

充电企业盈利空间在哪里

本报记者 刘瑾

产业聚焦

工业和信息化部发布的数据显示,截至2022年一季度,我国新能源汽车已累计推广突破1000万辆大关。随着新能源汽车的快速发展,充电基础设施建设也在紧锣密鼓推进中。

中国电动汽车充电基础设施促进联盟(简称“充电联盟”)信息部主任全宗旗表示,“十三五”时期,在政策的扶持下,我国充电设施从无到有,逐步解决了有桩充电难的问题。进入“十四五”后,充电设施仍需政策和金融扶持,同时,行业与企业要精细化布局,满足不同场景的充电需求。

充电设施“加速跑”

近年来,我国充电基础设施保持增长态势,今年以来,更是“加速跑”。

充电联盟最新发布的报告显示,截至2022年4月份,全国充电基础设施累计数量为332.4万台,同比增长81.9%。1月份至4月份,充电基础设施增量为70.7万台,其中公共充电桩增量同比增长204.6%,随车配建私人充电桩增量同比增长511.1%。

充电设施的高速发展,得益于相关政策的支持和推动。今年1月份,国家发展改革委、国家能源局等十部委发布《关于进一步提升电动汽车充电基础设施服务保障能力的实施意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出,到“十四五”时期末,我国电动汽车充电保障能力进一步提升,形成适度超前、布局均衡、智能高效的充电基础设施体系,能够满足超过2000万辆电动汽车充电需求。

全宗旗认为,《意见》是充电行业的国家级指导文件,在这个文件的指导下,不少地方制定和出台各自细化的管理办法,为充电基础设施建设提供了良好的发展环境和强有力支持。

政策的利好还在持续到来。近日,中办、国办印发了《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》,提出要优化公共充电桩建设布局,加快建设充电桩。

新能源汽车中私人消费比例的增加,也为充电设施提出了新的发展空间。私人新能源汽车消费量上来后,对充电基础设施尤其是社区如何解决充电问题提出要求,而对于不能充电的社区,亟需在公共充电桩上解决私人充电需求。值得一提的是,今年1月份至4月份,国内新能源汽车销量为155.6万辆,通过计算得出,桩车增量为1:2.2。

此外,充电基础设施呈现一定地域性特征。公共充电基础设施建设区域较为集中,广东、上海、江苏、北京等TOP10地区建设的公共充电桩占比达72.1%。

全宗旗表示,相对来讲,南方和东南沿海、中部经济发达地区的新能源汽车推广速度较快,西北和东北地区由于气候和政策的原因推进慢一点,充电基础设施也呈现上述特点,但整体来讲处于持续高速发展阶段。



江西省萍乡市芦溪县加快推动新能源充电桩、5G、信创等领域,构建产业链、打造产业集群。
王强摄(中经视觉)

业绩向好隐忧不少

新能源汽车的快速增加,使得充电基础设施建设行业被普遍看好,从充电企业公布的经营业绩来看,似乎彰显着企业盈利不远了。

日前,易事特披露的2021年年报显示,报告期内,公司新能源汽车充电设施、设备等相关销售收入为1.7亿元,较上年度增长较快,同比增长76.46%。

实现业绩增长的不止易事特一家,特锐德年报显示,公司2021年度营业收入为94.41亿元,同比增长26.48%;派诺科技近日发布的2021年度报告也显示,报告期内公司实现营业收入约5亿元,同比增长47.66%。

“充电桩业务发展良好,有望形成新的利润增长点。”英杰电气在其2021年年报中如是说。2021年,英杰电气子公司蔚宇电气的充电桩业务发展状况良好,新签订单持续增长,预计今年业绩将保持稳定增长。

业绩不断提升,印证着充电桩市场进入加快放量期,伴随其中的还有持续的高研发投入和建设费用。特来德母公司特锐德董事长于德翔对外称,特锐德、特来电在过去七八年的时间里,在研发上累计投入了20多亿元,分别打造了“面向于碳中和的新型电力系统”和“面向于大规模电动汽车的充电网”两大面向未来的核心产品。于德翔用“提前布局,未来可期”形容企业的这一选择。

快电首席执行官于翔表示,目前大多数充电运营商都处于市场扩张阶段。面向未来广阔的充电桩市场,产业链上下游各方都想要抓住机遇,持续加大投入抢占市场成为必然选择。

与企业持续“输血”相对的是,充电桩基础设施投资回报周期很长。为了抢占市场,

充电桩行业出现“价格战”,部分充电APP甚至曾打着“1分钱充电”“1块钱充满一辆车”的口号争抢用户。

在种种“烧钱”行为的压力下,充电企业想要真正盈利并不容易,也陆续出现了不少出局者。天眼查数据显示,目前国内充电桩相关企业有22万余家,2019年至2021年三年间新增数量为11.3万家,注销数量达1.6万家。

对此,全宗旗认为,由于超前投建和新能源汽车保有量不高,目前充电企业盈利压力依旧很大。生产企业为了卖出设备,有时会压低价格,这对行业发展十分不利。充电联盟联合其他各方正在积极推进市场准入条件,对进入行业的企业设置一定的门槛,以减少恶性竞争。运营企业打“价格战”的阶段基本快过去了,特别是新能源汽车私人消费逐渐增长,对价格不会像B端那样敏感,对服务的要求则会相对提高。

精细化运营是关键

在江苏南京,有一家充电站内配备了食品冷库。这是为什么?

原来,充电站周围几个小区都比较高档,业主对于海鲜和水果有比较高的要求。冷链物流公司主动找到充电站合作,来确保冷链配送的稳定性。

“这就是根据用户需求,拓展了新的创收模式。”全宗旗说,充电站光靠充电来盈利还是比较困难的,对于企业来讲,要探索新的商业模式来提高服务收益。现在很多充电站不仅提供充电,还提供自助洗车、便利店、咖啡厅,甚至还有图书室。这就是“充电+”,根据不同的需求分析来配备设施和服务。

从充电企业层面来看,全宗旗认为,企业

要着力去精细化布局和提升服务,精准定位什么样的车需要什么样的充电桩。比如,新能源车有客车、物流车、公交车、私家车、网约车等不同种类的,出行场景和充电场景是不一样的,这就要求充电桩基础设施要有不同设置。

他提出,一是企业要精准定位业务范围和目标群体;二是要精细化服务,把服务做好而不是靠价格战;三是关键确保安全,生产和运营各个环节安全的监控监管、安全预警以及快速响应,都要到位。

从区域布局来看,充电设施区域不均的问题也将得到改善。根据交通运输部披露的统计数据,目前全国已有3102个高速公路服务区建设了充电桩基础设施,共建成充电桩约13374个,主要集中在京津冀、长三角、珠三角等东部地区,西部及东北地区覆盖率相对较低。

交通运输部公路局副局长周荣峰在近日举行的新闻发布会上透露,近期,交通运输部已会同国家能源局等部门,研究起草了加快推进公路沿线充电基础设施建设行动方案,拟按照“建站先行、以供促需、因地制宜、分类推进,广泛覆盖、适度超前,通用开放、智能高效”的原则,加快形成“固定充电设施为主体,移动充电设施为补充”的公路沿线充电设施网络,不断满足日益增长的电动汽车充电需求。

从地区发展来看,全宗旗认为,国家层面已经给出了实施意见,各个地方可以针对指导文件再细化,根据自身条件和新能源汽车推广情况,立足实际制定充电桩设施发展规划。

对充电行业的未来,全宗旗很有信心。他说:“目前,充电桩保有量是300多万台,未来10倍都不止,发展空间还是非常大的。”

截至2022年4月份

全国充电基础设施

累计达 332.4万台

同比增长 81.9%

1月份至4月份,充电基础设施增长 70.7万台

其中

公共充电桩增量

▲ 同比增长 204.6%

随车配建私人充电桩增量

▲ 同比增长 511.1%

车企通常不会亲自制作广告,内容供应商可能会分包给一些小公司,这就容易出现“失控”。

5月21日,借着小满节气,一汽奥迪与刘德华合作的宣传片发布,短短几小时,全网点击量过亿。有评论点赞该广告“温暖而克制,低调而进取”,是“豪华品牌该有的样子”,并认为其“像极了抄袭”。面对剧情反转,一汽奥迪发表声明称该短片由第三方公司制作,并就该事件中给刘德华、“北大满哥”及相关方造成的困扰致歉。同时,各个官方渠道全面下架视频,刘德华个人抖音账号也删除了这则视频。

不过,就在全网看好这则广告之际,博主“北大满哥”指出,该视频抄袭其以往作品中的文案。“经过反复比对,内容近乎一致。”对此不少网友调侃,“见过文案抄袭的,但从未见过直接复制粘贴的”,并将之定义为“像素级抄袭”。面对剧情反转,一汽奥迪发表声明称该短片由第三方公司制作,并就该事件中给刘德华、“北大满哥”及相关方造成的困扰致歉。同时,各个官方渠道全面下架视频,刘德华个人抖音账号也删除了这则视频。

作为一家全球知名汽车品牌,在可能影响品牌形象的公众沟通中,必然要表达自身对于问题的重视以及处理态度。有网友指出,此次发文的标题不是《致歉》,而是《声明》。虽然文中有“致歉”的字样,但避重就轻,把本应是自己犯的过错归结于第三方。

网友的态度,体现出公众对营销广告“翻车”问题更多的思考。本来一部可以成为年度好广告片子,为何一夜之间成为“行业笑话”?

问题是,这不是奥迪及其合资公司首次在营销广告上出状况。2019年11月,奥迪在微信朋友圈投放奥迪Q8的广告宣传,但视频内容播放的却是日系英菲尼迪宣传片,引发网友“求投放”。此外,还有奥迪RS4“香蕉门”和二手车涉嫌低俗营销等事件,最终均以官方道歉收场。

奥迪及其合资公司在营销广告上之所以一再出问题,从更深层次来看,与厂家对营销广告的投放与制作机制有关。在公众认知中,车企是舍得花钱的“金主”。通常车企并不会亲自制作广告,而是提需求、出预算,由内容供应商竞标并负责制作。头部大厂的广告一般都是大制作,实际执行过程中,可能会分包给一些小公司,这其中就容易出现“失控”。

正因不是“自制”,无论是汽车厂商,还是大广告公司,对于内容都有非常严格的审查。比如,投放前对字体、标点符号、音乐、文案版权等,都要进行审核,部分公司还会审查艺人明星出镜时的服务和品牌。这既是对自身品牌的负责,也是对互联网知识产权侵权泛滥必要的警醒。

广告营销文案体现一个企业的价值取向。此前汽车界爆发过“灵魂之争”,呼吁汽车厂商要把软件技术掌握在自己手中,不能失去灵魂。事实上,如果对广告营销不能通过把关将传播内容掌握在自己手中,企业同样是不行的。奥迪此次广告营销“翻车”,也给其他车企提了一个醒。

业界点睛

本版编辑 黄晓芳 祝君壁 美编 倪梦婷

“十四五”优先推进交通运输重大工程

本报记者 齐慧

11项重大工程项目

- 国家高速公路大通道联通工程
- 沿边沿海公路建设工程
- 出疆入藏公路通道工程
- “四好农村路”助力乡村振兴工程
- 运河连通工程
- 黄金水道扩能工程
- 沿海港口提升工程
- 现代综合交通“三位一体”枢纽工程
- “北斗领航”工程
- 交通运输新基建赋能工程
- 绿色低碳交通可持续发展工程

口提升工程。主要包括小洋山北侧集装箱码头工程、宁波舟山港航设施工程、曹妃甸港煤炭运能扩容、北部湾国际门户港、洋浦国际枢纽港港航设施工程、天津港北疆港区C段、广州港南沙港区五期、深圳港盐田港区东作业区等集装箱码头工程等项目。

“十四五”期间,将推进农村公路建设项目更多向进村入户倾斜,因地制宜推进较大人口规模自然村(组)通硬化路建设,有序实施建制村通双车道公路改造和过窄公路拓宽改造,加强通村公路和村内道路连接;推动实施运河连通工程。主要包括西部陆海新通道(平陆)运河工程和湘桂、赣粤运河工程等项目。围绕加快长江、西江等水运大通道扩能升级,突破三峡枢纽瓶颈制约,实现提高干线航道通过能力和通航效率等目标,推动实施

黄金水道扩能工程。交通运输部表示,“十四五”时期,国家还将以国际枢纽港、主要港口为重点,高水平推进原油、铁矿石、粮食、液化天然气等专业化码头、集疏运体系及公共基础设施建设,加强粮食码头中转储运及疏运能力建设。

现代综合交通“三位一体”枢纽工程将围绕服务“全国123出行交通圈”和“全球123快货物流圈”建设,构建多层次一体化国家综合交通枢纽系统,实施现代综合交通“三位一体”枢纽工程。“十四五”时期,以国家综合交通枢纽城市为重点,推进一批综合客运枢纽、综合货运枢纽及集疏运体系项目建设。

重大工程项目包中,交通运输新基建赋能工程是指根据数字交通规划和交通运输领域新型基础设施建设行动方案,将以推动交

通运输高质量发展为主题,以数字化、网络化、智能化为主线,推动感知、传输、计算等设施与交通运输基础设施协同高效建设,实施交通运输新基建赋能工程。

交通运输部相关负责人表示,将进一步优化审查审批流程,按照进度加快、标准不降的要求压缩审查审批时间,对列入规划、条件具备的项目要简化相关手续,确保前期工作质量和水平,满足合理建设工期安排。对于条件具备的项目,协调财政部及时下达车购税资金予以支持。各地交通运输主管部门要将重大工程项目纳入本地区重大工程项目建设任务清单,优先重点推进。加强与金融机构对接,规范推广政府和社会资本合作模式,积极破除社会资本参与交通基础设施建设的制度障碍,撬动更多社会投资。

近日,交通运输部印发《关于扎实推动“十四五”规划交通运输重大工程项目实施的工作方案》。“十四五”时期我国重点推进的11项交通运输重大工程项目包,以“服务大局、当好先锋,稳定投资、保障民生,创新引领、绿色安全,系统推进、衔接融合”为基本原则,坚持稳字当头、稳中求进,适度超前开展交通基础设施投资,实施一批战略性、全局性、引领性、基础性的交通重大工程项目,为保持经济运行在合理区间、保持社会大局稳定作出积极贡献。

重大工程项目包涉及国家高速公路大通道联通工程、沿边沿海公路建设工程、出疆入藏公路通道工程、“四好农村路”助力乡村振兴工程、运河连通工程、黄金水道扩能工程、沿海港口提升工程,现代综合交通“三位一体”枢纽工程、“北斗领航”工程,交通运输新基建赋能工程、绿色低碳交通可持续发展工程11项。

据交通运输部相关负责人介绍,这些交通运输重大工程,根据“十四五”交通运输系列规划确定的发展目标和重点任务,是按照意义重大、影响深远、效益突出、技术领先、示范带动的原则遴选出来的。“十四五”规划纲要确定的102项重大工程项目,均纳入各项工程包予以统筹推进。

其中,“十四五”期间,国家将以中西部地区为重心,加快国家高速公路待贯通路段建设,优先打通国家高速公路主线和省际衔接路段;以东部地区为重心,推进京沪、京港澳、长深、沪昆、连霍等建设年代较早、车流量大、交通繁忙拥堵的国家高速公路主线扩容改造。

在沿海港口提升工程方面,将围绕京津冀、长三角、粤港澳大湾区世界级港口群以及北部湾国际门户港、洋浦国际枢纽港建设,打造高能级港口枢纽等目标,推动实施沿海港