

步入发展下半场 动力电池产业在挑战中寻找机遇

产品出海发掘新机遇

“对于中国动力电池的产能与需求的研究，不能仅关注中国市场，更需关注全球市场。”谈及这一话题时，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示，全球动力电池需求长期景气。“预计到2030年，全球动力电池总需求量将达到3800GWh。其中，中国、欧洲和美国分别占28.9%、26.3%和23.7%。”

因此，在国内市场竞争持续白热化市场格局向头部集中的局势下，越来越多的动力电池企业将目光放至海外，纷纷抢滩海外市场。

孚能科技副总经理、董事会秘书张峰介绍，目前孚能科技在美国和德国设有分公司，构建横跨三大洲的研发、市场和服务架构。在此基础上，公司与土耳其TOGG集团合资建立动力电池SIRO，已初步具备海外制造和供应能力。

“2020年6月，孚能科技被土耳其TOGG集团选定为其研发、生产动力电池的供应商。”张峰对记者说，次年9月，双方签署合资协议和供应协议，成立合资公司SIRO，负责TOGG全系车型及其他客户的动力电池研发、生产和供应；后续将面向欧洲、中东、非洲市场，逐步推进动力电池技术输出及储能整体解决方案等。

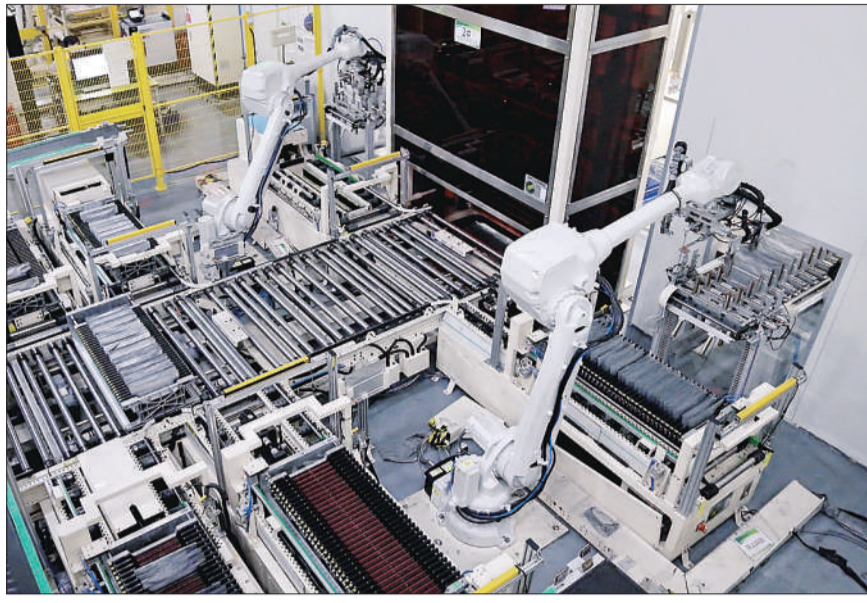
截至目前，SIRIO在土耳其盖姆利克的3GWh模组和电池包产线已建成投产，合资双方正在共同推进规划20GWh产能的电芯工厂建设，未来将在孚能科技的技术支持下开发和制造新型电池。

凭借扎实的海外布局，上半年，孚能科技境外销售额达41.95亿元，较去年同期的23.31亿元增长79.97%。截至10月底，公司的境外出货量已接近8GWh，同比增长接近140%。据中国汽车动力电池产业创新联盟的统计数据，公司储能和动力电池出口情况在行业内与比亚迪相当，位居行业前茅。

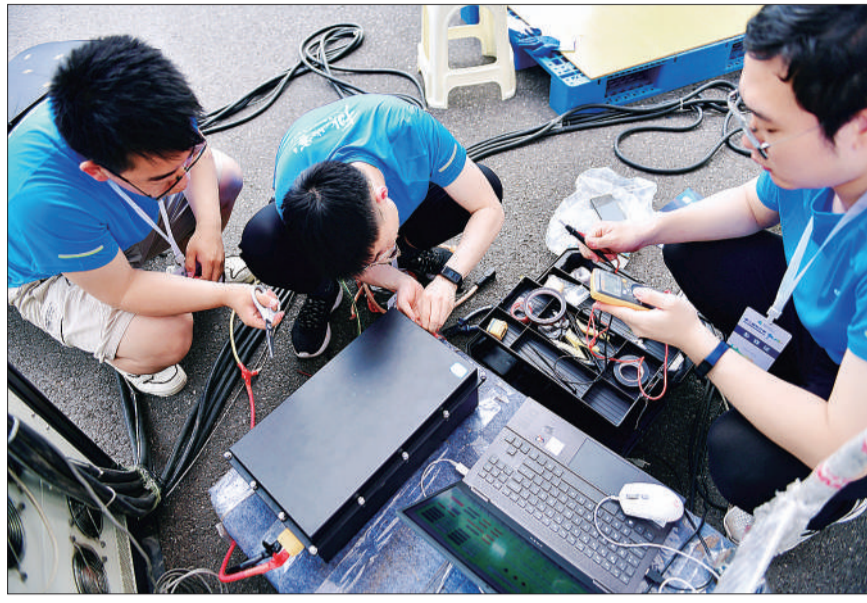
除了在海外建厂，通过靠近外国主机厂商以融入当地产业集群之外，各大动力电池企业也在原材料领域积极布局，争取降本保产。

其中，宁德时代以19.2亿元入股了非洲Manono锂矿项目；比亚迪中标智利矿业部的锂矿开采；欣旺达拟收购阿根廷锂矿企业GOLDINKA ENERGY S.A.持有的Laguna Caro矿权项目；力拓集团则以8.25亿美元收购阿根廷矿业公司的锂矿项目。

“无论是积极出海，还是技术创新，都是动力电池企业们应对这波行业挑战的积极实践。”刘志超总结说，如今进入动力电池产业发展的下半场，对于企业而言，只要找准适合自己的发展路径并通过持续的技术创新，不断提高产品的竞争力，就能在市场竞争中占得先机，找到机遇。



凭借扎实的海外布局，上半年，孚能科技境外销售额达41.95亿元，较去年同期的23.31亿元增长79.97%。图为孚能科技动力电池的生产线。



新能源汽车产业的持续高质量发展离不开创新引领，中国动力电池可持续发展的关键同样在于技术创新。图为第二届长江杯动力电池挑战赛的现场。

2022年到现在一年半的时间，就新注册5.8万家企业，这些‘新玩家’中不乏主营酒类、房地产，甚至是服装的企业。”刘志超说，“此外，还有很多企业试图涉足包括矿产资源、电池材料、锂电池、钠电池、固态电池、储能、电池回收等多个领域。”

动力电池产业被更多人关注，本应是一件好事，但随着一些不符合准入门槛，甚至有“挂羊头卖狗肉”嫌疑的企业加入，这一产业的发展自然受到了不小的影响。中国科学院院士、清华大学教授欧阳明高此前预计，2025年，中国电池产能可能达到3000GWh，而出货量仅为1200GWh，产能过剩明显。

虽然国内的动力电池产能全球领先，但是存在明显的结构性不合理问题，高端电池的供应不足，具备良好的稳定性的低端电池也不足。“虽然目前动力电池的产量很大，但是质量良莠不齐，品质差的产品不少，有些动力电池可能都不能使用。”刘志超对记者说。

针对这种情况，在刘志超看来，与其说中国动力电池“产能过剩”，不如说是阶段性过剩、结构性过剩，而非整体过剩。“未来几年，动力电池结构性产能过剩可能会加剧，行业也将进入洗牌阶段，产能过剩的时间节点与竞争惨烈程度可能将超乎想象。”

不过，中国汽车动力电池产业创新联盟

副秘书长马小利认为，汽车是国民经济的支柱产业，新能源汽车又是发展态势最好和最有可能的，自然吸引很多资本和企业进入，导致赛道拥挤。这几乎是每一个产业刚开始发展都会经历的阶段，符合规律也比较正常。

“对于动力电池目前的发展局面，我认为需要正确看待产能的问题，让市场来发挥竞争与淘汰机制，没必要因为进入者太多就感到担忧，以及进行过多的管控。”马小利总结说。

加速研发创新才是发展关键

“新能源汽车产业的持续高质量发展离不开创新引领，中国动力电池可持续发展的关键同样在于技术创新。”在欧阳明高看来，只有持续为动力电池行业注入新的血液，才能让中国新能源汽车技术一直向前奔跑。

正如他所说，虽然在当前阶段，很多动力电池企业的关注点是产能扩张等方面；但面向未来，提升动力电池的技术竞争能力，才是决定企业竞争优势的关键要素。

同时，动力电池降本也是供给端、需求端的一致诉求。除了通过稳定上游资源价格、规模化生产等手段来实现，技术创新也是降本的重要手段。在系统结构创新、新一代低成本材料应用、极限制造新工艺

导入等技术的帮助下，动力电池的生产制造效率将会得到明显提升。

作为动力电池产业中的领军企业之一，孚能科技同样深知研发创新的重要性。孚能科技相关负责人介绍：“长期以来，孚能科技始终以研发引领行业，制定了‘投产一代、储备一代、开发一代’的研发策略，不断深耕前沿技术。”

据了解，通过自主研发及外部合作，孚能科技持续加大在高能密度、超长寿命、高倍率快充能力、高安全性能等研发上的投入，不断增强产品性能，在新型正负极材料、固态电解质、成本领先化学体系、新尺寸等方面形成丰硕成果。

该负责人表示，在动力电池领域，孚能科技具备国际化和前瞻性的研发实力，高镍三元软包电池的各项性能指标处于行业领先地位。2021年起，孚能科技开始批量供货高镍三元软包电芯，能量密度达285Wh/kg，使用该电芯电池包能量密度达188Wh/kg，均领先于国内行业内其他企业的产品。

同时，孚能科技开发并验证了能量密度达到330Wh/kg的下一代动力电池，获得USCAR（美国汽车研究委员会）年度团队成就奖。该技术在零下20摄氏度的环境温度下仍能提供80%的容量，可在全球范围内应用。

此外，面对近两年原材料价格剧烈波动，孚能科技快速产业化已有技术储备的

钠离子电池，成功开发适用于电动汽车、两轮电动车等多个应用场景的产品。第一代钠离子电池能量密度已达到155Wh/kg，并获得客户项目定点；第二代产品将于今年年底开始中试，预计在2024年年底量产。

“我们计划短期内将钠离子电池搭载于续航300km以内的经济型电动汽车，未来则形成续航500km以内采用钠离子电池，500km以上选择高性能三元锂离子电池的解决方案。”上述负责人表示，随着钠离子电池的能量密度不断提高，以及产业链规模降本的实现，预计未来将在中低端动力电池市场和储能市场上形成规模化应用。

除了在生产研发领域不断创新外，孚能科技积极构建绿色低碳循环发展的制造体系，通过采购国际绿电证书、园区分布式光伏发电实现“绿电”制造；使用区域内热电联供装置产生的多余蒸汽以降低电耗，并实现了对工厂生产废弃物的妥善处置和循环利用。

“尽管动力电池已经走过了很长一段发展历程，但到现在，产业仍在如火如荼地迭代更新，在技术路线彻底成熟固化那一天到来之前，随时可能有黑马杀出。”刘志超说，“因此，不断创新和技术进步，不仅是抢占市场份额的最可靠方式，更能促进动力电池产业整体的进步和发展。”

中青报·中青网记者 张真齐

随着全球汽车产业朝着电动化、智能化推进，中国新能源汽车实现了跨越式发展。如今，新能源汽车的可持续高质量发展，已成为汽车产业健康稳健运行的关键。其中，作为新能源汽车的“心脏”，动力电池产业扮演着非常重要的角色。

统计数据显示，2022年全球动力电池和储能电池的总出货量达到812GWh，同比增长86%。其中，中国锂离子电池产量达750GWh，同比增长超过130%，行业总产值突破1.2万亿元。

更重要的是，在2022年全球动力电池装机前十的榜单中，中国企业依然稳固占据六席，反映出中国在全球电动汽车动力电池市场中的领先地位。同时，正极材料、负极材料、电解液、隔膜等动力电池生产的关键主材，在中国已全部实现自主生产，形成了完整动力电池产业链。

可以说，在各大企业的不断研发和相关产业政策利好和指导下，如今中国动力电池产业已进入了发展的“下半场”。面对当下出现的新挑战和新形势，如何在其中寻找新机遇，成为动力电池产业乃至整个汽车行业关注的焦点问题。

动力电池有没有“产能过剩”

过去十年，中国动力电池在系统集成和智能管理方面的创新，引领了全球动力电池产业的持续发展。时至今日，动力电池技术不断更新换代，展现出新的发展趋势。不过，近两年来，动力电池产业“产能过剩”的声音却出现得越来越频繁。

中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，今年1-10月，我国动力电池合计累计产量为611GWh，累计同比增长41.8%；而动力电池装车量为294.9GWh，累计同比增长31.5%。两项数据对比不难看出，动力电池产量远高于实际装车量。

在汽车行业分析师刘志超看来，近期动力电池产量之所以超出实际装车量，一个重要的原因是，这两年有太多的企业迈入了动力电池的赛道。从2021年开始的“缺电”“贵电”，曾一度让很多新能源汽车企业减产，不过也让很多企业看到了动力电池产业这片蓝海的潜力。

“锂电赛道现在有8.9万家企业，仅

加深对中国的了解 日产与清华大学成立联合研究中心

电驱化正在成为未来移动出行的核心，并将极大地影响汽车行业的未来。从世界领先技术和车型的引进到建立合资公司，到发展电驱化之路，日产汽车在中国的事业伴随着改革开放浪潮不断跃上新台阶，实现新目标。

随着中国互联网技术的应用、新能源汽车市场的发展以及产业和消费升级，日产汽车越来越意识到保持和强化在中国市场创新能力的重要性。为此，日产汽车先后向中国市场导入先进的技术和产品，完整覆盖电驱化、自动驾驶、智能网联等领域，更好地服务于本土消费者。

2023年是日产汽车进入中国市场的第50年，作为中国改革开放的见证者、参与者和受益者，日产汽车不仅关注自身企业发展，更是积极履行企业社会责任，在中国市场秉承“在中国，为中国和世界”的承诺，致力于成为可持续发展的企业。

12月17日，日产（中国）投资有限公司宣布，日产汽车公司（下称日产汽车）将与清华大学成立联合研究中心，从2024年启动全新课题的共同研究。研究课题聚焦在针对“Z世代”人群的有效沟通方式，以及包括充电基础设施、电池再循环、再利用和能源管理在内的电动汽车（EV）生态系统中企业发挥的作用及社会责任。

日产汽车公司总裁兼首席执行官内田诚表示：“我们希望通过此次合作加深对中国的了解，制定更符合中国消费者需求的市场策略。与此同时，我们会将联合研究成果回馈于社会，助力中国经济的发展与建设，推进社会的可持续发展。”

日产汽车认为，“Z世代”在中国是不容忽视的一股新生力量，从某种意义上说，中国年轻人已经不仅仅把汽车当作交通工具，他们认为这些汽车相当于手机或智能终端的延伸，因此他们在开车时所体验的乐趣，和以往汽车所带来的价值有所不同。

“中国的‘Z世代’年轻群体不



日产汽车公司将与清华大学成立联合研究中心

仅把汽车作为一种移动交通工具，他们甚至觉得这在很大程度上扩展了生活的便利性，带给他们乐趣。就像是一种玩具，或是自己的时装，或是能够表现自己的地位及存在感的一种工具。所以，针对这样全新的变化，日产汽车需要进一步提升车辆的附加价值。”日产汽车公司企业市场信息统括本部理事桐竹里佳表示，不仅是中国的年轻用户，在日本乃至其他国家的年轻用户都存在一种对于拥有和保有汽车的犹豫态度。

“我们会进一步深入研究这一现象，我们也希望在中国市场进行深度学习与考量之后，把在中国学习到的经验传递到日本以及其他国家。”桐竹里佳直言，其实有很多年轻人，对于使用汽车、利用汽车获得一些东西，或者体验汽车的意愿是非常积极的。如何向年轻人去传递这种体验，日产汽车希望在此次的共同研究中找到答案，并和他们建立有效沟通的方法，在未来的市场战略中加以应用。

“中国的‘Z世代’人群非常强调汽车所带来的娱乐性，追求汽车为自己带来的乐趣和价值，如何将能够满足这一需求的技术，融入到年轻用户的生活当中，并且以一种和谐的方式，通过汽车产品来实现，我们需要这两方面的融合。这也是此次联合研究中心加入这一新课题的目的所

在，也是非常重要的部分。”桐竹里佳补充说。

而在充电设施建设和电池回收再利用，以及包括能源管控等电动汽车（EV）生态系统中，日产汽车也希望与清华大学共同研究，将技术应用于中国市场，以及企业在此生态系统中的发展，发挥应有的作用及社会责任。

日产汽车公司全球研发高级副总裁浅见孝雄透露，日产汽车的目标是在2028年推出搭载全固态电池（ASSB）的量产车型。目前，还处于单元层面的进一步研发，无论在能量密度方面，还是充电优势方面，都比锂电池有了长足的进步。

他表示，目前存在的挑战是希望进一步把控全固态电池（ASSB）的单元尺寸，可以把它搭载到电动汽车上，明年计划推出试行的项目。

日产汽车还与清华大学进一步加强了合作关系，在本次的联合研究项目中签署了包括从2016年开始持续开展的联合研究、人才培养与交流等在内的全面合作谅解备忘录。在此次的全面合作中，还包括了通过日中之间的协作，涉及新知识创造、人才培养、合理的人才资源利用等领域方面的内容。

未来，日产汽车将继续秉持“在中国，为中国”的承诺，持续深耕中国市场，凭借领先的产品和技术推动创新，丰富人们的生活。

（信息来源：日产中国）广告

新能源汽车11月产销量首次双超百万辆

中青报·中青网见习记者 王志远 记者 许亚杰

当前，我国经济总体保持回升向好态势，重点领域消费亮点较多，汽车等相关行业市场需求较快释放，企业信心继续向好，各项政策协同发力，积极因素累积增多，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

11月，今年表现突出的汽车市场热度延续，借助“双11”大促等消费浪潮，购车需求进一步释放，市场表现持续向好，超出预期。

12月11日上午，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）信息发布会在北京召开，发布了2023年11月汽车产销数据及经济运行情况。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华告诉记者，11月汽车行业经济运行大致呈现汽车产量创历史新高、乘用车产销同比环比双增长、商用车产销同比两位数增长、新能源汽车月度产销量首次双超百万辆、汽车出口形势平稳等特点。

11月，我国汽车产量创下历史新高。汽车产销量分别完成309.3万辆和297万辆，环比分别增长7%和4.1%，同比分别增长29.4%和27.4%。

“我们看到，11月汽车市场表现持续向好，超出预期，汽车产量创历史新高，销量也接近300万辆。去年同期，汽车产销量基数较低，今年的恢复较好，这也是产销量快速增长的重要原因。”陈士华说。

1-11月，汽车产销量分别完成2711.1万辆和2693.8万辆，同比分别增长10%和10.8%，增速较1-10月分别提升两个百分点和1.7个百分点。

11月，乘用车产销量实现同比环比双增长。当月，乘用车产销量分别完成270.5万辆和260.4万辆，环比分别增长7.6%和4.7%，同比分别增长25.6%和25.3%。陈士华分析认为，本月乘用车的快速增长，主要是受年底的“翘尾”因素影响。

1-11月，乘用车产销量分别完成2344.1万辆和2327.2万辆，同比分别增长8%和9.3%。整体表现超出预期。



近日，中国汽车工业协会发布汽车产销数据，1-11月，汽车产销分别完成2711.1万辆和2693.8万辆，同比分别增长10%和10.8%。预计2023年我国汽车总销量为3000万辆左右，其中乘用车销量为2600万辆左右，商用车销量为400万辆左右，新能源汽车销量为940万辆左右，出口量为480万辆左右。

11月，商用车产销量同比实现两位数增长。当月，商用车产销量分别完成38.8万辆和36.6万辆，环比分别增长2.6%和0.3%；同比分别增长64.9%和44.6%。在商用车主要品种中，与上月相比，客车产销量均较快增长，货车产量微增、销量微降；与上年同期相比，客车、货车产销均呈两位数增长。

1-11月，商用车产销量分别完成367.1万辆和366.6万辆，同比分别增长25.4%和21.8%。在商用车主要品种中，与上年同期相比，客车、货车产销量均呈两位数快速增长。

值得一提的是，新能源汽车月度产销量首次双超百万辆。11月，新能源汽车产销量分别完成107.4万辆和102.6万辆，同比分别增长39.2%和30%，市场占有率达到34.5%。

1-11月，新能源汽车产销量分别完成842.6万辆和830.4万辆，同比分别增长34.5%和36.7%，市场占有率达到30.8%。

在共青科技职业学院客座教授张翔看来，新能源汽车月度产销量首次双超百万辆，对于我国新能源汽车发展来说是一个里程碑事件。他预计，明年新能源汽车的产销量有望超过1000万辆，渗透率将超过40%。

11月，汽车出口48.2万辆，环比下降1.1%，同比增长46.3%。分车型看，乘用车出口40.7万辆，环比下降3.3%，同比增长47%；商用车出口7.6万辆，同比增长12.8%，同比增长42.7%。

1-11月，汽车出口441.2万辆，同比

增长58.4%。分车型看，乘用车出口372万辆，同比增长65.1%；商用车出口69.2万辆，同比增长29.8%。

陈士华表示，伴随着政策效果持续显现，各地车展及促销活动持续发力，加之企业在今年收尾冲刺，预计12月汽车市场将会持续向好，再现年底“翘尾”现象。“今年汽车产销量有望创造历史新高，超预期完成全年预测目标。”

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋分析指出，2023年汽车市场呈现出三大亮点：一是汽车产销量创历史新高；二是新能源汽车延续了快速增长势头，明显好于年初预测；三是汽车出口再创历史新高，2023全年有望达到490万甚至500万辆规模。

面对即将到来的2024年，中汽协也于近期发布了《2024中国汽车市场整体预测报告》。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示，预计2023年我国汽车总销量为3000万辆左右，其中乘用车销量为2600万辆左右，商用车销量为400万辆左右，新能源汽车销量为940万辆左右，出口量为480万辆左右。

中汽协同时预测，2024年我国汽车总销量为3100万辆左右，其中乘用车销量为2680万辆左右，商用车销量为420万辆左右，新能源汽车销量为1150万辆左右，出口量为550万辆左右。随着中国经济逐步恢复，预计汽车市场需求将持续稳定增长，未来中国汽车市场将进入3000万辆级别的新阶段。