电动车全速驶进未来

文 | 李建

电池技术演进与成本持续下滑，电动车整体拥有成本，有机会与燃油车平起平坐，也让电动车加速普及。2021年新冠疫情冲击全球汽车业，唯电动车一枝独秀，产业与研调机构也看好电动车后市，乐观预估，预计10年后，电动车时代将全面到来。

各国减碳政策下，电动车渗透率将逐年呈现高度成长，平均年复合成长率约29%。燃油车销售至2025年达高点后，预料将一路下滑。至2030年，电动车渗透率可望来到32%。彭博新能源财经（BNEF）预估，到2035年，电动车销量与燃油车将呈现黄金交叉。

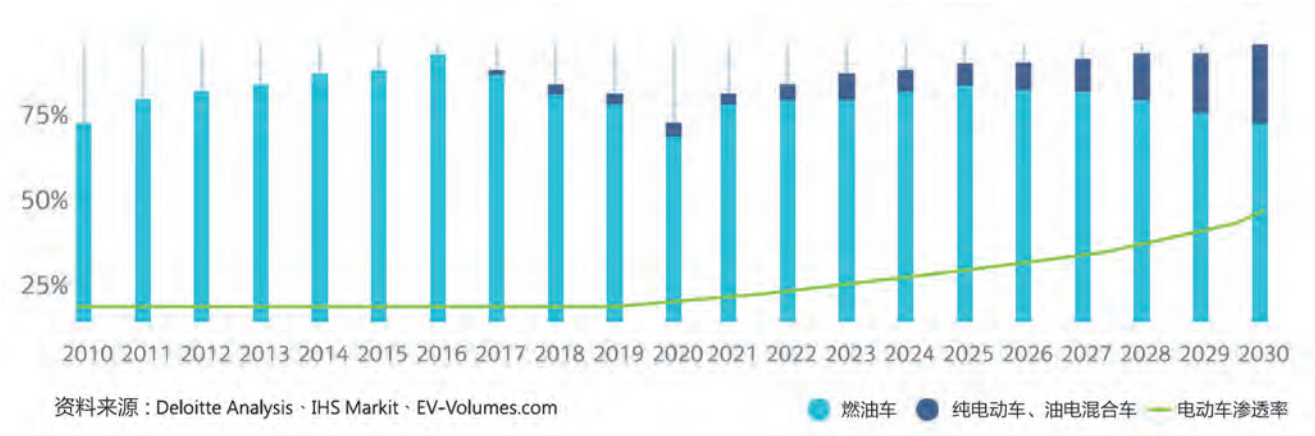
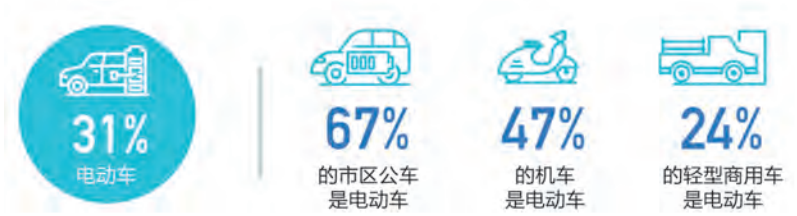


图1 彭博新能源财经（BNEF）预估，到2035年，电动车销量与燃油车将呈现黄金交叉

2040 年在路上跑的车辆



2040 年在路上跑的车辆有 31% 是电动车

电动车高速成长驱动力

消费者态度
可驾驶距离与范围、充电设施的普及、成本/价格溢价等，都会影响消费者意愿。

车厂策略
更多电动车车型、更具竞争力的价格，都将刺激电动车的人气。

政策法规
诸如欧洲的二氧化碳排放规定、各城市对燃油车的禁令与税收，以及政府提供的财务诱因，都对电动车销售造成影响。

企业的角色
基于企业责任、形象、节省成本与员工满意度等理由，企业将更支持电动车。

世界各大车厂的电动车策略与目标

2022 年

菲亚特－克莱斯特：将推出 30 款电动车，欧洲 60% 销售为电动车。
本田：所有欧洲主流车款电动化日程提前到 2022 年。
雷诺日产三菱联盟：疑推出 12 款混动车与 8 款纯电动车，日产欧洲销售目标 42% 来自电动车。

2023 年

宝马：欧洲市场 33% 电动化；推出材料可回收再用之新车系。
福特：加码电动车与自驾车投资至 290 亿美元。
通用：推出 30 款电动新车，并销售超过 100 万辆电动车。
现代：投资 520 亿美元进行电动车研发，开发 44 款新能源车型，目标年销量 67 万辆，跻身全球第三大电动车品牌。
丰田：于美国市场电动车占新车销售 4 成，启售固态电池电动车。
福斯集团：全球销售的 25% 为电动车，实现全球电动车龙头目标。
Volvo：电动车总销量将达 100 万辆，为全球总销售的 50%。

2030 年

宝马：电动车占总销售比例至少 50%。
戴姆勒：纯电车占销售额 50% 以上。
福特：欧洲停售燃油小客车；三分之二商用货车和卡车销售也将是电池驱动。
通用：凯迪拉克将成为主要电动车系列车款。
本田：电动车占全球销量三分之二。
马自达：所有车款全数电动化，包括油电混合与纯电车。
福斯集团：欧洲 7 成以上新车销售为电动车；在欧洲兴建 6 座超级电池工厂总产能达 240GWh；8 成电动车使用 Unified Cell 新型电池。
Volvo：仅售纯电动车，汽车销售全转往在线。MFC