站的APP更是直接弹出公告：不支持油电混动车及增程车充电。

该爆料一出，立即在网上引发热议。实际上，已有很多地方出现类似情况。有网友表示：“充电又不是不给钱，凭什么不让充”“难道就因为插混车型充的电量少，搞区别对待？”“都是绿牌的新能源车，理应支持充电补能，这充电站的行为也太坏了。”



电动汽车充电站

插混车充电太慢被吐槽

面对插混车主的质疑，涉事充电站的工作人员向媒体回应解释称，油电混动汽车充电速度比较慢，有时候甚至需要占用一天的充电桩，会影响其他车辆。

记者走访了广州多个大型电动车充电站，尚未看到有类似的告示。在珠江新城一处充电场，管理人员表示只要有位都可以充，先到先得，纯电车大概一小时充40度电就能离开。相比之下，插混动力汽车车型的充电速度则比纯电车的要慢。比如80千瓦的充电桩，插混车型如秦dm-i，仅仅充11度电就要1小时，远比纯电车慢得多。

充电效率过低，意味着同样时间内充电站的收益偏低。作为充电站运营方，自然希望周转率更高。但在充电桩有空余的情况下，通常也不会排斥不同的车

插混“占位”或引发纯电车主不满

记者留意到，在高速公路的服务区，节假日和周六日白天都是充电需求量最集中的时段。排队等充电，成为普遍的现象。还出现了有车辆正在充电就被别人想拔枪头的情况。

当枪头被点按却拔不下来时，部分车型还会因此中断了充电。

这个时候，插混、增程车型的优势就显现出来，因为有电没电都能跑，完全可以选择加油就直接走。如果此时依然选择把时间耗在充电桩上，一般是想待上比较长的时间，这的确可能引

型。当充电桩紧张，出现了客户流失，那么无论是对哪种车型，管理人员一看到充电桩满电，马上就会打车主电话要求回来挪位。

另外，值得注意的是，很多新能源车车主口头所称的充电，其实是充电+停车。在某创意园内，就有上班族很早就把车开到充电桩上充电，然后停车到下班再去取车。这样一个充电桩一天就只充了一台车。在缺乏管理人员或者没有设置收取占位费的情况下，这种占位情况非常普遍，后来者基本是等不来的。

不过，如果充电桩是慢充电桩，无论对纯电车还是插混车来说，都需要相当长的时间，比如4千瓦的充电桩，给纯电车充40度电就需要10小时。那么车主就有正当理由可以停上一天了。



电动车充电桩

期待充电网络加速普及

禁止油电混动以及增程式车辆进场充电的事情，目前已经从个别案例延伸到了车型与车型之间的矛盾上来。

有网友指出，既然国家能够给油电混动和增程式车辆发放新能源绿牌，那这类车型充电的权利就不应该被禁止。更有网友表示，新能源车是国家引导的方向，充电站的做法在阻碍政府政策推广，充电站没有资格说谁不能充电。

其次，记者采访也发现，插混车虽然比同级别的纯电动车要便宜。但是消费者却难免有取舍和纠结。比亚迪插混车车主则对记者说，买插混车就是冲着方便来的，加油快就加油，有时间有空桩才充电；需要排队的，一律都不去等，因为太慢了，其实没必要。同时他也承认，总有一部分人是冲着能省就省而来的，用电就是省钱，所以也不会理会别人排队等待的时间。

如买纯电车省心。而另一部分车主，就是冲着绿牌不用等、不用拍，本来就没打算靠电，所以只用油。可这又意味着其电池是浪费掉的，舍弃的是更加绿色的能源方式。

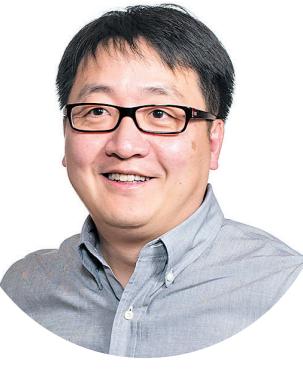
既想要加油的方便，又想要用电的便宜，这种能兼顾两种能源长处的插混车型，带给部分实用型消费者的却是频频的价格、时间、成本和便利性考量。

对此，乘联会秘书长崔东树表示，无论是纯电车还是插混车，都有获得充电的权利，不应该被排斥。但在实际情形中，比如充电桩相对于需求来说严重不足，插混车充电慢，管理方也有理由优先满足纯电车的需求。从趋势来看，纯电车才属于新能源的主流。插混只是为了适应充电设施不完善而设计的。只要充电网络进一步完善，纯电车全面普及也只是时间问题。目前，关键是要在基础设施与充电技术上进一步提升，才可能缓解这种争抢充电桩的矛盾。

羊城车主服务节大咖说

孚创实业董事兼总经理刘霄：坚定在大湾区的投资和网络布局

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁



孚创实业董事兼总经理 刘霄

由广东省商务厅、广东省道路运输协会作为指导单位，羊城晚报社主办的2023年(第二届)羊城车主服务节自启动后广受业界关注，汽车后市场如何实现高质量发展，作为埃克森美孚旗下的专业汽车养护服务品牌，美孚1号车养护在相关领域有哪些举措？日前，羊城晚报记者专访上海孚创实业发展有限公司(以下简称“孚创实业”)董事兼总经理刘霄，就相关问题进行采访互动。

羊城晚报记者：您认为，目前汽车后市场发展状况如何？

刘霄：国内现在已经有1310万辆的新能源汽车存量，按照当前主流品牌的三包承诺，3-5年内，汽车后市场必将产生数百万辆的出售后新能源车。尽管从整车到汽后服务，全行业都在加速搭建新能源售后服务体系，但真正具备新能源维保能力的品牌仍是凤毛麟角。而且相比传统燃油车，新能源车在三电结构、智能设备上都有明显差异，对传统的钣金、机修等四大工种提出了新的要求，同时对车间作业环境也有更高的安全标准，这对于服务商的转型升级都提出了严峻的考验。此外，虽然新能源车上升势头喜人，但超过3亿辆的燃油车存量市场仍然不容忽视。目前，国内燃油车的平均车龄已达6.4年，越来越多的车辆正从4S店向独立售后流动，传统燃油车的维保需求仍处于稳步上升阶段。服务好存量市场的燃油车车主，仍然是现阶段国内汽后服务商的首要课题。

随着流量红利消退、消费结构升级，前几年红极一时的低价引流打法在后市场逐步宣告破产，“饿死同行、卷死自己、坑死客户”的策略难以长期维系。

展望未来后市场发展趋势，与其说“价格战”，行业更期待的是一场“价值战”。我们可以看到，越来越多的头部品牌开始着手打造品牌IP，通过体验式消费攻占年轻群体，重视利用品牌价值、产品差异和体验设计等，与用户建立更加深入且长期的情感联系。同时，从政策层面释放的信号显示，打造科学标准的技师人才发展体系，培养全方位复合型的汽后人才，已经是当下数百万名汽修人必须面对的发展课题。

羊城晚报记者：汽车后市场发展存在哪些制约因素和痛点？

刘霄：汽后产业布局仍较分散，尤其是新形势下圈层共生的新格局尚待建构。

汽车产销形式的加速更替，对汽后服务行业的转型升级带来了巨大的挑战。尤其是在与电气相关的上游零配件寻源、维保项目规划和新兴工种培育等方面，目前各家企业的进展不一、标准参差，交付给车主的服务体验也难以标准化。

要解决汽后服务滞后的问题，汽后品牌就需要加快与上游车企、零配件企业、数字生态等伙伴的创新合作，通过商业授权、远程诊断、数据共享等形式，探索更高效的服务形式。

消费者更加倾向于“更聪明、更认真地对待自己”，在寻求提高

生活质量的同时，又追求性价比的平衡。这对汽后行业的服务品质、专业能力等提出了更高的期待。

但是从整体上看，现在的汽车养护与维修市场，还是处于相对粗放的状态，品牌履约能力还需进一步加强。比如在后市场履约中，有大量与“人”相关的环节，目前，行业的年轻人才流失高、技能培训不规范等问题依然严重，企业还需要通过更加长期的人才投入、并切实提升技师群体的社会地位，提升“人”在场内的服务水平。

此外，由于后市场门店的网络密度、价格等也是消费者考虑的重要因素，品牌也需要继续探索降低供应链流通成本、缩短服务交付时间等，为车主带来更加高效便捷且匹配预期的服务。

羊城晚报记者：美孚1号车养护目前在粤港澳大湾区发展布局进展如何？

刘霄：早在2020年，伴随着“美孚1号车养护”品牌的全新升级，我们首批5家臻选店就选择了在深圳落户，将大湾区的创新基因融入传统车养护服务。

近三年来，大湾区一直是美孚1号车养护布局车主服务的重心之一。截至今年一季度，我们在大湾区已布局包括臻选店、认证店在内的品牌门店约287家，合作店4000余家，基本覆盖了大湾区的所有城市。

除了服务品牌网络外，埃克森美孚还在广东省各加油站开放了美孚品牌商标许可，运用品牌力量赋能加油站发展，为更多车主提供便利舒心的加油服务体验。

长线来看，依托大湾区城市集群雄厚的经济实力和消费能力，美孚品牌势必将释放更广阔的发展空间，我们将坚定在大湾区的投资和网络布局，更好地与区域内的车主同频成长。

羊城晚报记者：作为埃克森美孚旗下的专业汽车养护服务品牌，美孚1号车养护在后市场具有哪些突出优势？

刘霄：美孚1号车养护从品牌焕新至今，始终以消费者需求为核心。作为埃克森美孚旗下的专业汽车养护服务品牌，美孚1号车养护是美孚从润滑油产品延伸到汽车养护服务全链路品牌战略中的重要一环。我们从源头臻选美孚高品质润滑油产品，保障了消费者在选油、用油上的安心无忧。

其次，传承埃克森美孚专业的车辆保养基因，美孚1号车养护在汽车养护领域，尤其是动力系统的专业养护上，拥有行业前沿的技术洞察和专属培训方案，使一线的技师团队能够更好地解决动力相关的技术问题。

相关链接

作为2023年(第二届)“羊城车主服务节”的协办方，美孚1号车养护在广州、佛山、深圳、东莞4大城市的46家门店，共同推出了诚

意十足的汽车养护礼包，包含免费30项安全检测和臭氧消毒，机油、变速箱油抵用券等，护航广大车主的“安全出行，无忧用车”。



广州天河区某小鹏汽车体验店内，市民正在了解车型

“蔚小理”销量分化 头部车企竞争日趋激烈

文/图 羊城晚报记者 潘亮

截至7月5日，已有各家新势力车企公布6月份交付成绩单。从数据来看，大部分车企销量出现环比增长。其中，理想汽车6月销量首次突破3万辆，环比增长15.2%；蔚来在降价后重回万辆交付水平，环比增长74%；小鹏汽车销量同样好转，环比增长14.84%。此外，传统车企的新品牌攻势仍然猛烈，广汽埃安继续保持4.5万辆销量，极氪销量破万辆。

近期，随着中国第2000万辆新能源车下线，小鹏汽车和蔚来汽车等车企新车上市交付，新能源车市场销售热情被点燃。羊城晚报记者走访广州多家4s店发现，看车购车的人明显增多，汽车销量有所回升。“平常一天

最多卖几辆而已，但G6新车上市后到店体验试驾的顾客非常多，昨天店里被预订了十几辆。”广州小鹏汽车某4s店的销售黄经理告诉记者。

多家车企销量环比增长

新势力车企方面，“蔚小理”三家出现分化，从6月份造车新势力交付“成绩单”可以看出，多家车企销量呈现环比增长态势。理想汽车、零跑汽车等车企排名居前。理想为32575辆、零跑13209辆、哪吒12132辆、蔚来10707辆、小鹏8620辆；传统车企新品牌中，埃安、极氪、赛力斯6月交付量为45013辆、10620辆、5668辆。

具体来看，理想汽车月度交付首次突破3万辆，环比增长15.2%，同比增长150.1%，坐稳新势力销冠位置。零跑汽车全系交付13209辆新车，环比和同比均实现增长，并超越哪吒位居第二位。哪吒汽车6月环比下滑近7%，掉至榜单第三位。

蔚来汽车降价效应显著，6月蔚蓝汽车交付新车10707辆，环比增长74%，重回万辆俱乐部，从上个月榜单第六位上升至目前第四位。据悉，目前蔚来的全系车型已经切换到第二代技术平台NT2.0，近期上市的ET5、ES8等车型，都是在新定价逻辑下的产品，这将有助于其开拓市场。1-6月蔚蓝汽车交付新车54561辆，截至2023年6月

109%。极氪6月交付10620辆，同比增长146.9%，环比增长22.4%，今年以来首次冲进万辆俱乐部。赛力斯新能源汽车6月销量达9348辆，其中，赛力斯汽车销量5668辆。此外，6月飞凡F7交付量为2336辆；合创汽车在6月交付量达2675辆；岚图汽车6月交付3007辆新车。

新势力车企加快推出新车型

乘联会发布的最新调研数据表示，6月初市场需求略有回落，中旬随着“618”促销活动的开启、地方补贴的发布以及端午节到来的影响，车市热度有所回温。各厂商和经销商积极开展各种促销活动，地方性补贴叠加企

业半年度冲量双重优惠，支撑终端零售环比持续升温。据了解，在市场竞争日趋激烈的背景下，新势力车企加快推出新车型，不断提升产品力。

小鹏汽车方面，6月29日，小鹏G6上市，新车定位中型纯电SUV，共推出5款车型，售价区间为20.99万-27.69万元，其是小鹏汽车迎来自来战略和组织调整后的第一款全新车型。6月9日至28日，小鹏G6的订单已突破3.5万辆。

蔚来汽车方面，6月15日，蔚来智能电动旅行车ET5T上市并开启交付；6月24日，全场景智能电动旗舰SUV全新ES8进行了配置调整等；6月28日，全新ES8开启交付。蔚来创始人、董事长、