编辑 赵天舒 美编 代小杰 责校 李爽 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

比亚迪月底出战 国产新能源车竞逐海外

国土面积不足40万平方公里的挪威,成为各路车企的新能源新战场,比亚迪也不例外。5月19日,比亚迪用13年让第100万辆新能源车走下生产线,而面对下一个百万辆,比亚迪股份有限公司总裁王传福表示:“100万辆是节点更是新起点。之后,比亚迪将正式布局欧洲市场,5月底首站进入挪威市场。”

又是挪威。此前,在小鹏、上汽、蔚来等车企开启的海外新能源车战略中,首站也均落地于此。业内人士表示,将挪威作为首站,是看中其电动车市场的增长潜力,同时更是将其视作“试验田”和欧洲“跳板”。不过,在海外新能源车市场高增长背景下,面对本土作战并加快转型的大众、雷诺等欧洲车企巨头,中国车企如何走好出海第一步将成为胜负手。

集体出海

随着一辆汉EV驶下生产线,比亚迪新能源车产量已达百万辆,这意味着,比亚迪成为首个进入新能源汽车“百万辆俱乐部”的中国品牌。据了解,从零到百万辆,比亚迪用了13年。

新百万辆的起点,王传福将比亚迪的下一站设定在欧洲市场。他表示,比亚迪新能源乘用车业务将正式布局欧洲市场,挪威将成为比亚迪进入欧洲乘用车市场的第一站。

据了解,与蔚来用es8探路相同,比亚迪也将让高端SUV唐EV登陆挪威,今年三季度开启当地交付。据了解,今年底前比亚迪计划向挪威市场交付1500辆唐EV,比亚迪相关负责人表示,5月底将有100辆唐EV发往挪威。

事实上,比亚迪拓展欧洲市场前,中国新能源车企已相继探路。北京商报记者了解到,小鹏、上汽、蔚来等多家车企均制定海外新能源车市场规划。2019年9月,上汽名爵ZS纯电动SUV在挪威和荷兰上市;去年6月,上汽大通宣布,首批328辆上汽大通MAXUS EV30发运挪威;去年9月,小鹏汽车在挪威开始交付小鹏G3。除产品出口,蔚来还将在挪威自建由车、服务、数字化和生活方式构成的完整运营体系。

数据显示,去年国内新能源车出口量接近7万辆,同比增长89%,占汽车出口总量的7%,同比提升3.4%。在汽车行业专家颜景辉看来,随着国内新能源车企产品及品牌进入成熟期,让产品出海无疑是实现全球规模化发展的重要一步。“车企不仅要寻找更多增量可能,更要让品牌走出去提升知名度,成为真正的全球品牌。”颜景辉表示。

“跳板”挪威

值得关注的是,众多出海车企均将目的地锁定挪威。“这与挪威当地的政策和潜力不无关系。”颜景辉说。

据了解,拥有530万人口的挪威,本身为石油生产大国,并在1980年第三次石油危机中受益,但是挪威却想撕掉“石油”的标签。按照挪威的政策,2025年挪威全境将不再允许销售传统燃油车,只能销售纯电动汽车,因此挪威国内的新能源市场潜力巨大。

根据挪威公路联合会的数据,去年挪威汽车销量为14.14万辆,其中7.68万辆为纯电动车,占比高达54.3%,并成为世界首个全年电动车销量占比过半的国家。今年3月,挪威销售新能源车比例升至84.9%,这意味着每卖出去100辆车,其中近85辆为新能源车。挪威电动车联盟秘书长Christina Bu预测,今年电动车占挪威市场的比例将达到65%。

从市场渗透率来看,在欧洲几大主要新能源车市场中,挪威以近80%的数据保持领先,瑞典名列第二位,为34.8%,德国渗透率为20.7%,法国、英国渗透率均仅为13%左右。

不仅新能源车销量可观,挪威也拥有成熟的电动车配套条件。以充电桩为例,截至去年底,挪威充电桩累计注册量为45万个,在欧洲仅次于德国的60万个,每1万人拥有35个充电桩,高于法国的6.9个充电桩/万人,日本的2.3个充电桩/万人。为推动电动车销售,挪威则提供大量激励政策,其中免征25%增值税、进口关税,同时免征养路税,在公共停车场及高速公路的通行费也实行减半政策以及电动车能够使用公交车道等。

除能享受诸多政策红利,挪威更是中国新能源车企眼中的“试验田”。“新能源车快速增长的欧洲市场乃至全球车市才是我们的最终目标。一个国家肯定不够,肯定会进入更多国家。”蔚来汽车创始人李斌表示,明年还将进军5个欧洲国家。

数据显示,去年欧洲市场新能源乘用车销量为136.5万辆,同比增长高达137%,已超越中国市场的124.6万辆,成为全球最大新能源乘用车市场。从市场份额来看,新能源车销量占整个欧洲车市份额的11%,其中纯电车型占比为6.2%,插电混动车型占比为4.8%。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,由于挪威对电动车进口采取免关税政策,设施也较为完善,同时消费者对电动车产品的认可度也较高,而且挪威市场规模较小,适合中国品牌试水。

扎根不易

不过,中国车企密集出海的同时,挑战也随之到来。

首先,相比中国市场,欧盟的市场准入标准更加严苛。由于法规和标准等差异,中国汽车品牌进军欧洲需要拿到完善的资质认证,例如WVTA欧盟整车型式认证,涉及车辆安全性能、环保和排放水平等方面,堪称世界三大汽车认证体系中最严苛的标准。尽管,小批量出口的方式能够更便捷地获得出口许可,但要满足欧盟的法规,仍需投入大量产品开发成本,并对品控环节提出更高要求。

同时,在已非常成熟的欧洲汽车市场,本土作战的大众、戴姆勒、雷诺、奔驰、宝马、奥迪等车企也将对中国品牌形成夹击。如何构建自身品牌影响力和产品在私人市场认可度,对于中国车企也是一大挑战。

数据显示,占据今年2月欧洲市场25%销量份额的大众集团,近期正全力进行电动化及软件化转型,无论是近期引发股价暴涨的“电池日”,还是今年新能源车迈过百万辆的目标,都预示着这家车企巨头已将目光聚焦在新能源车市场。颜景辉表示,这些品牌在欧洲市场已经拥有成熟的渠道体系,并被当地消费者认可。在这些企业加速转型下,中国品牌如何做好当地市场管理和品牌渗透成为关键。

除欧洲车企,早年便在欧洲市场布局的特斯拉也将成为中国车企的对手。数据显示,去年挪威最畅销的4款纯电动车型为奥迪E-Tron、特斯拉Model 3、大众ID.3和日产聆风。

随着大众、宝马、雷诺等欧洲本土汽车巨头的发力及特斯拉在欧洲市场加码,欧洲市场的红利窗口也正加速关闭。颜景辉认为,品牌认知、本土化运营及法规将是中国车企进军欧洲市场的难题。但是,作为海外较大的新能源车市场,破解欧洲市场难题也是中国车企走好出海的第一步。

事实上,面对这些问题,中国车企也在进行更多尝试。据了解,蔚来计划将更多“中国模式”复制到挪威。李斌表示,蔚来在每个市场的商业模式是一样的,即采取基础设施先行、直营直销、服务用户的模式。“我们不光卖车,更希望打造一个以车为起点的社区。”李斌说道。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

更新企业LOGO 中国广电5G“读秒”

5月19日,国家知识产权局公示信息显示,中国广电正在申请共12项商标信息,涉及一项图形及一项文字LOGO图形。新LOGO申请背后,是中国广电5G布局的加速。根据计划,中国广电今年将开始推进192号段放号工作,并适时推出5G套餐。

业内人士表示,作为移动通信领域的后来者,中国广电的5G布局已经落后于中国移动、中国电信、中国联通(以下简称“三大运营商”)。未来,中国广电能否借助频段优势找到合作伙伴,在5G商用领域站稳脚跟,成为外界关注的焦点。

有望年内发放号段

国家知识产权局公示信息显示,中国广电正在申请共12项商标信息,涉及一项图形及一项文字LOGO图形,新商标信息的国际分类涉及金融物管(两项)、科学仪器(两项)、教育娱乐(两项)、通讯服务(两项)、网站服务(两项)、广告销售(两项)。

随着新LOGO的申请,中国广电对5G领域的布局正在加速。近日,中国广电总经理梁晓涛表示,中国广电将适时发放192号段,推出特色套餐,让客户尽快享受到中国广电的服务。

不止中国广电,各地广电公司近期也动作频频。5月15日,中国广电四川网络股份有限公司宣布启动F5G千兆宽带,预期年内可开通广电5G业务。近日,陕西广电网络总经理韩普也表示,计划今年开始推进192号段放号工作,目前正在进行各项准备。

192号段是中国广电的专属5G号段。2019年12月,工信部发布消息称,依据《中华人民共和国电信条例》《电信网码号资源管理办法》等有关法规规章,向中国广电核发192号段公众移动通信网网号。

商用步伐落后对手

作为第四大运营商,中国广电早在2019年便已经获得5G牌照。业内人士表示,由于缺乏移动通信业务的运营经验和基础设施,外加各地广电系统长期各自为政,导致广电5G业务一直未能正式商用落地。

资料显示,我国长期采用中央、省、市和县四级办广播电视的发展方针。在较为宽松的管理体制下,一方面,我国广电事业获得迅速发展;但另一方面,各地有线电视网络也呈现出条块分割、山头林立的“割据”态势。

针对广电系统的“割据”问题,中国广电一直在推进“全国一张网”的整合。2020年12月,中国广电完成全国24家省级系统广电网络公司的整合工作,成立了中国广电网络股份有限公司,这是我国广电系统首个垂直性市场运营主体。

针对运营经验和设施基础缺乏的问题,中国广电选择引入外援加以解决。2020年5月,中国移动与中国广电签署有关5G共建共享的合作框架协议。根据协议,中国移动和中国广电将联合确定网络建设计划,以1:1比例共同投资建设700MHz 5G无线网络,共同拥有并有权使用700MHz 5G无线网络资产。

北京商报记者注意到,支持700MHz频段的5G手机已近百款,覆盖了高中低端消费市场人群。据了解,预计今年底,中国广电将和中国移动携手完成40万座700MHz频段5G基站的建设工作。

针对中国广电700MHz频段5G基站的建设进展,北京商报记者联系中国广电相关负责人,但截至发稿未获得回复。

短期难有竞争力

与三大运营商相比,中国广电虽然在5G布局较为落后,但也拥有自身竞争优势。2020年1月,工信部向中国广电颁发4.9GHz频段5G试验频率使用许可,同意中国广电在北京等16个城市部署5G网络,中国广电700MHz+4.9GHz“低频+中频”协同组网策略自此获得明确。

资料显示,700MHz频段是发展移动通信的黄金频段,具有信号传播损耗低、覆盖广、穿透力强、组网成本低等优势特性,而且适合5G底层网络。

对于中国广电而言,形成差异化竞争优势非常重要,梁晓涛表示,中国广电坚持走差异化5G应用路线,推动广播电视服务融入到公共安全、应急通讯、防疫救灾、工业互联网、物联网等不同行业领域。

作为国内有线电视服务的提供方,中国广电背后的广电系统拥有大量的内容资源。数据显示,我国广电系统年制作广播节目650万小时以上,电视节目260万小时以上,全系统每年生产制作电视剧在500部(14000多集)左右。

金融专家董翔表示,尽管中国广电在频段、内容等层面拥有优势,但在5G领域仍面临一些困难,如广电尚无统一的公有云,广电5G的人才、技术储备也不足,因此广电5G即便实现商用,短期之内也难以和三大运营商正面抗衡。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇