

# 美国网约车公司的电动化转型

本报记者 林安东 编译自 Bloomberg

三年前，库尔特·欣德购买了一辆雪佛兰 Bolt 电动车。此后，他就一直开着这辆车。没事的时候，他也想要开这辆车。“它开起来是这样平顺、安静，并且敏捷。”

于是，他成了 Uber 和 Lyft 的第一批电动网约车驾驶员。欣德已经接了超过 6000 单网约车订单。作为工程师的他，严谨地把这 6000 次行程的收入和支出都做了详细的记录。很快，他发现了一个十分重要的事实：网约车用电动汽车会比燃油车更赚钱。



## 换不起电动车

欣德每天要花 5 美元来对他的电动车充电。如果是加油，想要达到相同的行驶里程，就得花费 18 美元左右。13 美元的差价能让欣德一年省下 3000 美元。

Uber 和 Lyft 希望，电动车省钱的特性加上他们给予的额外奖励，能够吸引更多的电动车司机加入他们的团队。

面对社会和机构对他们产生碳足迹的炮轰，Uber 和 Lyft 均在去年承诺，2030 年之前将其在美国的车队完全转变为电动汽车车队。

根据彭博新能源财经的调查，目前美国只有 0.5% 的网约车是电动车，而该国的乘用车中，电动车占比为 0.7%。预计到 2030 年，在美国售出的新车中，只有四分之一是电动车。如果网约车想要在 2030 年前实现全面电动化，就必须以十倍于美国汽车电动化的速度发展。

很少有人能像欣德一样使用电动车，通过节约成本来挣更多的钱，因为他们一开始就买不起电动车。尽管在电池成本下降和政府补贴等多重因素的影响下，电动车的价格已经下降了许多，但仍要比同级别的燃油车贵上好几千美元。

Uber 于去年宣布，到 2025 年将投入 8 亿美元，帮助全球的司机转型使用电动汽车，但这笔钱主要用于充电方面的补贴。与此同时，Lyft 没有为司机转型使用电动车提供任何经济上的支持。

“我们没有看到有任何证据表明，这两家网约车公司在为司机转型使用电动车提供经济上的帮助。”专注于环境与劳工问题的蓝绿联盟政策经理表示。

网约车公司显然明白，必须要提供一定的资金支持，司机才能换得起电动车。“我们需要钱。”Uber 可持续发展政策经理亚当·格洛米斯表示，“司机们确实面临资金缺口，这是我们亟需解决的问题。”网约车行业要整体转向电动化，这其中的花费是巨大的。彭博新能源财经预计，网约车公司、汽车制造商和政府总计需要投入 146 亿美元，使电动车成为美国和欧洲网约车司机最经济的选择。

“我们在寻求帮助。”格洛米斯说，他们正在尽最大努力集结各方力量去做成这件事。“没有哪个人或机构能够独自解决交通排放问题。”Lyft 可持续发展主管也表示。

## 滴滴处于领先

Uber 和 Lyft 不是唯一在为电动化转型而努力的网约车公司。印度最大的网约车公司之一的 Ola 表示，到今年年底将有 100 万辆电动汽车用作营运车辆。

在中国，有 21% 左右的网约车是电动汽车。

总部位于北京的滴滴出行公司是中国，也是全球最大的网约车公司。根据该公司战略负责人的说法，目前滴滴出行拥有 100 万辆电动汽车。根据规划，到

2028 年，这个数字将变成 1000 万。业内人士注意到，滴滴在没有向司机提供额外补贴的情况下，就实现了电动化转型的目标。主要原因是，在中国多个城市，当地政府都提出了新增网约车必须是新能源汽车的要求。美国的政策制订者也注意到了这一点。近日，美国加州清洁空气监管机构通过了一项规定，要求到 2030 年，Uber 和 Lyft 叫车平台 90% 的出行业务必须使用电动汽车。

## 巨大的碳排放

近年来，越来越多的证据表明，网约车公司对环境造成了很大的影响。

加州大学的一份研究显示，网约车让更多人放弃了公共交通。此外，相关数据显示，网约车有 40% 的时间是在“空车”行驶，这加剧了该行业对环境的污染。美国忧思科学家联盟于 2020 年发布的一份报告显示，每次网约车出行要比其所替代的出行方式多排放 69% 的温室气体。

彭博社指出，Uber 的碳足迹正在逐步增大，该公司正在大力发展一项送餐服务。2020 年，Uber

Eats 的营收规模甚至超过了打车业务。目前，Uber 还在逐步拓展这项业务，其配送业务不仅限于饭店，还包括超市、药店等。

正如 Uber 首席执行官达拉·科斯罗萨西在去年对投资者说的话：“消费者很快就会习惯在下单后半小时内就收到送上门的货物。”不过，Uber 并没有把 Uber Eats 列入 2030 年全面实现电动化的目标之中。

美国环境保护协会董事、经理伊丽莎白·斯图肯表示：“他们应当把所有业务都纳入电动化转型的计划中，以保证他们的诚信。”

## 福特电动野马斩获挪威 5 月新车销量榜首

据报道，福特电动野马 Mach-E 夺得挪威 5 月新车销量冠军，这是该车型上市以来，经历的第一个完整的销售月份。

5 月，挪威注册了 1384 辆福特野马 Mach-E，市场占比达 10%，击败丰田荣放混动跨界车和斯柯达 Enyaq 电动跨界车；特斯拉 Model 3 轿车位居第六。据挪威公路联合会 (OFV) 于 6 月 1 日发布的数据，5 月挪威纯电动市场市场份额达 60.4%，较去年同期增加 43.1%。

挪威正努力在 2025 年成为第一个停售燃油车的国家，通过免除纯电动车税收，该国车市已成为汽车制造商向未来无化石燃料汽车转型的试验场。

2020 年，挪威的电动车市场份额达 54%，这也是挪威电动



车年销量首次超过汽油车、柴油车和混动车的总销量。相较而言，柴油车市场份额从 2011 年的 75.7% 下跌至 2020 年的 8.6%。

新车上市及其带来的大规模订单将会提振汽车品牌影响力。例如，特斯拉于 2019 年推出 Model 3，该车型立即成为挪威当年最畅销的汽车。福特于 2019 年年底首次推出野马 Mach-E，给美国消费者超过一年的时间来累积订单量。福特今年早些时候表示，其欧洲产品阵容在 2030 年将全部转变为纯电动车。

## 特斯拉欧洲 4 月销量暴跌 95%

今年 4 月，特斯拉 Model 3 在欧洲市场的交付量仅为 1244 辆，与 3 月 28184 辆的交付量相比，下跌 95%。

季节性因素或成特斯拉销量下滑的原因，4 月作为欧洲汽车市场的传统淡季，再叠加新冠肺炎疫情影响，整个欧洲乘用车销量环比下跌 78%，新能源汽车销量环比下跌 63%。在大环境下，特斯拉也未幸免于难，特斯拉 Model 3 交付量环比下跌 95%。

此外，当大众、宝马等传统欧洲汽车巨头在新能源汽车赛道上全力一搏，特斯拉的先发优势被慢慢蚕食，市场格局也在悄然间发生新



的变化。盛宝银行股票策略主管在今年 1 月表示，近几个月以来，雷诺、大众和现代的市场表现均超过了特斯拉，特斯拉股东们应该对此感到“警惕”。

率先对特斯拉造成威胁的是欧洲本土选手大众。今年 1 月 20 日，大众集团 CEO 赫伯特·迪斯表示，大众正在市场份额方面追赶特斯拉，并且已经在欧洲赢得了消费者争夺战。