

试水纯电动车 或引爆混合动力市场爆发



今年，上到品牌层面的宝马i3、腾势汽车，下到落地投放的荣威E50、北汽E150V等纯电动车先后抢占了各大媒体的版面，与此同时，混合动力车型在今年的销售势头突飞猛进，人们不禁要问，市场变化太快了，我们的下一站是电动车还是混合动力？

混动车为何被电动车激活

2013年上海车展上，宝马、丰田、腾势、长安、北汽等一系列厂商均展示了自己的纯电动概念车，其中宝马i系列在经过“邦德”加持后更加备受关注。人们不禁要问，混合动力才刚开始，纯电动车就要进入百姓家了吗。

紧接着，荣威的一款微型电动车E50在上海境内挂牌销售，一个自主品牌，车型大小仅有Smart大小，售价却高达24万，通过政府补助才降到12万左右。荣威电动车的售价是不是虚高了。

但随着北汽的E150V推向市场，并以近25万的售价展示人们面前的时候，才知道，电动车成本确实居高不下。

要知道，一款新车的成本高低，大部分来自于量产的摊耗，产销越多，成本摊耗到每台车上就越少，因此在每天只能产销几百台电动车的企业来说，成本是非常高的。包括没有报价的宝马i3，也一定是一个瞠目的数字。

仅仅是因为价格问题就激活了混动车吗？

越过现实壁垒 混动车型更易普及

纯电动车与充电桩在国内似乎就是一对矛盾，需要共同推动却又相互制约，充电也就成为纯电动车无法回避的现实问题。相对于此，混合动力车明显更具普及性。与普通汽油版车型相比，混合动力车在使用上基本相同，完全不用外接电源充电。混合动力车的发动机和电动机两种装置一起配合运作，用发动机产生的多余能量、以及车辆制动时减少的动能都会转换为电能存储到电池当中。行驶中如遇电量不足的情况，混合动力系统会自动启动发动机来驱动车辆行驶，无缝衔接，完全不影响行车安全，更不用担心续航问题。

今年PM2.5的不断爆表，引发公众对空气质量的关注和担忧。当环保从“奢侈概念”走向了“生活必须理念”，节能新能源车的需求显得更加迫切。有这样一组数据，截至今年3月底丰田混合动力车型全球销量突破500万辆，与同等车身尺寸、同级别汽油发动机车型相比约节省120亿升汽油，约等于全北京市机动车2012年全年消耗量，同时减少CO₂排放量约3400万吨，接近1.1万平方公里森林1年吸收量。不难发现，节能新能源车只有实现真正意义的普及，才能对环境起到有效改善作用。

另外，对于消费者来说，接受新生事物的第一壁垒依旧是价格。中国人对性价比的认识还是停留在购买性价比上，而非使用性价比。因此即便在政府为电动车推出了补贴政策之后，车价依旧高出同品牌普通车，而配置、做工无任何

改观，这或许会让很多入门消费者心有不甘。倒退10年，一台混动车的价格，可以跟入门级奥迪比肩，这是在当时价值观里无法接受的，这个情景跟今天纯电动车非常相同。

今天的混合动力经过多年的变革，成本大幅度降低。以普锐斯为例，一台国产的混合动力普锐斯，级别相当于紧凑型车，价格则与紧凑型城市SUV的价格相当。从功能溢价上看，普锐斯的价格价值比，已经被很多消费者接受。在高端车方面，无论是讴歌的ILX还是雷克萨斯CT200h都将定价起步在20-30万区间，不但在混动领域里价格平易近人，同时还充当了这两个高档品牌最入门级别的车，拉近了消费者。

混合动力必将大有作为

目前，纯电动车处于试水阶段，各个国产厂商均以各自所在城市为试点，通过国家级地方政策的帮助来进行售卖。但地方保护比较严重，品牌与品牌之间缺乏竞争，使得消费者选择余地很小，这对于新品类的普及也形成了壁垒。

而混合动力已经形成了百花齐放的市场状态，丰田、大众、本田、通用、雷克萨斯、讴歌、奥迪等等，均有车型进入了混合动力市场，并且形成了量产车，且在价格上都很平易近人。更重要的是，混合动力已经不再是“概念”，政策的开放加上充足的竞争，让其悄然融入了主流汽车市场，供消费者精挑细选。

不可否认，混合动力的迅速成功，还是有大量的投入做了多年铺垫的结果。以丰田为例，2010年底，丰田就在常熟成立了中国的汽车研发中心，这也是丰田在全球的第六家研发中心，专注于研发新能源汽车。实现混动技术核心组件的国产化，促进混合动力国产化进一步提高，势必让混合动力车更具市场竞争力。

与此同时，包括本田、日产、奥迪、宝马、比亚迪在内的多家汽车厂商均加大对混合动力研发，加速节能新能源车在华布局。这些厂商带动的市场效应也推动政府延长实施节能新能源车补贴政策，同时推广补贴混合动力的呼声进一步加大。政策的倾斜，也是刺激混合动力车销量暴增的关键推动力。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/52844.html>