

無法行駛超過三小時 司機易陷「里程焦慮」

充電難價格高 美電動車滯銷

【大公報訊】綜合路透社、彭博社、法新社、《紐約時報》報道：能源價格高企，促使越來越多的美國消費者轉向購買電動車。但是，美國電動車充電基礎設施不足，充電站數量不足，加上電動車電池價格高漲，導致司機容易出現「里程焦慮」。美國國會參議院7日通過《降低通貨膨脹法案》，撥款大力發展電動車，但新法對於電動車減稅補貼限制很多，反而可能會讓更多消費者對電動車望而卻步。

美國是「車輪上的國家」，擁有全球第二大汽車市場，其新能源汽車市場快速增長，對於汽車製造商和充電公司來說，都是很大的機會。最近一年，美國汽油價格飆升了將近62%，與此同時，美國電動車銷量也開始增長。今年第二季度，全美電動車累計銷量為44.27萬輛，同比增長12.9%，環比上升13%，佔全美總體新車銷售的5.6%。

不過，電動車銷量始終未能實現大幅增長，銷量遠落後於中國和歐洲，也暴露了美國電動車發展面臨的困局。美國國內電動車充電站數量並沒有相應增加，充電難成為新能源汽車轉型的最大攔路虎。根據美國能源管理局數據，美國有逾14.5萬座傳統加油站，大型充電站僅有6000座，主要集中在加州或者美東地區，中部地區數量嚴重不足。

新能源車一般無法連續開超過三小時的路程。即便路程所需時間僅兩個小時，大部分司機要在到達目的地後立即尋找充電樁，同時充電樁也並不是那麼容易找到，因此充電樁的數量不足，也讓電動車司機產生了「里程焦慮」。

充電口標準化問題未解

充電站數量不足，主要原因是在美國充電站造價很高，且不一定有利可圖。以直流快速充電站的市場價格和電力成本為例，一個直流充電裝置售價就高達幾萬美元，需要20到25年才能收回成本，而且80%以上的電動汽車都是在家中進行充電。美國市場調研機構Plug InAmerica調查發現，市場上34%的受訪者對於電動車的公共充電設施數量十分不滿意。

據報道，美國至少還需要1250億美元來建設電動車的電力網絡，拜登政府提出了全美5年建造50萬座充電站的計劃。Linux基金會的項目執行董事舒莉亦表示，未來的電動車的電力網絡必須「無所不在」，才能滿足即將到來的大量充電需求。

公共充電站還面臨標準化的掣肘。由於傳統車廠與特斯拉採用不同的充電設備，也導致非特斯拉車主無法與特斯拉車主共用充電樁。針對此問題，美國運輸部與能源部在6月9日提出電動車充電新標準，統一整合不同品牌電動車的充電速度、充電支付系統和充電價格，未知何時實施。

新法對電動車補貼限制重重

受疫情和勞動力不足影響供應鏈等原因，美國汽車製造商目前普遍面臨芯片短缺的問題，而電動車使用的芯片數量至少是燃油車的三倍，多個品牌的全新電動車等候時間至少為六個月以上。美國國內市場上缺乏低價電動車，其平均售價為6.6萬美元，與整體新車平均售價4.6萬美元差距不少，即使算上油價增幅，也不划算。近期，電動車電池受俄烏戰事影響，價格持續走高，出現了購買二手電動車後更換電池，比單獨買二手電動車還貴的怪象。

美國國會參議院7日通過《降低通貨膨脹法案》，撥款數十億美元發展電動車及車用電池製造。新法案對於2009年實施的7500美元電動車購車減稅優惠，設下更多條件門檻，最後只有少數車款符合減稅優惠資格。另外，新法力推電動車「北美製造」，將中國生產電池原料及零件的電動車都排除在減稅優惠名單之外，影響廠商積極性。



▲特斯拉仍佔據美國電動車市場龍頭地位。美聯社

望而卻步



美國電動車市場概況

- 美國計劃在2035年禁止柴油車和燃油車銷售。
 - 美國目前登記電動汽車約200萬輛，去年銷售了約40萬輛，佔所有新車登記的5%；
 - 截至2021年，美國汽車登記註冊總數約為2.895億輛。
 - 全美有14.5萬座加油站；電動車充電站只有4.8萬座，快速充電站約6000座。
 - 根據美國最新汽車銷售數據，特斯拉佔美國所有電動車註冊量61%，福特佔8%，現代6%和起亞6%。
 - 北美電動車市場佔比在2028年可達到28%，到2035年達到59%。
- 大公報整理

電動車充電方式

- 電動車電池充滿電，一次可行駛250英里左右。
- 級別：1級或「涓流」充電
 - 電壓：120伏。
 - 充電時間：充電一小時可行駛2-5英里。
 - 使用場景：家用普通插座。
- 級別：2級充電
 - 電壓：240伏。
 - 充電時間：充電一小時可行駛10-30英里。
 - 使用場景：普通插座、專用的EV充電設備。
- 級別：3級直流電超級快充
 - 電壓：220-240伏
 - 充電時間：充電一小時可行駛150至350英里。
 - 使用場景：超級充電站。

充電機器人可隨傳隨到

【大公報訊】據CNN報道：隨著電動車充電的需求增加，一眾製造商加速進軍電動車充電領域，提供更靈活的電動車充電方式。美國的新型電池和充電服務行業亦開始研發一系列如充電機器人、混合太陽能電動車等的新產品，解決充電續航難的問題。

美國充電設備供應商EVSafeCharge，便推出了充電機器人ZIGGY，其主打功能為車主可通過手機APP或車載系統，提前預約充電。預約完成後，機器人便會利用AI技術與傳感器套件，輕鬆通過各類減速帶與各種上下坡，來到充電地點並幫助車主預留車位。一個ZIGGY充電機器人的電池容量足夠給兩到三輛車充滿電。但製造商仍未透露確切的充電等級，預計將在2023年投產的初期支持2級充電，後升級至3級充電。

另一家Aptera Motors公司則從根本上解決充電設施不足的問題，準備推出太陽能電動車。據悉，其選用的鋰電池為世界上最輕和能量密度最高的電池之一，每次充電可行駛超過1000英里（約1600公里）。而單靠車身上的太陽能光伏板，也能提供行駛40英里（約64公里）的電力。新型號預計將於2022年在加州卡爾斯巴德的新工廠投入生產。



▲美國初創公司研發的移動充電裝置Ziggy。網絡圖片

韓企崛起 威脅特斯拉龍頭地位

【大公報訊】綜合《華爾街日報》、彭博社報道：韓國汽車製造商現代和起亞的新款電動車在美銷量上漲，躍居銷量第二，成為美國電動車巨頭特斯拉最具實力的對手，或重演上世紀日本豐田及本田佔領美國市場的現象。

由於汽油價格上漲，美國越來越多人轉向電動車。但美國大部分電動車的售價普遍高於4.5萬美元，且大部分都是過去較舊型號。現代和起亞電動車成為市場關注焦點的重要原因，主要歸功於起步價具有競爭力，約為4.1萬美元。現代和起亞汽車在美國今年上半年或創下25萬輛的銷量，超越除特斯拉以外的所有品牌。即便購買部分車型需等待六個月，平均交易的價格還是高出

標價幾千美元，表明大多數買家還是願意支付溢價。

埃德蒙茲洞察力執行總監考德威爾表示，「品牌因素似乎變得沒那麼重要了」。而起亞美國公司長期戰略經理科索夫斯基表示，部分現代汽車的新產品也利用市民的「特斯拉疲勞」。

特斯拉在今年第一季度的美國電動車市場份額中仍佔主導地位，但也面臨風險。現代汽車計劃在未來十年內每年推出一款新的電動車，並將投入165億美元提高韓國的電動車產量。韓國汽車製造商期望到2030年佔據全球電動車市場12%的份額，擁有320萬輛轎車和貨車，有望成為美國電動車市場最具潛力的後起之秀。