

本土电池生产企业必须围绕降低成本深耕细作



未来动力电池企业的竞争很大程度上就是成本竞争，本土电池生产企业必须围绕降低成本深耕细作。如果动力电车企业能够在电池回收处理上与汽车生产企业展开有效合作，甚至二者在盈利模式上形成紧密的利益共同体，不仅可以对原有客户形成强力粘连，而且还有利于拓展新客户。

近日，2019年新能源汽车补贴退坡方案正式落地，50%的退坡幅度直接对新能源整车生产与销售带来不小压力，也给国内动力电池生产企业带来了很大挑战。应对这种挑战，动力电池生产企业必须作出相应改变。

在新能源汽车补贴退坡方案公布的同时，工信部发出通知，停止执行《汽车动力蓄电池行业规范条件》，被业界称为“白名单”制度的本土动力电池保护政策就此画上了句号。

这意味着今后国外动力电池可无门槛地进入中国，中国动力电池生产商将与国外厂商短兵相接，可能会在对手竞争压力下丢失一部分存量市场，而且争夺增量市场也变得更为艰难。可以说，本土动力电池企业已经被推到了必须肉搏的前沿，亟需寻找守城与攻城之策。

首先，未来动力电池企业的竞争很大程度上就是成本竞争，本土电池生产企业必须围绕降低成本深耕细作。

目前来看，动力电池系统占国内整车成本的比例仍高达40%左右。瑞士联合银行的统计分析报告显示，松下、LG化学、三星SDI的电池生产成本大约是0.11美元/瓦时至0.13美元/瓦时，国内动力电池龙头企业宁德时代与比亚迪的电池成本却达0.15美元/瓦时。

显然，如何通过技术创新以及行业联盟方式降低成本以形成价格优势是国内动力电池企业必须迅速拿下的战略制高点。

其次，必须积极抢占服务高地。随着整车生产厂商电动汽车销量大幅攀升，动力电池的回收压力将越来越大。据业内预测，到2025年，国内动力蓄电池年报废量或达35万吨，按照《新能源汽车动力蓄电池回收利用溯源管理暂行规定》，汽车生产企业承担动力蓄电池回收的主体责任。

不过，无论是财务成本还是技术处理能力，目前汽车生产商都难以承重。如果动力电车企业能够在电池回收处理上与汽车生产企业展开有效合作，甚至二者在盈利模式上形成紧密的利益共同体，不仅可以对原有客户形成强力粘连，而且还有利于拓展新客户。

另外，作为“白名单”废止之后行业必然进一步出清的结果，国内众多动力电池存在着变道转型要求。

一方面，伴随着更多外资与合资新能源整车进口，为动力电池企业实际创造了更大的合作空间，并且本土不少汽车生产商也在有意识调整原有单一供应商格局，以提高自己在产业链上的话语权，本土电池企业可以借此从品质、成本、技术以及安全等多维角度细分出市场，形成自己独有的服务路径与客户黏合力。

另一方面，市场份额相对较低的本土动力电池企业在选择战略合作伙伴时，可以考虑将主战场迁移到电动单车、电动船舶、城轨交通以及无人机等领域，并在转身中创造与锁定自己新的竞争方位。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/141992.html>