

汽车周刊



廖木兴/制图

曾经,在电动化浪潮汹涌之时,众多跨国车企纷纷高调宣布明确的全面电动化时间表;但如今,随着市场现实与预期的差异显现,不少车企正悄然调整策略。就如近日,继奔驰、沃尔沃之后,奥迪宣布撤回2033年停售内燃机计划,并暂缓全面电动化计划,转而采取“燃油车优化+混动过渡+纯电渐进投放”的多元驱动路径。

对此,有业内人士指出,跨国车企全面电动化转型节奏放缓的调整,源于全球电动化进程不均衡,但利于这些跨国车企当下的发展。而随着短期内全球汽车电动化速度或放缓,对自主品牌竞争格局也将产生影响。

■新快报记者 罗晓彤

多家跨国车企调整全面电动化节奏

战略放缓为破局还是为续命?

与全球市场发展不均衡相关
车企全面电动化从激进到暂缓

“奥迪将推出全新的内燃机和插电式混合动力汽车系列,这将为我们在未来十年内提供更强灵活性,然后我们将看看市场如何发展。”近日,奥迪全球CEO 高德诺接受媒体采访时,确认已推翻前任管理层所制订的计划,奥迪已经撤回原定于2033年停止研发和销售内燃机汽车的计划,目前不再设定明确的终止时间表。

随后,奥迪官方在声明中强调,坚信电动出行的未来,并正致力于达成全电动化产品阵容这一明确的长期目标;但也注意到全球市场的发展存在明显差异,奥迪将持续致力于积极的车型矩阵维护,在2026年之后继续让内燃机车型对客户保持吸引力,直到它们各自的产品生命周期结束。

回顾奥迪原先计划,其将于2026年在全球发布最后一批燃油车,2033年实现全面电动化。如今,奥迪宣布延长燃油车的生产计划,显然与此前承诺的“2033年停产纯燃油车”目标有明显偏离。

值得一提的是,奥迪并非孤例,此前沃尔沃、奔驰等车企也调整了全面电动化计划。记者了解到,2024年初,奔驰就宣布将放弃全电动车计划,表示将不再坚持原先2030年前在主要市场全面转向电动汽车销售的目标。同年9月,沃

尔沃汽车也宣布对其长期电动化战略进行重要调整,正式放弃了原先设定的2030年前实现100%销售纯电汽车的单一目标,转而采取更加灵活和多元化的电气化发展路径。

从高调宣布明确的全面电动化时间表,到暂缓全面电动化计划,也不过是几年时间,为何这些车企会发生如此大的战略调整?有业内人士指出,或与全球汽车市场电动化发展不均衡有关。

市场研究机构JATO Dynamics数据显示,2024年欧洲纯电动车市场份额增速放缓至14%,较2023年仅提升2个百分点。而奥迪也在声明中提到,其注意到全球市场发展存在明显差异,如北美地区电动化“拐点”后移,而中国新能源汽车市场“拐点”已于去年达成等。

对此,危机公关专家、品牌定位专家詹军豪告诉新快报记者,全球市场电动化进程确实不均衡,中国虽进入新能源拐点,但欧美市场进展缓慢。同时车企还面临现实销量与财务压力;就奥迪为例,其2024年纯电车型销量下滑8%,而燃油车业务仍贡献超70%利润。再者就是消费者需求多样化,燃油车驾驶质感等独特体验不可替代,部分消费者对电动车充电便利性、续航里程等也存在担忧等因素影响。

詹军豪还认为,这种调整会影响市场发展;短期内会使全球汽车行业电动化发展速度放缓,市场对电动车的投资和研发热情降温,车企可能重新评估战

略,将资源投入燃油车或混动车型,消费者购车决策会更谨慎;与此同时,对自主品牌也有一定影响,会减轻自主品牌在电动化领域的竞争压力,但也可能使自主品牌失去部分市场机遇。

平衡短期市场与长期目标
多元驱动路径成当下共识

实际上,从宣布暂缓全面电动化计划的车企来看,他们不仅在决策动因上存在共性,更在后续发展路径上形成了共识,即通过并行燃油车优化、混动技术过渡与纯电车型渐进式投放的多元策略,平衡短期市场适应性与长期电动化目标。

具体来看,奥迪将依托PPE纯电平台与PPC燃油平台,构建涵盖BEV、PHEV及ICE的差异化产品矩阵,2026年后继续维护燃油车直至其生命周期结束,会在坚守全电动化长期目标的同时保持策略弹性。奔驰方面,其首席执行官康林松曾表态,双线发展燃油车与电动车并非放弃电动化,而是基于市场现实的理性选择,计划到2027年推出全新内燃机车型阵容,使燃油技术持续至2030年代,同步推进电动化转型。同样地,沃尔沃也采取更灵活多元的电气化路径,在技术路线与市场布局上展现出适应全球不同区域需求的弹性。

但采取“燃油+混动+纯电”等多元驱动的电动化发展路径,会更适合当下这些电动化转型不如预期的跨国车企

吗?对此,中国企业资本联盟副理事长柏文喜、中欧协会智能网联汽车秘书长林示等业内人士均向记者表示了“肯定”。

“纯电动是未来的方向,但目前来看,插混、增程是纯电动的过渡方案,也是最适合当下市场的方案。”林示表示,无论是奥迪还是奔驰、沃尔沃,他们都是全球汽车品牌,他们的利润大头都是在欧美市场;但欧美市场目前依然是一个以燃油车为主的市场,因此混动相对纯电动车会比较适合当下欧美市场的发展。

那么,这些车企可能会在什么节点重新推进全面电动化计划呢?柏文喜认为,主要取决于技术、市场、政策及竞争等多维度因素,比如当电动车关键技术(如电池能量密度、充电速度)取得重大突破,使续航与使用便利性媲美甚至超越燃油车时;当全球环保意识推动电动车市场需求持续增长并成为主流时;当各国政府出台更严格的排放法规或加大新能源补贴力度时;或是当竞争对手在电动化领域形成显著技术或市场优势时,车企均可能据此调整策略,重新加快全面电动化的推进速度。

詹军豪则进一步表示,当全球主要市场电动车渗透率大幅提升,充电基础设施完善,消费者对电动车接受度提高,且车企在电动化技术上取得重大突破,成本降低到合理范围时,可能会重新推进全面电动化计划。

6月狭义乘用车零售预计200万辆
新能源车或达110万辆

新快报讯 记者罗晓彤报道 今年5月乘用车市场呈现超强增长态势,月销193.8万辆,同比增长13.7%,而即将结束的6月表现如何也备受关注。乘联分会综合估算,6月狭义乘用车零售总市场约为200万辆,同比增长13.4%,环比增长3.2%,其中新能源车零售预计可达110万辆,渗透率提升至55%左右。

乘联分会指出,在以旧换新及

报废更新“双新”政策的强有力支撑下,6月车市热度持续攀升。尽管部分区域补贴金额出现阶段性紧张,但经销商通过“末班车效应”营销反向刺激购买,进一步拉动车市增长。

其中,汽车厂商密集加码促销力度以冲击季度、半年度目标,对6月乘用车市场的终端销量构成直接拉动,包括在“618”电商季的来临,各汽车厂商借机推出了新一轮

以“一口价”、现金优惠等方式开启的优惠促销。终端调研结果显示,6月中旬整体车市折扣率约为25.2%,较上月中旬进一步扩大,带来终端人气显著提升。

值得注意的是,乘联分会还提醒到,得益于消费品以旧换新政策,今年上半年汽车消费市场持续升温,商务部数据显示,截至5月31日,全国汽车以旧换新补贴申请量达412万份,为整体车市提供核

心动能,成为上半年车市最重要的增量因素。但多地以旧换新补贴资金在近期出现阶段性紧张,部分城市宣布暂停汽车置换更新补贴申请。虽然短期触发部分经销商利用政策到期的“末班车效应”来刺激消费者尽快下单,为市场带来增量,但新一波资金的批转仍需一定时间,这期间消费者的观望情绪或将加剧,有风险致使第三季度的车市消费潜力提前消耗。

更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道