

## “桩家”争夺战

本报记者 温济聪

去年,新能源汽车充电桩还大多停留在新闻里和政策中,时至今日,充电桩市场已成为一块香饽饽,成为诸多企业争相抢夺的“战略资源”。虽然许多发展瓶颈仍然如鲠在喉,但依然挡不住企业跑马圈地、抢占市场先机的似火热情

先建桩还是先有车?如今,这一争论已经基本形成共识,即先把充电桩建设好,新能源汽车才能更快、更好地发展。新能源汽车逐步走进你我生活,而充电桩普及却成为发展瓶颈。

基于充电桩领域市场需求的逐步旺盛以及相关政策引导的持续推进,以北汽集团、国家电网为代表的大型国企,和以特锐德、易事特、合康变频、万马股份、亿纬锂能等为代表的上市公司正快马加鞭“跑马圈地”,慢充、快充、换电等产品纷纷现身。与此同时,行业、公司自身方面的挑战和难题依旧存在。

### 势在必行

12月初,记者来到位于北京市丰台区的岳各庄检测场充电站、西城区阜外大街敦煌大厦充电点、海淀区蓝景丽家等多处充电点采访时发现,充电桩都在满负荷运转,不少车主需要排队才能充上电。

在岳各庄检测场充电站,家住大兴区西红门附近的车主何宇威正忙着用直流桩充电。“居住的小区无法安装私人充电桩,这就加大了我们公共充电桩的需求。”何宇威告诉记者,岳各庄检测场充电站是他家附近最大的充电站,共有4台直流桩(俗称“快充”)和14台交流桩(俗称“慢充”)。直流桩充电一次需要半个多小时,交流桩则需要6个多小时。“附近可充电的地方实在太少,每次充电的时间又偏长。现在新能源汽车越来越多,现有的公共充电桩远不能满足新能源车主的需求。”何宇威说。

“新能源汽车没有充电桩,就像普通汽车跑在高速上找不到加油站一样,出现问题可想而知。”中国汽车流通协会会长沈进军在接受《经济日报》记者采访时表示,充电桩数量严重不足、供需不对等问题成为制约新能源汽车发展的瓶颈。很多国企和上市公司正是看到了充电桩需求量的巨大市场,纷纷进军这一领域。

据国家发展改革委、住建部等部委11月17日联合印发的《电动汽车充电基础设施发展指南(2015-2020年)》显示,截至2014年底,全国共建成充换电站780座,交直流充电桩3.1万个,为超过12万辆电动汽车提供充换电服务。按照这一比例,充电桩数与电动汽车数的比例约为1:4。

“而按照国家相关规定,充电接口与新能源车辆的配比不得低于1:1,目前的充电桩数量远远不能满足新能源汽车发展的需要。鉴于目前的供需比例,我们十分看好充电桩的发展前景。”易事特集团股

份有限公司董事长何思模说。

在中国汽车技术研究中心原主任王秉刚看来,除了市场需求的逐步加大以外,近来国家相关政策的出台,也促使不少企业纷纷踏入充电桩领域。《电动汽车充电基础设施发展指南(2015-2020年)》提出了我国“十三五”阶段充电基础设施发展的总体目标:到2020年,我国将新增集中式充换电站超过1.2万座,分散式充电桩超过480万个,满足全国500万辆电动汽车充电需求。

此外,也有上市公司基于自身因素的考量。“目前高铁市场的饱和,让我们充满危机感,而进军充电桩是公司的战略转型策略之一,也可以说是特锐德的‘二次创业’。”青岛特锐德电气股份有限公司副总裁崔群说。

### 全面布局

万马股份11月6日发布公告称,该公司子公司将出资1亿元建设辐射全国的充电设备基础设施;特锐德10月20日发布公告称,该公司中标“武汉市800辆新能

源纯电动公交车充电站BOT项目”……充电桩暖风频吹,不少知名企业加速布局充电桩市场。目前,在以北汽集团、国家电网为代表的大型国企抢滩市场的同时,A股主营业务涉及充电桩的上市公司已有30家左右,相关公司正在地域布局、产品研发创新等领域抓紧“跑马圈地”。

为解决新能源汽车充电难的问题,北汽新能源发布了“441”充电业务战略规划。北汽新能源汽车营销公司总经理张勇解释说,第一个“4”是指加快完善体系建设、充电服务平台、充电布局和增值服务四大板块;第二个“4”是指重点布局北、上、广、深4个城市;“1”则是指完成10000个自建公共充电设施。截至今年8月,北汽新能源共有服务站45家,覆盖华北、华南、华东、华中4大区,共计13个省(市)、24个城市;经销商数量也达到34家,遍布25个城市。

“我们的目标地域主要以新能源示范城市为主。”崔群介绍说,在全国88个新能源示范城市中,特锐德的控股公司特来电已经布局了67个城市,并且特来电的充电桩布局全部为免费建设。截至今年9月,

特来电已经建设公共充电站777个,已建充电桩19450个。

“易事特集团已经在全国设计规划并建设了很多充电网设备和大型充电站,如陕西西安市城市充电网、江苏常州大型智能充电站、湖南益阳大型智能充电站、东莞城市充电网和大型智能充电站、四川泸州城市充电网等已经开始正式使用,业已设计规划并开始筹建的城市充电网、大型智能充电站还有数十家。”何思模说。

除了争相布局,各公司在产品研发方面也展开激烈竞争。在第四届北京国际充电站(桩)技术设备展览会上,特锐德正式发布的CMS主动柔性智能充电系统,可以将电池充电的安全性提高100倍以上、电池使用寿命延长30%左右,这是对汽车充电技术的又一次颠覆性创新。该公司建立了电气技术层、智能充电层、云平台层的三层结构,以“无桩充电、无电插头、群管群控、模块结构、主动防护、柔性充电”的技术特点开发新产品。

其他公司在产品研发创新领域也不甘示弱。何思模介绍说,交流充电设备方

面,他们已经做到从3.5KW到42KW的功率提升,还研发了轻巧简便的便携式随车充电机,随时随地移动充电;直流充电设备方面,除了传统的一体式直流充电桩,易事特还设计了分体式设备解决方案,为客户节约设备成本的基础上,更便于客户或运营机构方便快捷地统一管理、合理分配资源,直流充电功率更是从10KW提高到300KW,实现了大功率直流快充。

此外,能科股份提供“互联网+”充换电全集成方案,飞宏科技、富电科技等研发了“移动充电宝”产品……各公司正从起初的布局地域、开拓疆土,逐步向高精尖产品研发领域展开竞争,多家公司争做“桩”家。

### 有待破冰

虽然公司进入充电桩市场热情很高,但不容回避的是,整个行业依然面临不少挑战和发展瓶颈,开拓思路、破解困境势在必行。

记者采访的多位企业高管、专家学者认为,目前充电桩企业主要面临盈利模式尚未清晰、没有实施统一的标准和认证、充电终端推广受阻等重重关卡。

由于我国新能源汽车市场尚处于初期起步阶段,不少企业认为新能源汽车所占市场份额过低,而充电桩建设投入大、成本高,盈利模式是困扰企业的一大“拦路虎”。

在张勇看来,目前企业充电服务盈利较为困难,消费者对于充电服务费用较为敏感。“因为公司全部免费投建充电终端,短期内不可能实现盈利,而充电终端的价格昂贵,需要特来电有足够的资金支持。”崔群坦言。

“目前来看,公共充电桩的盈利情况并不明显,现在各家充电桩企业更多是在‘跑马圈地’。”北汽集团相关人士建议,充电桩企业可以借“互联网+”的东风,向互联网企业多多学习。例如,把充电桩当成“流量入口”,以便掌握越来越多的充电桩信息,集成支付功能(类似于支付宝),打造成充电网、互联网、车联网“三网融合”的整合型资源共享平台,这样便可以衍生出更多的商业盈利模式,未来想象空间巨大。

除了盈利模式上的困境外,这些企业也对充电桩没有实施统一的标准和认证充满苦恼。“由于功率大小不一,高功率的充电桩不能给低功率的汽车充电,否则容易造成汽车损坏;而由于接口不同,充电线不兼容、插不上插头也是瓶颈问题。充电桩的制造标准多样,缺乏统一规范,给新能源汽车在充电领域带来一系列问题。”张勇说。何思模则建议,相关部门要在充电基础设施认证和监管方面,尽快形成统一的标准,以便实现互联互通;同时,也要加快建立车桩兼容、规范兼容的示范区,逐步在全国进行推广。

“此外,在充电终端的推广方面也遇到了不少难题。”崔群举例说,前期老百姓对电动汽车了解不多,相应地对充电设施建设的积极性也不高;物业部门由于利益诉求、在建设过程中需要人员协助等原因,也缺少积极性;电力接入、审批流程周期长,延缓了建桩效率。“目前的解决办法是,与小区物业等合作,多做一些电动汽车的试乘试驾活动,帮助大家了解电动汽车的优势。同时,采用车、充并举的方式,以优惠的价格租车、卖车,带动充电桩的快速推广布局。”崔群介绍说。



## 大成若缺与不怕失败

张 忱

据说,以色列理工学院在以色列之外的第一所本科分校,将正式落户我国广东汕头。这所学府在国内的知名度虽不如美欧一流高校,但其研究和创新创业的能力,却早已得到公认。以色列理工学院不但拥有数位诺贝尔奖得主,而且有近四分之一的毕业生至少创办过一家公司。

以色列的人口仅占全球总人口的0.2%,却出了162位诺贝尔奖获得者,占诺贝尔奖获奖总人数的20%;平均每1844个以色列人中就有一个是创业者;以色

列企业在纳斯达克上市的数目,超过欧洲所有公司的总和;以色列吸引了约20亿美元的风险基金,人均风险投资额是美国的2.5倍、欧洲的30倍,居全球第一。

为什么创新创业可以在以色列这块贫瘠的土地上如鱼得水?根据媒体报道和相关研究,以色列人从小就鼓励孩子勤学好问、不怕困难、敢于创新。即使是在强调服从和等级的军队中,以色列人的等级观念也并不强,他们更加重视在艰难的境遇中独辟蹊径,士兵甚至可以经常与长官平

等对话,提出改进的建议;而在公司中,上下级之间打破常规引发争论和争吵,更是家常便饭。

更加重要的是,以色列人似乎认为失败是一件寻常事。以色列航空前总裁雅尔·沙米尔说,在以色列,失败在任何时候都不是不可接受的。创业者不会因为失败而被鄙视,正因为如此,以色列人才乐于冒险,提出并实践自己的想法,因为他们不担心形象因此受损。

老子说,大成若缺,其用不弊。最完美的东西,总是像缺了点什么,作用却不

会衰竭。总是觉得缺了点什么,才会勇于打破常规、独辟蹊径,才会不怕失败,并由一点点的细小改进,汇成一代代的蜕变进化。

不过,倒也不是只要不怕失败,就可以不顾一切向前冲。创业要冒险,但必须是理智地冒险。创业面临的往往是生死考验,大部分项目大多只有一次机会。要存活下来,理智比蛮力更重要。即使不能彻底想明白,至少像商业模式、骨干团队、创始人股权结构这种最重要的问题,得先弄清楚。

而那种先上马后看路的创业办法,就像篮球运动员把自己扔在半空再寻找篮筐一样,只适合科比、乔丹等少数天才,并不适合主流大众,在这个融资已经不再火热的冬天,尤其如此。

责任编辑 王薇薇 孟飞  
美 编 高妍  
联系邮箱 jrbcfzk@163.com