

充电桩市场何时能“来电”

互联网思维或能破题

本报记者 李修惠

利好政策突破行业瓶颈

充电设施标准不统一、土地资源瓶颈，以及盈利模式缺失一直以来都是制约公共充电桩普及的“三座大山”。现在，前两座大山将在政策引导和“众筹模式”的推动下被迅速夷为平地。

国务院于10月份颁布了《加快电动汽车充电基础设施建设的指导意见》（以下简称“《意见》”），要求到2020年，我国充电基础设施体系能够满足逾500万辆新能源汽车的充电需求，并称我国充电桩（站）的直接市场规模届时有望达到1240亿元。

国家能源局副局长郑栅洁在解读《意见》时表示，让千亿级充电桩市场期待已久的充电设施国家统一标准（以下简称“新国标”）也将于近期推出。新国标发布后，也会对现有的充电桩进行全面改造，让每一根充电桩能够适配每一款新能源车。

《意见》颁布一周后，郑栅洁就率六部委领导前往江苏万帮充电设备有限公司考察了其“星星充电”平台。星星充电是业内率先提出“众筹建桩”模式的充电服务供应商。“众筹建桩”让充电桩设备公司提供充电桩，让有停车位资源的业主提供场地，双方对充电服务费分成，在达成双赢局面的同时，缓解了充电基础设施铺设过程中遭遇的土地资源瓶颈。不过，“众筹建桩”的模式并非完美无缺。苏州轻侯新能源科技有限公司总经理潘建表示，这一模式虽好，但北京、上海等停车资源紧张的城市可能对这一模式不怎么感冒，“在常州，业主会希望通过充电服务吸引车主前来停车，而北京的停车位供不应求，业主可能就不那么热衷于众筹建桩了。”

国务院在制订《意见》时显然注意到了这一市场“痛点”，遂在《意见》中强调，要着重解除制约建设瓶颈，优先安排土地供应，为加快充电设施建设开辟绿色通道。

众筹模式难解盈利困局

紧掐行业“七寸”的《意见》无疑给充电服务供应商们打了一针鸡血。但找不到充电服务的盈利模式依旧是横亘在法规制订者和市场参与者面前最大的问题。

都说这是个千亿级的市场，这块蛋糕闻着喷香，吃到嘴里却味同嚼蜡。不仅是国网、南网这样的“国家队”面临着充电服务站全线亏损的窘境，星星充电这样为业内看好的民营资本在目前也仍处于砸钱、烧钱的阶段。中国的充电服务供应商们对充电桩将来的盈利模式一筹莫展，美国最大的充电桩供应商 CarCharging 也同样面临着亏损的局面。

“盈利难”的另一症结，在于充电桩使用率低。到2015年年底，上海市共计将建成6000个充电桩，“但是绝大部分充电桩都烂在了那里，没人去用。”这是每一位业内人士最无奈的心声。

这一现象不足为奇，毕竟对车主而言，在家利用谷时段的居民用电电

费是最划算的。以上海地区为例，夜间在家充电的百公里使用成本仅为6.2元，而在公用充电桩上充电需要付出额外的服务费，百公里使用成本飙升到了52元。所以，各充电站为了在推广期内吸引消费者，纷纷选择不收取充电服务费。

而充电桩使用率低下的现象，是“众筹建桩”模式也难以解决的。时下大热的“众筹建桩”模式只能在充电基础设施铺设的初级阶段吸引更多的社会资本进入这一行业，纾缓“场地难”的困境，但依旧没有办法为充电站带去客流，也无法从根本上破解充电服务供应商的盈利难题，毕竟单靠收取服务费根本不可能达到收支平衡。基础充电设施网络的构建好比一件毛衣，这件毛衣是一定要织的，但既然无法从羊身上收获羊毛，那么就要在猪身上找点赚头。

“+互联网”成未来出路

羊毛出在猪身上，这样的思路听起来是不是很耳熟？没错，“充电桩+互联网”也许是将来所有充电服务供应商的出路。不少充电服务供应商已经行动起来了，相继推出了各自的APP以及云管理后台系统，希望打造出互联网公司最为重视的用户体验。

那些喜欢跨界汽车领域的互联网科技公司自然不会缺席。有着打造“超级汽车”野心的乐视在9月宣布投资一家年轻的充电设备供应商——电桩。乐视高级投资总监孙可表示，乐视目前也找不到充电服务行业的盈利模式，但基于乐视的电动汽车布局，还是决定对电桩进行战略投资。

整车企业当然不可能任由这些后来者肆意地“跑马圈地”。在乐视、电桩宣布联手的同一周，宝马集团宣布和中国普天合作，到2016年年底，将在多个城市建立超过1000个充电桩。

整车企业也不是玩不转互联网思维，宝马开发了相关的APP以及网站，方便车主查找最近的充电桩位置、了解充电桩的实时使用状态，并且支持预约充电功能。

无独有偶，上汽集团也在10月份成立了上汽安悦充电科技有限公司，计划未来5年在全国范围内投资建设5万个充电桩。同时，结合旗下其他新能源产品，在新能源汽车销售、分时租赁、停车场资源整合、电子支付，以及互联网金融等产业链相关方面开展业务。

用“生态圈”这个词来替代上一段末的“产业链”一词或许更为妥当。无论是整车企业还是互联网企业，现在都更倾向于使用“生态圈”这三个字。“生态圈”里全是新能源汽车、汽车共享、分时租赁、车联网、物联网和大数据这样的新潮事物。这个“圈”里的产业目前尚未被消费者完全接受，但这些产业是汽车行业的趋势，代表着未来的汽车生活。所以政府才会不断用新政去同时刺激车、桩市场的繁荣，而企业也愿意在没有找到盈利模式的情况下，纷纷布局充电网络。

充电服务供应商们要寻找的猪，就养在这个“生态圈”里。



大沽路上出现了上海市首批“智慧路灯”。车主在路灯附近可搜索到“elightNet”免费Wi-Fi信号。用手机扫描路灯上的二维码，并安装相关APP后，就可将汽车与路灯连接开始充电，充电费用则根据充电时间、电量等计算，还可用手机支付。预计“智慧路灯”明年有望在南京路、外滩等景点及人流密集区扩大试点，“十三五”期间将在全市推广。

Ta为什么放弃了购买新能源车？

这是发生在记者身边的、真假包换的两件事。这两个案例多少能够为我们解答以下两个问题：为什么有些消费者明明对新能源车很感兴趣，但最终还是选择了购买汽油车？为什么公共充电桩的使用率没有预想中的高？

记者认识一位在上海从事汽车媒体工作的安徽女生。身为试驾记者的她，试驾过各种车型。在一次闲谈中，她表示，新能源汽车的驾驶体验绝对过关。同时，像比亚迪秦这样的自主品牌车型本来价格就不贵，后续用车成本也不是很高，再加上各种补贴，性价比非常高。她一度动心想要出手买一辆秦，但等她想买的时候赫然发现，新能源汽车的

免费沪牌政策调整了。她在一个老式小区内租房，根本不可能有自己的固定车位，所以无法拿到免费的上海牌照，这让原本的高性价比大打折扣，“那我大可以买同等价位的汽油车，毕竟新能源汽车的保值率问题没什么保障。”罗先生也遇到了类似的情况，他连着好几个月都没拍到牌照，而且8万元以上的牌照费用让他非常心疼。听闻新能源车上沪牌是免费的，他很心动。不过，虽然他所在的住宅小区是个新小区，还剩余几个停车位可供业主购买，但购买一个停车位的费用在20万元以上。“这样全部算下来还是汽油车划算，我就买了汽油车。”

这两个例子是个别案例，不能概括出上海地区新能源汽车购买以及使用情况的全貌，但这样无奈的例子，您身边的亲朋好友也许也经历过。我们不难发现，自用充电桩安装证明在有些情况下成为了消费者购买新能源汽车的“拦路虎”，尤其是那些被新能源汽车的性价比所吸引的消费者，这一限制足以让他们打消购车的念头。而拿得出自用充电桩安装证明，并且成功购车的消费者，他们已经拥有了一个自用充电桩，平时主要也就用于上下班通勤，在这样的情况下，他们大部分的充电动作都是在家，或者在单位完成的，需要使用公共充电桩的情况较少。