

新能源汽车基础设施迎“加速期”：政策鼓励投资多元化 远期市场空间或达千亿

本报记者 陈燕南 北京报道

“2023年是充电相关企业第一次参与新能源汽车下乡活动，与往年相比，2023启动仪式的活动和各个省的巡展数量会增多，包括服务等各个方面也会更加下沉。”近日，工信部正在启动新一轮新能源汽车下乡，在2023年新能源汽车下乡活动上，中国汽车工业协会副总工程师许海东对包括《中国经营报》在内的记者如是表示。

据了解，充电桩等基础设施的问题一直以来是制约新能源汽车下乡的痛点问题所在。“离老家越近，充电桩越难找”——不少新能源车主都有共同的感慨。记者发现，有

不少车主表示：“城市里充电桩、换电站设置比较普遍，而在县城、乡村，新能源汽车充电还是个不小的难题，尤其是公共充电桩往往要在县城中心才能找到。”

为加快新能源汽车的普及，促进新能源汽车产业高质量发展，配套政策措施正在密集落地。继国务院明确提出“部署加快建设充电基础设施，更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴”之后，国务院办公厅6月19日对外发布《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》（以下简称《指导意见》），提到要积极推动配电网智能化改造、促进充电基础设施投资多元化，引导各类社会资本积极参与

建设运营、鼓励探索商业合作模式等都为行业现有问题提出了更为具体的解决办法。

随着利好政策频出，新能源汽车的基础设施市场正在迎来崭新的机会。中国汽车战略与政策研究中心绿色低碳研究部总监周玮认为，充电

设施运营企业在这两年或将进入盈利由负转正的关键转折点。而根据中信证券测算，未来三年公共充电桩市场规模有望达487亿元。该机构认为，受政策端和需求端双重因素驱动，充电桩未来有望进入加速建设期，远期市场空间超千亿元。



受政策端和需求端双重因素驱动，充电桩市场规模未来有望进入加速建设期。 陈燕南/摄影

69款车型、三地联动 新一轮下乡启动

2023年新能源汽车下乡活动首次采用了三城联动的形式。

“农村地区具备新能源汽车推广应用的诸多优势条件，开展新能源汽车下乡活动将对新能源汽车全面市场化拓展具有积极意义。近年，我国顺应汽车产业变革趋势，统筹推进技术创新、推广应用和基础设施建设，推动新能源汽车产业发展取得积极成效。但受适用车型不多、流通渠道不畅、宣传力度不够等因素影响，农村市场的巨大消费潜力尚未有效释放。”工业和信息化部

副部长辛国斌表示。

据了解，2023年新能源汽车下乡活动首次采用了三城联动的形式，在江苏惠山、湖北荆门和海南琼海三地同时展开。其中，江苏惠山被定为本次活动的主站。

值得一提的是，为支持“乡村振兴”战略实施，中国一汽、一汽—大众、东风汽车、东风本田、上汽大众、上汽通用、长安汽车、广汽埃安、比亚迪汽车、长城汽车等多家

车企旗下共计69款新能源车型参与了本次活动。

事实上，自2020年以来，工业和信息化部联合相关部门先后在山东、江苏、海南等地举办17场专场活动、160场巡回巡展活动，45家车企携140余款轿车、轻卡、多用途乘用车等车型参与活动，下乡车型总计销售412万辆，占同期全国新能源汽车总销量的35%，部分车型

成为全国年度销量冠军。下乡活动带动了农村地区汽车营销和服务网络建设，提升了农村居民购车、用车的便利性。

“农村汽车消费市场十分广阔，一定是未来增量的方向。随着今年新能源汽车下乡活动的进一步深入，预计2023年中国新能源汽车年销量将达到900万辆。”许海东表示。

县级以下公共桩总数仅占全国总数的9.45%

相对城市而言,农村地区的充电基础设施利用率较低,回收投资困难。

值得关注的是，充电基础设施是电动汽车用户绿色出行的重要保障，同样是构建新型电力系统、实现“双碳”目标的重要支撑。推广新能源汽车下乡，还需要更充足的充电基础设施作为配套支撑。

但是当前我国充电桩还面临着布局不够完善、结构不够合理、服务不够均衡、运营不够规范等问题。根据公安部统计，截至2022年年底，全国新能源汽车保有量达1310万辆；

而根据中国充电联盟的统计，截至2022年年底，全国充电基础设施累计数量为521万台。由此可见，全国新能源汽车保有量与全国累计建成充电桩数量的比例约为2.5:1，而县级以下的充电桩更是远远不足，据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍，目前我国县级以下公共桩总数仅站全国公共桩总数的9.45%，总体数量较少。

业内普遍认为，目前，乡村充

电设施建设还处于起步阶段。县域充电基础设施建设还缺少有效投资，对电动汽车下乡尚无法形成有效支撑，也制约了农村地区新能源汽车消费潜力的释放。

中国电力企业联合会副秘书长刘永东表示：“相对城市而言，农村地区的充电基础设施利用率较低，回收投资困难。目前整个充电设施行业平均利用率不到10%，县乡村区域公共充电设施利用率受制于新

能源汽车的保有量，利用率更是明显低于平均水平，很难吸引运营商投资建设。另外，农村地区新能源汽车采用家庭充电的比例相对要高于城市，车主往往是在特殊场景下需要使用公共充电桩补电。这就造成县乡区域公共充电设施时空布局错位，容易出现平常时间段大量空闲，在节假日又无法满足充电需求的情况。这也影响了县乡地区建设公共充电桩的积极性。”

“砍掉小众车型 简化销售模式”

2026年增加100亿欧元盈利 大众汽车计划进行数十年来最大规模重组

本报记者 陈茂利 北京报道

近日，大众汽车在其全球总部沃尔夫斯堡召开了一场工作会议，计划通过“ACCELERATE FORWARD | Road to 6.5”（英文直译：加速向前 | 通往6.5）全球业绩计划。

该计划的目标是，长期推动并提升业绩和盈利能力，持续实现6.5%销售回报率，以及在2026年增加约100亿欧元盈利，以确保未来在技术和工作岗位方面的持续投资。

而据德国商报报道，德国大众汽车集团正计划进行名为“绩效计划”的大规模重组，德国商报引述大众高层称，本轮重组可能是“几十年来规模最大的重组”。

《中国经营报》记者从大众汽车方面了解到，实现上述目标的关键举措包括优化并加快管理流程，提高研发和制造效率、优化车型阵容、减少车型数量并进一步提高产品品质等。

为此，大众汽车品牌将设立项目管理办公室（PMO）来开发和管理该计划，并由大众汽车集团中国前首席执行官冯思翰负责。根据大众汽车品牌的计划，所有措施将在2023年10月之前启动并实施。

大众汽车乘用车品牌CEO施文韬（Thomas Schafer）在工作会议中表示：“该项目的关键在于利用协同效应，让各个部门更高效、更迅速、更具效用。冯思翰是大众汽车最具国际化经验的经理人之一，是负责该项目的不二人选。通过‘ACCELERATE FORWARD | Road to 6.5’，我们将共同为品牌战略的成功实施奠定基础。”

计划于2026年实现100亿欧元盈利增长

“该计划是管理董事会的首要工作。我们须为大众汽车品牌积聚新力量，并为未来增长奠定坚实基础，我们也正为此通力协作。大众汽车品牌计划在2026年达到6.5%的可持续销售回报率。”施文韬表示。

销售回报率是公司营销活动盈利能力的晴雨表，是观测一家公

砍掉部分车型 关注主流车型提升盈利

据大众汽车方面介绍，此业绩计划将由项目管理办公室推行，该部门由冯思翰领导。大众汽车品牌管理董事会将全权负责该项计划，管理董事会成员将负责不同行动领域和旗舰项目，具体安排将在9月中旬与员工代表协商后确定。

据了解，该计划分为两级：第一级涉及品牌各项主要行动领域，即管理、技术研发、材料成本、产品、价格/价格组合、车辆制造

实现盈利增长 中国市场举足轻重

2021年3月，大众汽车正式推出ACCELERATE（加速）战略，目标是大众汽车加速向软件驱动型移动出行服务提供者转型。通过推出新发布的ACCELERATE战略，大众汽车希望能够对汽车行业出现的深远变革做出及时且系统化的响应。

此次大众汽车发布的新业绩计划，实际上是建立在大众汽车ACCELERATE战略框架下的目标。

大众汽车发布ACCELERATE战略时明确提出，大众汽车针对电动汽车、混合动力和数字化等未来趋势，至2025年将投资

以及销售与品质。为了达成计划中的整体成本和营收目标，每个行动领域都将设有分目标和配套措施。

第二级为该计划的各项举措将遵循全新的协作式方针，即跨领域的旗舰项目将确保高效和提升利润。其中的重点在于降低运营繁复性，减少车型数量，简化销售模式，取消不必要流程，并优化两个平台的产品和生产——横置发动机模块化平台（MQB）和模块

约160亿欧元。为了向未来的大规模项目提供资金，公司将通过ACCELERATE战略系统化地提高效率。至2023年，大众汽车目标达到至少6%的营业利润率，并长期保持该水平。

同时，大众汽车再次加快其全球化电动攻势：至2030年，电动汽车在大众汽车欧洲销售量的份额将提升至70%以上，双倍于之前计划的35%。

虽然电动车的销量在大众汽车中的占比有所提升，但不及预期。另外，大众汽车在软件开发方面受阻也拖累了旗下一些电动车型上市

对于2023年，大众汽车预计，纯电动汽车的交付量将大幅提升，未计入特殊项目支出的营业销售回报率将超过4%。

大众汽车乘用车品牌CFO Patrik Andreas Mayer指出，这一目标实现是建立在“供应端的情况将在今年趋于稳定，同时大众汽车坚定不移地控制成本”的情况下。

化电驱动平台（MEB）。

施文韬举例，未来，大众汽车计划更多地关注主流车型，如Arteon等销量较小的车型将停产。“我们将专注于核心车型，这将降低运营繁复性并提升盈利。”

此外，为了提高盈利能力并且更灵活地应对未来需求和市场波动，大众汽车还计划优化工厂的产能利用率。

据大众汽车方面介绍，量产品牌将在进一步协同效应和提升回

以及市场竞争力。在此背景下，大众汽车母公司大众汽车集团一改“高比例软件自研”的策略，寻求与更多优秀的供应商“协同开发”。

而投资布局的重点市场便是中国。一方面，中国是大众汽车集团最大的单一市场；另一方面，中国在智能化、电动化方面走在了世界前列。

“在快速演进的中国汽车市场，速度至关重要。”在大众汽车集团（中国）董事长贝瑞德看来，如果能够在 中国维持竞争优势，将一定也会在其他市场获得更大的竞争优势。

鼓励促进投资多元化 建议建设综合能源站

北京社科院研究员王鹏认为，将新能源汽车的充电项目与分布式光伏项目结合，清洁能源服务企业也能打开新的市场。

那么该如何解决呢？加快快充方面的建设是一个重要方向吗？对此，全宗旗认为，超充短时间内不会成为乡村充电基础设施的主流。“15万元以下的下乡车型大都不需要800伏充电桩，400伏基本上已够用，超充会带给电网更大的冲击，企业布局超充的成本回收周期会更长，资金压力也会更大。”

对于乡村完善充电设施的路径，全宗旗表示，有些地方已开始针对县以下行政区域进行相关规划，比如把城市或县城内（包括乡村）适合建充电设施的土地进行规划并招投标。与此同时，乡村充电需解决好电力的问题，充电设施的相关政策补贴应该更下沉。除此之外，很多乡村地区都适合建设光储充一体的综合能源站。

北京社科院研究员王鹏也提供了新思路，他表示，当前分布式光伏项目在乡村地区快速发展，将新能源汽车的充电项目与分布式光伏项目结合，发展光储充一体化，不仅提高乡村地区清洁能源的利用效率，也让消费者享受到实惠，清洁能源服务企业也能打开新的市场。

《指导意见》则提出，促进充电基础设施投资多元化，引导各类社会资本积极参与建设运营，形成统一开放、竞争有序的充电服务市场。推广充电车位共享模式，提高车位和充电基础设施利用效率。鼓励充电运营企业与整车企业、互联网企业积极探索商业合作模式。加强监测研判，在车流量较大区域、重大节假日期间等适度投放移动充电基础设施，增强充电网络韧性。同时在农村地区，结合乡村级充电网络建设

和输配电网发展，加快在大型村镇、易地搬迁集中安置区、乡村旅游重点村镇等规划布局充电网络。

事实上，公共充电桩涉及规划、用地、电力、运维等多个方面，需要统筹协调，合力推进。所以基础设施的建设需要地方人民政府、新能源汽车企业、充电设施运营企业等多方共同努力，为进一步支持新能源汽车下乡工作开展，江苏省工信厅、惠山区人民政府、中国充电联盟、新华日报社、国网江苏电力公司、万帮数字新能源共同发出《江苏省关于促进充电基础设施建设更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的倡议》，从政策、充电设施布局、产品研发创新、运营服务、行业安全发展五个领域发出倡议。

另外，国家电网有限公司市场营销部副主任夏勇表示：“早在2006年，国家电网公司就率先开展充换电技术研发、推动充换电系列标准统一，开展充换电模式探索、工程示范、平台建设和供电服务保障，为推动我国新能源汽车产业发展作出积极贡献。”广汽能源科技有限公司则与中石油签订战略合作协议，双方表示将全面发力新能源下乡，以“慢充为主，快充结合”的建设规划加快乡镇补电网络布局，预计到2025年在农村地区建成超过100万个充电终端。

值得一提的是，中国农业银行全面参与到了本次新能源下乡活动当中。中国农业银行信用卡中心副总裁佟春雨表示：“我们将充分发挥中国农业银行的优势，与各大车企联合开办多种形式的营销活动，联合产业各方力量打造绿色汽车消费生态圈。”

“砍掉小众车型 简化销售模式”

2026年增加100亿欧元盈利 大众汽车计划进行数十年来最大规模重组

于正在转型中的大众汽车想要实现这一目标并不容易。

施文韬也坦言，实现这一目标具有挑战性。不过，他认为，只要齐心协力这并非不可能。“该计划能够保障我们的工作岗位，用内部资源为品牌未来发展提供资金，并继续在新车型和技术、工厂现代化和员工培训方面进行投入。”

元增效。除此之外，量产品牌还将优化销售和运营开支，例如开展联合的售后服务。

值得一提的是，管理董事会和劳资委员会确定将继续在盈利能力和工作保障两个方面开展合作。劳资委员会主席Daniela Cavallo表示：“我们就此达成了共识，即需要在不降低集体商定工资或裁员的情况下完成成本缩减，其他方面的因素则更具有决定性。”

资企业之间的合作效率，同时优化盈利能力。”

除了夯实产品开发能力，大众汽车集团也联合地平线做自动驾驶方面的开发。2022年10月，大众汽车集团旗下软件公司CARIAD与地平线成立合资企业并控股（持股60%）。大众汽车集团为该笔合作投资约24亿欧元。

“通过与地平线的合作，集团将加速在自动驾驶领域的技术开发，进一步推进NEW AUTO战略的部署并驱动中国业务转型。”贝瑞德表示。