

[以下原文源於 Reuters 報導](#)

免責聲明：以下轉載文章，所發內容不代表本平台立場。

2022 年 12 月 16 日 8:02 AM GMT+8 最後更新於 6 小時前

# 電動汽車面臨向大眾市場的飛躍

約瑟夫·懷特

底特律，12 月 15 日（路透社）——過去的一年對於向特斯拉公司（TSLA.O）和希望效仿特斯拉首席執行官埃隆馬斯克的成功的競爭對手電動汽車初創公司投入資金的投資者來說是清醒的。

隨著利率上升和金融市場波動，許多電動汽車初創公司的股票下跌。Rivian Automotive Inc (RIVN.O)的市值在 2021 年上市後不久就超過了福特汽車(FN)，但在過去一年中市值縮水了 70% 以上。

其他電動汽車初創公司表現更差。電動貨車製造商 Arrival 警告說，它可能會在不到一年的時間內耗盡現金。在沙特阿拉伯主權財富基金的支持下，Lucid Group Inc (LCID.O)努力打造其時尚的 Air 豪華電動汽車。中國特斯拉挑戰者小鵬汽車（9868.HK）股價跌逾 80%。

現在是困難的部分：說服更多的主流消費者加入進來。

## 為什麼重要

汽車行業正在投入超過 1 萬億美元，用於從內燃機到軟件引導的電動汽車的革命性轉變。從底特律到上海，汽車製造商和政府決策者已經接受了電動汽車提供更清潔、更安全交通的承諾。歐洲國家和加利福尼亞州已將 2035 年定為結束銷售新內燃機乘用車的最後期限。

特斯拉公司(TSLA.O)飆升成為世界上最有價值的汽車製造商 - 去年實現了 1 萬億美元的估值 - 讓豐田汽車公司(7203.T)和大眾汽車公司(VOWG\_p.DE)等曾經不願投資的老牌汽車製造商感到羞愧去電動。

從明年開始，從皮卡車到中型市場 SUV 和轎車的一系列新型電動汽車將衝擊全球主要市場。

行業高管和預測人員對於電動汽車能以多快的速度佔領全球一半的汽車市場意見不一，更不用說全部了。

在中國這個全球最大的單一汽車市場，純電動汽車佔據了約 21% 的市場份額。在歐洲，電動汽車約佔乘用車總銷量的 12%。但在美國，電動汽車的市場份額僅為 6% 左右。

行業高管和分析師表示，電動汽車採用的障礙包括缺乏公共快速充電基礎設施，以及電動汽車電池成本上升，原因是關鍵材料短缺和政府補貼的不確定性推動了主要市場的電動汽車購買包括美國、中國和歐洲。



全電動福特 F-150 Lightning 皮卡於 2021 年 5 月 19 日在公司位於美國密歇根州迪爾伯恩的全球總部亮相。路透社/麗貝卡庫克/檔案照片

根據諮詢公司 AutoForecast Solutions 的數據，到 2029 年，電動汽車可能佔北美市場的三分之一，約佔全球汽車產量的 26%。

AFS 總裁 Joe McCabe 表示，電動汽車銷量可能不會以平滑、不斷上升的曲線增長。如果明年出現經濟衰退，正如許多經濟學家預測的那樣，那將減緩電動汽車的採用。

Wards Intelligence 預測，到 2027 年，內燃機汽車將佔北美銷量的不到 80%。根據汽車製造商的產品計劃，Wards 分析師 Haig Stoddard 在最近的一次會議上表示，製造商“預計 ICE（內燃機）銷量強勁下一個十年。”

對 2023 年意味著什麼？

整個 2022 年，梅賽德斯、福特和通用汽車(GM.N)等老牌汽車製造商推出了數十款新電動汽車，以挑戰特斯拉和新貴。

這些車輛中的大多數將從 2023 年和 2024 年開始大規模生產。

McCabe 說，到 2025 年，北美可能會提供 74 種不同的電動汽車型號。但他預測，這些車型中只有不到 20% 的年銷量可能超過 50,000 輛。汽車製造商可能會被太多的小眾車型和太多的產能所困。

經濟放緩也威脅到歐洲和中國的整體汽車需求。

在 20 世紀初期，在投資者的支持下，新的汽車公司如雨後春筍般湧現，這些投資者渴望趕上亨利·福特和其他汽車先驅掀起的大眾出行浪潮。到 1950 年代，全球汽車行業已經整合，杜森博格 (Duesenberg) 等曾經風靡一時的品牌已經消失。

未來幾年將決定 21 世紀的電動汽車品牌是否會走上類似的道路。

探索路透社對今年主導新聞報導的綜述，以及 2023 年的展望。

Joe White 的報導 Bernadette Baum 的編輯