

油价下跌,影响“电动化”进程?

本报记者 王伟

车企艰难地熬过了2020年第一季度。继美股熔断四次之后,2020年再一次见证了历史:WTI油价

低油价将持续

美国当地时间4月20日,WTI 5月原油期货结算价收报-37.63美元/桶,跌幅达305.97%,在历史上首次收于负值。5月WTI原油期货首次跌入负值,因交易商担心无处存放,愿意在合约到期前一天贴钱脱手。即使OPEC+减产力度超出协议本身,消除大量的石油过剩仍需时间。据《华尔街日报》近日报道,在美国储油罐接近满载之际,至少有18艘沙特超级油轮将于下月抵达美国,这意味着它们可能会无限期地漂在海上,充当浮动储油罐。而油价暴跌的原因既有经济方面的,也有非经济方

新能源驱动力放缓

历史上的几次石油危机给新能源汽车产业带来了驱动力。1973年,第一次石油危机期间,彼时的美国和日本工业生产猛踩“急刹车”,原油价格的走高导致汽车逐渐向小型化和节油路线发展。1979年和1990年,第二次和第三次石油危机接踵而至。迫于这种压力,各国都在积极寻找替代能源,开发节能技术。1990年,美国加州推出了零排放汽车项目,要求对汽车燃料排放和新能源汽车进行积分制管理。这一政策掀起了当代电动汽车发展史

在历史上首次跌入负值。国际原油的史诗级崩盘,对于尚处在疫情困扰中,朝着“新四化”变革中的车企,其新能源汽车产业推进和国际化进程无疑将受到巨大影响。

面的:疫情导致需求下降:第一季度全球石油需求量比去年同期每天减少380万桶,这将是历史上最大幅度的下降;仅中国的燃料需求下降就将导致市场上出现约2亿桶的石油过剩。而“俄罗斯反抗美国制裁”“石油出口国打响全面价格战”又是当前油价下跌的重要成因。因此,国际知名咨询公司根据已知信息以及过往案例综合研判,初步认为:若新冠疫情能于上半年在全球范围内得到有效控制,预计原油价格将在第三季度启动回升的进程,但是价格回升至正常水平仍需要1-2年时间。

上的第一阵热潮,并对后来特斯拉等电动车商的高速发展起到了重要的助推作用。在欧洲,碳排放已经成为一个硬性标准。在严格的排放法规之下,世界汽车巨头纷纷开启了向电动汽车、混合动力汽车等领域发展的进程。处于“新四化”转型的特殊时期,大举的电气化研发投入已经让大多数车企处于转型的阵痛期。疫情到来之后,苦撑之下,降薪、裁员已经成为车企自救的方式,“活下去”成为最紧要目标的当下,以欧洲现在的疫情形势来看,欧盟很有可

能会认同各大车企或业内人士的建议,适当降低今年的汽车排放要求。

用车成本优势减弱

当前,电池占电动车成本的40%左右,这也是电动车价格居高不下的主要原因。但是,较低的用车成本则抵消了新能源汽车的高昂售价。以中国为例,按以往92号汽油价格约为6.8元/L、平均每百公里油耗8L计算,传统汽车每公里用车成本约为0.5元;而对于纯电动车,每公里的运行成本大约为0.15~0.2元。当前原油油价暴跌,中国油价触发了“地板价”,即92号汽油价格下跌至每升5元左右(很多民营油站已经推出了更低的优惠价格),每公里的用车成本下降至0.4元左右,和纯电动车的用车成本已经在进一步缩小,而且还不需要付出充电这样的时间成本。为了弥补疫情造成的经济损失,相关政策为中国消费市场打下“强心剂”,有

车企海外布局受影响

中国汽车出口数量自2015年以来不断增长,2019年全年整车出口数量达到102万辆。随着中国车企实力不断增强,以及国内市场的激烈竞争和疫情影响,主流的中国车企纷纷加快了向海外市场拓展的步伐,其不仅包括整车销售,还包括在当地投资建厂。总体来看,目前中国汽车出口的主要目标国还集中在中东地区、非洲、中南美洲地区以及俄罗斯和其他独联体国家。而这些国家中的

一旦燃油标准和排放要求放宽,无疑又会让发展新能源汽车的驱动力减弱。

专家最近提出了打破40美元“地板价”的建议。如果油价继续下跌,那么,新能源汽车用车成本的优势无疑将会继续减弱。芝加哥大学和麻省理工学院的一份研究估算指出,如果国际油价超过350美元/桶,那燃油车将会被电动车彻底淘汰。如果油价只维持在50美元/桶,那电动车的发展就会比较艰难。但是,燃油成本对于定位于生产中高端电动车的车企可能影响不大。美国电动车市场的目标客群主要是偏爱新技术的中产阶级或者环保主义者,这些人群通常对油价的敏感度不高,因此油价降低并不会影响他们的购车决策。在2014-2016年油价大幅下跌期间,美国电动车销量在2015年仅下降了5%,而2016年销量回升了37%。

东风标致全新一代2008/e2008 开启预售



4月20日,东风标致全新一代2008燃油版和电动版同步正式开启预售。其中,燃油版共推出4个级别版本,预售价为11万~16万元;电动版e2008推出2个级别版本,预售价18万元起。“颜值”是新车主打的一大卖点,斩获了2020年红点设计大奖的全新一代2008,在预售期间不但开放了5种潮品车色供消费者选择,还推出了“颜值礼包”。

此次全新一代2008是油、电双车同步开始预订。全新一代2008诞生于标致极具前瞻性的CMP平台,基于油电共线正向研发这一天然优势,e2008能够与燃油版拥有同样的卓越品质和驾乘体验。燃油版车型峰值扭矩达到230Nm,同时百公里油耗仅为5L。电动版e2008在启动阶段即可达到260Nm的峰值扭矩,最高车速达到150km/h。(行成)

比亚迪汉开启预订



比亚迪汉即将在今年6月上市。不同于传统的“油改电”,比亚迪汉是完全基于新能源正向开发的量产车,只提供纯电动的EV版本和插电混动的DM版本。比亚迪汉配备了比同级对手更加安全的动力电池——刀片电池。刀片电池的能量密度提升了50%,使得比亚迪汉

NEDC续航里程达到605公里。同时,刀片电池拥有充放电3000次以上、行驶120万公里的超长使用寿命。在性能方面,采用永磁同步电机和四轮电驱驱动模式的比亚迪汉EV0-100km/h加速仅需3.9秒。比亚迪汉也是中国首个搭载博世“IPB智能集成制动系统”的新能源量产车。(甘文)

特斯拉入驻天猫

4月16日,特斯拉宣布正式入驻天猫,开设特斯拉国内首家第三方平台官方旗舰店。通过入驻天猫,特斯拉将线上模式拓展至第三方平台,形成售后服务、用车服务、专属配件的线上服务闭环。特斯拉进一步延伸了数字化的体验场景,像选购车辆配件这样的售后环节也可以在线上一键解决。官方旗舰店首批上架的商品主要是特斯

拉在售车型的定制化专属配件,例如高级内饰套件、性能脚踏板、道路救援安全套件,以及手机快速充电连接板等精选商品。同时,旗舰店还可预约试驾,为消费者开拓线上预约试驾的全新渠道。未来,特斯拉将借助天猫丰富多样的内容服务与营销渠道,以及自身具备的互联网营销模式,为广大用户打造更具前瞻性的数字化消费新体验。(罗列)

大陆1688旗舰店开业

4月21日,科技企业大陆集团强势入驻阿里巴巴1688平台,与1688工业品牌站达成合作,以“1+N”模式(1个品牌商+N个经销商模式)正式开启联合营销。此举将帮助大陆集团进一步拓展工业品销售和服务渠道。大陆旗舰店还配备了专业的在线技术支持顾问。入驻阿里巴巴1688平台是大陆集团在华布局电商业务的全新举措之

一。在店内首批上线的产品包括工业胶管、液压胶管和工业皮带等系列产品,产品数量超过350件,涵盖工程机械、农业、能源、设备工程等多个领域。更多大陆集团的产品预计将于后期陆续上线。大陆集团将利用该平台搭建一站式分销渠道,与经销商协同管理订货交易流程,规范经销商在线销售,同时方便客户找到大陆集团正品。(车丽)

广汽丰田C-HR EV上市

4月22日,基于丰田电动化技术和丰田QDR而开发的高品质纯电动SUV——广汽丰田C-HR EV正式登场,新车提供五大配置版本、八种可选车色,全系列产品厂商建议零售价为22.58万~24.98万元,即日起全面发售。C-HR EV电机最大功率150kW、峰值扭矩300Nm,NEDC续航里程

为400km,耗电量最低仅为13.1kWh/100km。广汽丰田针对C-HR EV推出四大方面的无忧服务:包括购车方面提供最高5成首付2年0息,或1.5成首付1年0息的金融服务;用车方面提供3年10万公里整车保修、8年20万公里“三电”系统保修、2次免费保养、24小时道路救援、“E车多用”等服务。(晓顾)