

看世界

电动汽车百年沉浮

□ 李正宇

20年前的人们恐怕很难想象,电动汽车的时代这么快来临。

如今,人们对于街上疾驰而过的电动汽车早已习以为常。然而,出乎很多人意料的是,这个被视为“新能源革命”主角的“物种”,其实比燃油车出现得更早。从19世纪呱呱坠地到21世纪席卷业界,电动汽车的发展历程恰似一部跌宕起伏的技术史诗。

19世纪初,被誉为“直流电机之父”的匈牙利发明家耶德里克曾进行了一项关于电磁转动装置的实验。起初,他只是想靠这个发明给自己提供一些便利,比如用它代替驴拉磨。但很快,就有人发现了这项装置的新用途——可以为更广泛的交通运输工具提供动力。

以此为基础,1834年,美国发明家托马斯·达文波特发明并手工“攒”出了第一台小型电动车。虽然这款车速度极低,据说只有4公里/小时,电池也无法充电,但它的出现仍点燃了电驱动交通工具的星火。

1881年,法国工程师古斯塔夫·特鲁夫制造出世界上第一辆可以投入实际使用的电动三轮车。它搭载的是铅酸电池,最大的特点在于可充电。这款电动三轮车还亮相了当年在巴黎举行的国际电器展览会,并被公认为世界上首辆纯电动车。

到1884年,英国人托马斯·帕克发

明了可批量生产的电动车,其时速也提升到了约23公里。而此时,距离德国发明家、奔驰公司创立者卡尔·本茨发明三轮燃油汽车还有两年时间。

7年后的1891年,美国造车先驱威廉·莫里森打造出一辆电动轿车。这款车可搭载6人,续航里程达到50公里,在当时的纽约街头引起了不小的轰动。

这一时期的电动汽车风头正劲,甚至隐隐压了燃油车一头。

根据史料记载,1900年前后,虽然燃油车在美国的市场占有率超过了六成,但因为其噪声大、污染严重,普遍被业界视为“落后技术”。而且最让客户们不能容忍的是,它竟然是手摇发动的,看当年的图片,与老电影里的手摇拖拉机莫名相似。反观电动汽车,外形优美、噪声又小,因而收获了当时几乎所有社会名流的青睐。美国发明家爱迪生甚至专门为电动汽车研发出新型电池,并申请了专利,梦想让电流彻底取代汽油。而这段时期,也是电动汽车发展的“黄金期”。

可惜,天不从人愿,一心将电动汽车发扬光大的爱迪生迎头撞上了福特和他的汽车生产流水线。

1908年,福特T型车问世。受益于这种先进的生产模式,燃油车生产成本大幅下降,单车售价应声而落。资料显示,1910年前后,一辆T型车的售价仅为600美元,而同期电动汽车售价则超过1700美元。

更要命的是,当时正值美国城镇化飞速发展时期,大城市周边的郊区和卫星城规模急剧扩大,动辄上百公里的通勤距离放大了电动汽车续航里程短、充电不方便、充电速度慢的短板。再加上1913年加油站网络开始在全美普及,电动汽车愈加落入下风。

随着石油开采技术的进步和内燃机效率的提升,燃油车彻底占据市场主导地位。到1920年,电动汽车几乎从市场上消失,只剩下少数特种车辆,比如高尔夫球车等还在使用电驱动技术。到了

20世纪30年代,全美只剩下4家公司还在生产电动汽车。

在此后的七八十年间,电动汽车一直都是市场上的“边缘角色”,即使偶尔有车企回头“尝鲜”,意图也远谈不上单纯。比如,在20世纪40年代的日本、20世纪70年代的美国,都有汽车厂商尝试改进电动汽车技术,但其时代背景都是石油匮乏。也就是说,在这些车企看来,电动汽车只是燃油车的替代品,一旦石油危机缓解,电动汽车也就结束了“备胎”的使命。

转折点出现在本世纪初。随着环保理念日益深入人心,人们开始重新审视电动汽车的价值。2008年,特斯拉推出Roadster。这款基于“莲花”底盘打造的电动跑车,以单次充电续航394公里的成绩震惊业界,证明电动汽车并非只会短跑,不能长跑的“偏科王”。而且,其仅需3.7秒便可加速至百公里/小时,彻底改变了电动汽车留给人们的慢吞吞印象。遗憾的是,这款车实在是太贵了,在美国市场的起售价为10.9万美元,加上当时的人们普遍认为电动汽车尚不成熟,因而Roadster受到了市场的冷落,短短几年后便停产了。

Roadster掀起的风潮并未因其落幕而平息。2010年前后,随着比亚迪、日产、宝马等车企纷纷入局,电动汽车掀起了又一轮高潮。一方面,各大车企纷纷投入巨资研发关键技术,作为电动汽车核心竞争力的锂离子电池能量密度从2000年的50Wh/kg(瓦时/千克)迅速提升至如今的250Wh/kg以上,同时成本也下降了约90%;另一方面,各国政府纷纷出台政策,为电动汽车研发提供税收减免等支持,并为大规模建设充电桩及其他换电设备铺平了道路。

2020年是电动汽车的又一个关键时间节点。这一年,全球电动汽车销量突破300万辆,其中中国市场贡献了一半的销量。同年,特斯拉上海超级工厂投产,比亚迪推出

刀片电池,电动汽车产业迎来了真正的爆发期。

短短5年后,变化更明显。根据国际能源署《全球电动汽车展望2025》报告,2025年全球电动汽车销量预计将达2000万辆,占新车销售总量的25%以上。作为全球最大汽车市场的中国,如今每卖出10辆新车,就有超过4辆是新能源汽车。更重要的是,中国在动力电池、智能网联技术及产业链整合方面的优势极为显著。

电动汽车的故事远未结束。在不久的将来,我们可能会看到固态电池实现量产,让续航突破1000公里成为常态;无线充电技术普及,停车位变成“隐形加油站”;更高级别的辅助驾驶技术与电动汽车深度融合,催生全新的出行生态。同时,我们也可能面对锂、钴等电池原材料的供应压力,废旧电池回收体系仍有待完善等一系列问题。但只要故事仍在继续,就有更多可能性值得期待。

从托马斯·达文波特的实验装置到如今穿梭在街头巷尾的各种车型,电动汽车的复兴不仅是一部技术与市场博弈、理想与现实碰撞的史诗,更代表了人类对可持续发展的探索。或许在某一天,当我们回望这段历史会发现,正是这一次次电流涌动,推动着历史的车轮驶向更清洁的未来。

□ 孙昌岳

苹果转身之困

2025年,全球人工智能(AI)竞技场浪潮奔涌。微软、谷歌、亚马逊等科技巨头以及中国领军企业百度、华为等,纷纷重金布局这场技术革命。然而,曾以颠覆性创新引领行业发展的苹果,近年来却异常沉寂,显露出“掉队”迹象。

资本市场的风向标清晰可见。截至7月25日,凭借在AI算力芯片上的强势表现,英伟达以4.24万亿美元市值登顶全球,微软以3.8万亿美元紧随其后。而昔日的行业王者苹果,市值已滑落至3.19万亿美元,与英伟达的差距高达万亿美元。这一数字变化,不仅反映了资本的选择,更折射出AI时代产业格局的深刻变革。

回望过去,苹果曾是AI领域的先行者。2010年,史蒂夫·乔布斯掌舵下的苹果以2亿美元收购初创公司Siri,并将其深度整合进iPhone,开创了智能语音助手商业化的先河。但2011年乔布斯离世后,苹果的创新步伐变慢,Siri的发展也陷入停滞。与此同时,竞争对手们开始发力。2022年,OpenAI的ChatGPT横空出世,点燃了生成式AI的热潮。微软、谷歌、亚马逊等巨头乘势大举投入,迅速构筑起技术领先优势。

深入剖析苹果“掉队”根源,内部技术路线分歧是关键。公司内部长期存在两股力量的角力:一方致力于探索通用人工智能(AGI)的“超级智能”愿景,追求科技突破;另一方则聚焦文本摘要、图像

生成等实用功能的快速落地。这种战略内耗导致决策低效与关键机遇错失。例如,早在2022年,苹果团队就已构建起好几个大语言模型,却因公司高层质疑“实用性不足”而被搁置,错失先机。伴随战略摇摆而来的是核心人才流失,OpenAI、Anthropic等新锐企业不断“挖角”苹果顶尖人才。

随着AI市场爆发,苹果的“稳扎稳打”策略显得格格不入。相较于微软、谷歌等竞争对手的千亿美元级AI投入,苹果并未大规模押注,而是更多依赖企业合作与外部采购弥补短板。此策略虽降低了风险,却也使其在核心AI技术领域逐渐丧失话语权。反观微软与OpenAI的深度绑定、谷歌对DeepMind的持续投入等,均巩固了其技术与市场壁垒。

更深层的问题发生在企业文化领域。苹果素有追求产品发布前就具有“完美体验”的传统,这与AI技术快速迭代、持续优化的特性存在根本矛盾,苹果也因此陷入了“过度打磨”的困境。例如,被寄予厚望的Apple Intelligence项目,多项功能因未达到公司测试标准而反复延期,被内部员工形容为“暴风雨中的船只”。这种拖延直接导致2024年全球开发者大会(WWDC)上苹果现任首席执行官库克高调宣布的Apple Intelligence功能到今年仍未完全兑现,引发市场对其信誉的质疑。

苹果在AI道路上的挣扎,折射出科技巨头转型的典型困境。从Siri的辉煌到如今AI功能的频频跳票揭示了一个残酷现实:宏大的技术愿景与内部资源掣肘、封闭生态与开放创新需求之间,存在着难以调和的矛盾。其高管对AI战略价值的认知差异,导致资源投入不足与决策延误;核心人才不断流失,动摇了创新根基。

不过,苹果并非无牌可打。其核心优势在于掌控全球超20亿活跃设备构成的庞大生态网络,这些设备深度嵌入用户生活核心场景。这种无与伦比的用户触达与场景渗透能力,是其在AI竞赛中的独特平台价值。无论是Anthropic还是OpenAI,任何志在最大化用户规模的AI企业,都无法绕过苹果。正是基于这一生态优势,苹果正积极考虑从“闭门造车”转向“开放共生”,寻求外部合作以弥补自身在生成式AI核心技术上的短板。

苹果的故事,是关于保守与变革的复杂叙事。有人将保守解读为稳健,但在技术迭代日新月异的当下,过度稳健往往意味着错失机遇;也有人将问题归咎于“硬件基因”,但症结或许不在于基因,而在于苹果是否拥有打破路径依赖、重塑核心竞争力的决心与勇气。曾经的辉煌不等于未来的成功,在AI重塑一切的浪潮中,转身的速度与力度,将决定这家万亿美元商业帝国的航向。

“我们本希望今年美国市场的订单能翻番。”葡萄牙北部小镇法瓦尤什合作社酒庄董事会成员若昂·马托斯说,“可就在最近,一切都按下了暂停键。”

美国总统特朗普近日宣布,将自8月1日起对欧盟产品征收30%的关税。美国加征关税,给葡萄牙酒庄经营带来不确定性。

马托斯在葡萄藤间长大,对葡萄酒行业有很深的感情。即使当了董事,他依然经常下地查看葡萄长势。“葡萄和酒农一样,不怕热,就怕没有方向感。”他的目光落在不远处一株斜生的藤蔓上,“一旦乱了头绪,就不会长得好”。

成立于1952年的法瓦尤什合作社,是葡萄牙最具代表性的甜葡萄酒生产合作社之一,如今已有500多家农户加盟。在法瓦尤什小镇,几乎每家的营生都与酿酒有关。

合作社的葡萄酒出口23个国家和地区,其中美国是最重要市场,也曾是增长最快市场。合作社去年对美出口约占其出口总额的10%。本来预计到今年年底对美出口能翻番,但美国新关税政策一出,这个目标已变得遥不可及。

“我们去年发了8个货柜到美国,今年年初还接到不少新订单。”马托斯说,“但最近客户发邮件说,他们不确定能否承受加征关税带来的加价。”他望向发酵车间,神色忧虑:“他们难,我们更难。”

对合作社与种植户而言,失去美国市场不仅是销量减少,更意味着早已投入的种植与酿造成本难以回收,进而影响经济和家庭收入。

小镇外的山坡上,曼努埃尔·席尔瓦正在修剪枝蔓。他是合作社的老会员,今年60岁出头,种了一辈子葡萄。“你看这些葡萄藤,今年长得倒是挺壮。”席尔瓦蹲在地头,用刀背轻轻敲了敲一根父亲种下的老藤。“虽然合作社有保底收购政策,但长此以往不是办法。”

席尔瓦的妻子巴里古达在小镇上做了一辈子的佐餐面包。现在,人们的焦虑从葡萄园蔓延到了她的作坊。她说,“美国”“关税”这两个词,最近听得她耳朵都要起茧子了。

法瓦尤什的境况是杜罗河谷的缩影。2024年,美国是波尔图和杜罗河产区最大客户之一,也是当地人寄予厚望的高增长市场。杜罗河葡萄种植协会会长鲁伊·帕雷德斯说,美国加征关税的消息导致订单暂停甚至取消,原来出口美国的高品质、高附加值红酒现在失去了市场。

据葡萄牙葡萄酒协会统计,2024年,美国是该国葡萄酒第二大出口市场,对美出口额超过1亿欧元。会长弗雷德里科·法尔康说,今年前5个月,葡萄牙对美国葡萄酒出口同比下降9.7%。

法尔康说,当前美方已加征了10%的关税,许多厂家被迫降价销售,以确保在美国市场的零售价不变。“但10%是一回事,30%则是完全不同的概念。对大多数出口商来说,价格降低30%在经济上无法承受。”

“可以肯定的是,来自美国方面的不确定性很大。”法尔康说。下午,杜罗河谷上刮起了风。席尔瓦苦笑道,种葡萄以前靠天吃饭,现在还要看美国的脸色。

苗伟