

电动自行车求解集中充换电

私自非法改装缘何多发

今年,电动自行车充电起火事故屡见不鲜。据统计,截至2021年7月20日,年内全国发生电动自行车火灾已达6462起。

“80%的电动自行车火灾发生在充电过程中。”国什能源科技(北京)有限公司副总经理王超表示,目前主要有家用插座充电、交流充电桩充电、充电柜充电、室内集中充电几种充电模式,绝大部分安全事故是在家用插座充电发生的。常见的易引起充电事故的行为有携带电池室内充电,楼道、楼梯口飞线充电,超长时间充电,使用假冒伪劣电动自行车或超标车。

在深圳猛犸出行科技有限公司董事长王振飞看来,现在较为凸显的是锂电池自身的安全问题。他在接受北京商报记者采访时表示,2019年国家推出了《电动自行车安全技术规范》GB17761-2018(以下简称“新国标”),由于新国标整车重量不超过55公斤的限制,电动自行车从原来使用铅酸电池升级为使用锂电池。

锂电池在便携性、寿命、能量密度、绿色环保等方面优于铅酸电池,不过其危险性比铅酸电池要高很多。而与此同时,电动自行车使用者为了提高续航里程,常常选择私自改装车辆。

联动天翼新能源有限公司市场部总监李玉磊在接受北京商报记者采访时表示,新国标要求电动自行车整车的重量不超过55公斤,电池的电压不超过48伏。按照55公斤的要求,同样的重量可能只能跑40公里的里程,但某些用户可能需要距离远一点,有些外卖小哥为了接单更多,减少充电时间,会把电池改成大容量的。非法改装不光是改电池,还涉及到改车,可能把48伏改成60伏,或把800瓦的电机改成1000瓦的,电池容量把4812或4815改成4820或者4830,这些都属于非法改装,会造成安全隐患。

对于电动自行车使用者,王超建议,要购

近年来,多起电动自行车充电爆炸事故引发人们关注。是什么导致了电动自行车安全事故频发?如何从根源上制止电动自行车进楼充电?为了杜绝私自非法改装,能否通过技术手段提升锂电池续航里程?在10月21日召开的第一届中国电动自行车充换电技术创新大会上,北京商报记者了解到《电动自行车集中充电设施技术规范》国标的实施将有助于解决这些问题。随着锂电池市场渗透率逐渐提升,换电设施的铺设将成为未来电动自行车安全充电的一个重要解决方案。



买质量合格的电动车,不擅自改装、修理、扩容电池,选择与电池类型匹配的充电器。同时,社区可以使用充电柜、交流充电桩设施增设充电站,可以通过电梯自动防控系统防止电动车和电池上楼。

续航焦虑何解

为了杜绝电动自行车进楼充电现象,2021年8月1日实施《高层民用建筑管理规定》第三十七条规定,禁止在高层民用建筑公共门厅、疏散走道、楼梯间、安全出口停放电动自行车或者为电动自行车充电《规定》还鼓励在高层住宅小区内设置电动自行车集中存放和充电的场所,充电设施应当具备充满自动断电功能。

据了解,充电桩、换电柜是目前市面上可见的主要充电设施。解决安全问题是

工程,既要保证电池的品质,也要保证充电设施的安全可靠,以及它的应用场景的安全和合理的安装部署。”王振飞告诉北京商报记者:现在很多小区没有足够的停车位,换电就成为非常好的解决方案。”他介绍,猛犸是国内第一个推出针对C端市场换电解决方案的一家公司,在小区周边和小区内部署大量的C端换电柜,提供换电服务。用户只要扫码就可以5秒钟换得一个满电的电池,解决电池的充电问题。”他说。

换电柜已经悄然入驻一些小区,而它们是从何时开始出现的呢?王振飞解释道,正是在2019年新国标出台后,锂电池得到更多使用,从而出现了换电设施。因为铅酸电池体积大,并且充电速度很慢,所以没办法进行换电。续航的问题本质也是因为充电难、充电慢,换电就可以解决这个问题。同时,通过统一管理,也能够保证电池在充电过程中更安

全。”王振飞说。

除此之外,李玉磊对北京商报记者表示,锂电池要提升续航能力,还可以增加电池容量,原厂出厂的时候让同样的空间体积能量密度更高,比如同样的体积原来可以做到4820,现在可以做到4824,就能增加20%的续航里程,随着技术的发展、能量密度的提升,可以有一些技术突破。此外是增加快充,缩短电池的充电时间,同样可以减少用户的充电等待时间,增加使用里程。现在我们在和国外的一家电动车企在联合开发一些15分钟能充电70%的电池类产品,就是为了解决用户的里程焦虑。”他说。

充换电市场迎来标准化

电动自行车及电池市场正在加速扩张。中泰证券研究所副所长苏晨介绍,2018年以

新增1例确诊 北京疾控提示非必要不出京

10月21日,北京市召开第243场新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会。据通报,10月21日0时至14时,北京新增1例京外关联本地新冠肺炎确诊病例,为10月19日确诊病例徐某某之妻,现住丰台区恒富中街。丰台区经综合研判将原看丹街道内强化为防范区,恒富中街6号院、7号院及周边零星区域升级为管控区,同时将帝京花园划定

丰台开展第二轮核酸检测

据庞星火介绍,新确诊病例刘某为10月19日确诊病例之妻,现住丰台区恒富中街。19日作为密切接触者进行集中隔离医学观察,20日自觉咽部不适,无明显咳嗽、发热等症状,核酸检测结果为阳性。21日转至定点医院隔离治疗,综合流病史、临床表现、实验室检测和影像学检查等结果,当日诊断为确诊病例,临床分型为轻型。

庞星火表示,目前已开展流行病学调查、实验室检测和密切接触者追踪,对相关地区逐级采取封控管控等措施。截至目前,本起疫情全市共判定密切接触者128人,已采取相关管控措施。

具体到丰台区,北京丰台区人民政府副区长张婕表示,截至10月21日12时涉及丰台区密切接触者114人,次密接197人,已全部规范落实隔离管控措施,每日核酸检测,目前结果均为阴性。对刘某所到过的水果超市及相关地区开展环境及人员核酸检测共计120件,结果均为阴性。

张婕表示,丰台区将继续做好疫情后续处置工作,强化风险人员排查管控工作力度。依托“双流调”工作机制,对密切接触者及次密接人员第一时间核查落位并落实

管控措施。加强封控区、管控区、强化防范区所有人员健康监测,严控疫情进一步传播隐患。对后续核酸检测组织工作进行推演,优化工作环节和流程,做好物资储备,10月22日开展第二轮大规模核酸检测,当日检测完毕。

时隔9天再现高风险区

近日,从陕西省西安市发现2例游客核酸检测阳性以来,甘肃、内蒙古、湖南、贵州、宁夏、河北及北京等多个省市和地区报告多名关联病例,感染来源尚不明确,蔓延速度快,形势严峻。

北京市疾控中心实验室全基因组测序结果显示,该毒株为德尔塔变异株,与北京既往本地病例和输入病例病毒基因组同源性均较低,经中国疾控中心专家初步比对分析,结果显示与近期甘肃、陕西等地报告的病例病毒同源性较高,属于同一传播链。

为此,庞星火提示,市民朋友要坚持非必要不出境,近期非必要不出京,不去中高风险地区

来电动自行车产销规模有所回升,这主要是由于新国标出台带来“抢售”,不达标电动车加速替换。2020年疫情影响下,国内两轮电动车产销规模大幅增长至5000万辆级别,2020年底保有量已超过3亿辆。电池市场方面,预计2021-2023年电动自行车锂电需求规模分别达25/42/53GW。

“由于锂电池成本高于铅酸电池,过去市场一直由铅酸电池车型主导,2020年保有量中占比约90%。锂电2010年开始进入电动自行车市场,近10年渗透率逐步提升,2019年锂电渗透率已超过10%。随着锂电成本持续下降、用户对性能与品质重视度提升、新国标压力等因素下,锂电车型渗透率将加速提升。”苏晨说。

在市场规模扩大的同时,行业标准成为各企业关心的问题。虽然有“新国标”,但究竟生产什么样的车、电池,生产成什么形状、接口,基本还是由主机厂和主流电池厂来制定,过去没有统一的标准。”李玉磊表示:“从整车厂来说,要对车的型号和电池一起规范地制定一个统一的接口,推动小区公共基础设施的建设。相关部门在加强管控,对不使用原装电池的

车辆销售有渠道端的管控,未来情况会有所改善。”为此,2019年4月16日,国家标准化管理委员会下达《电动自行车集中充电设施技术规范》国家标准制定计划,填补了国内外此类标准的空白,以促进电动自行车充换电设施技术和产品的进步。

中国电力企业联合会、电动汽车与储能分会副会长兼秘书长刘永东介绍,这项标准所讨论的问题涵盖电气安全、消防验收技术要求,电池包标准外形尺寸、充电接口形状及规格等,重点解决电动自行车充电和设备质量问题,覆盖电动自行车集中充电各种充电模式。

“过去由于换电设施刚刚出现,所以存在大量不标准、不安全等问题,推出这项国标将解决这些问题。”王振飞说。北京商报记者 陶凤 吕银玲

西街观察 Xijie observation

从平台大战到主播大战

张绪旺

“双11”大战谁是主角?直播带货呗,这种感觉一年比一年愈加强烈。再往细了想,一旦直播带货成为“双11”乃至整个电商竞争的主战场,主播竞赛就成了最鲜明的标签。

2021年“双11”,各大平台把预售时间前移,用“不熬夜”吸引更多买家。而创造了最耀眼成绩的还是薇娅李佳琦。有统计数据称,10月20日开启的预售直播,李佳琦销售额超过106亿元,薇娅销售额超过82亿元紧随其后,双双创了纪录。第三名雪梨销售额9.3亿元,单看数据也很惊人,但已然追不上带货双雄一路狂奔后的尾气。

直播带货,战绩断层;主播差距,越来越大,或许这就是未来相当一段时间电商直播大战的基调。

近些年,消费者对电商促销节的敏感度不断降低,就优惠力度、促销手段的不真诚和复杂度诟病不已。但对热衷直播购物的人来说,又是另一番场景。这里面有卡点抢购的刺激、有主播互动的魅力、有沉浸式购物的快感……总的来说,直播带货确实在创造电商新场景,不论是转移疲软的图文模式购买力,还是增加新新人群的GMV(总销售额),主播、平台和商家一拍即合。

有意思的是,主播的出现,让销售和促销这件事呈现了更鲜明的人格驱动。

仍以“双11”为例,作为阿里巴巴始创的购物节,从自吹自嗨到竞品跟

进,最初的“双11”平台对决色彩更明显,那时候的商家更像附属品,有些企业甚至对这种促销嗤之以鼻。及至“双11”成为全网共识,商家越来越重视,同一品类不同品牌的数据赛跑,成为每年最热搜的新闻。

不过,无论玩法怎么变,前两个阶段的“双11”大战,平台和商家在消费者眼里绑定颇深,都能用“产品”一言概之,终究是有了需求再去比较优惠。

但如今趋势性的直播带货,薇娅、李佳琦等职业主播和品牌商家邀请的明星主播,都在用个人魅力引导用户需求,进而产生商品销售。

这就是市场营销概念下的私域流量。私域流量和职业主播天然契合,让玩惯了公域流量的平台和商家感到惊喜且紧张:惊喜的是新增GMV蓝海,紧张的是产业链多了更具话语权的参与者。

以销售额为说服力,薇娅、李佳琦、罗永浩、辛有志等大主播,就是掌握了最大销售话语权的新参与者。因此,当电商大战变成直播大战、主播大战,平台和商家又要面临新一轮两难抉择:选还是不选,选谁?

对于用户而言又何尝不是呢?从筛选产品、筛选商家,到筛选平台,再到筛选主播,越来越沉浸的购物体验,是种新奇,也是种负担。先不谈质量和服