

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。

2023 年 4 月 13 日

缺乏電動貨車為中國和其他電動汽車製造商打開了大門

尼克·凱里



[1/3] Packfleet 首席執行官特里斯坦托馬斯於 2022 年 10 月 27 日在英國倫敦的全電動包裹遞送公司總部演示了為中國品牌 Maxus 製造的電動貨車充電。路透社/尼克凱里

1 個 2 個 3 個

倫敦，4 月 13 日（路透社）——傳統汽車製造商的商用電動貨車起步較晚，這為其他電動商用車 (ECV) 製造商站穩腳跟打開了大門，中國上汽集團 (600104) 的 Maxus 品牌 SS 已經在歐洲完成。

車隊客戶抱怨他們根本無法從福特汽車公司(FN)、Stellantis NV (STLAM.MI)品牌標致、雷諾(RENA.PA)或梅賽德斯(MBGn.DE)等公司獲得足夠的電動貨車，因此他們正在鑄造關於替代品。

廣告·滾動繼續

老牌汽車製造商在採用電動汽車方面進展緩慢，這讓特斯拉公司(TSLA.O)在乘用車領域遙遙領先。然而，對於商用貨車，他們還應對了供應鏈方面的挑戰。

英國最後一英里交付初創公司 Packfleet 僅使用 ECV 在倫敦為尋求消費者零排放體驗的大型和小型企業客戶交付包裹。

Packfleet 在 2022 年增長了十倍，首席執行官特里斯坦托馬斯表示，該公司 53 輛車的車隊中大部分都是 Maxus 貨車。該公司的目標是今年將其機隊增加一倍。

廣告·滾動繼續

Report an ad

他說，當公司在 2021 年底尋求其首批 ECV 時，“我們基本上被大多數經銷商嘲笑了”，大多數傳統品牌麵包車都有 12 個月的延期交貨訂單。

最近，**Packfleet** 已經能夠獲得更多標致、福特和雪鐵龍

ECV，但必須迅速採取行動才能獲得它們。

“貨車一到，經銷商就會打電話給我們，我們必須迅速行動，”托馬斯說。“如果我們不這樣做，他們幾天內就會消失。”

隨著車隊轉向零排放車輛，新品牌有機會搶占市場份額。

Maxus 擁有優勢，而傳統汽車製造商正在努力使整個車型系列電氣化。

上汽表示，去年在西歐和斯堪的納維亞半島銷售了 18,000 輛大通品牌的電動汽車，其中包括巴士和皮卡車。“我們計劃進一步擴展到中歐地區，”它補充說。

電動貨車市場數據稀缺，但根據國際清潔交通委員會向路透社提供的統計數據，2022 年，大通在包括英國在內的歐洲新

ECV 市場中佔有約 6% 的份額，銷售了近 5,000 輛 **ECV**。

這一總數超過了福特、日產(7201.T)或菲亞特，與 2021 年相比增長了 28%。

廣告·滾動繼續

舉報廣告

其他希望獲得份額的公司包括吉利 ([0175.HK](#)) 的麵包車品牌 Farizon，該品牌將於 2024 年開始在歐洲交付麵包車。

[B-ON](#) 從德國郵政(DPWGn.DE)旗下的 DHL 手中收購了 StreetScooter ECV 品牌，正在提高德國和美國的產量，而美國汽車製造商通用汽車公司([GM.N](#)) 的 BrightDrop 麵包車品牌也在做同樣的事情它在加拿大安大略省的工廠。

歐洲最大的汽車租賃公司之一 [ALD \(ALDA.PA\)](#)的首席執行官 Tim Albertsen 說：“沒有解決這個問題的靈丹妙藥，我們只需要讓製造商加快速度。”“在接下來的幾年裡，ECV 的供應將不足。”

“存在問題”

英國連鎖超市 Asda 的八輛 ECV 中有七輛是 Maxus 車型，另一輛是福特。車隊經理肖恩·克利夫頓 (Sean Clifton) 已訂購 50 輛額外的福特貨車和 20 輛 Maxus 貨車，但隨著阿斯達 (Asda) 為其 1,300 輛送貨貨車通電，將需要更多貨車。

克利夫頓想要電動梅賽德斯底盤出租車，但他說，雖然這些最初定於 2022 年推出，但要到 2024 年才能到貨。

梅賽德斯-奔馳發言人表示，該汽車製造商有意首先將 ECV 用於包裹交付，底盤駕駛室版本將於 2024 年準時推出。

意大利卡車、貨車和公共汽車製造商依維柯集團(IVG.MI)的一位發言人表示，今年應該會生產數千輛新的 eDAILY ECV 車型，並補充說貨車生產受到零部件短缺和原材料成本高企的打擊。

商用車營銷總監 John Cleworth 表示，雷諾的傳統貨車和電動貨車的延誤沒有區別。

主要供應商 TE Connectivity (TEL.N)的運輸解決方案負責人 Steven Merkt 表示，除了 ECV 車型遲遲未推出之外，在電動汽車電池材料供應緊張的情況下，傳統汽車製造商正在優先考慮大容量乘用車車型而不是貨車。

“雪佛蘭 Silverado、梅賽德斯 EQS、福特 F-150 Lightning 是這些公司的生存問題，而麵包車不是，”Merkt 說。“如果福特輸掉了那場 (F-150 Lightning) 戰鬥，福特就不存在了。這就是現實。”

福特英國負責人蒂姆·斯萊特 (Tim Slatter) 表示，該汽車製造商低估了對其 E Transit 的需求，並正在競相迎頭趕上。斯萊特表示，提高整個車型系列的電動汽車產量很困難，這就是為什麼這家汽車製造商今年將在歐洲停產其福特嘉年華掀背車。

“這是一個重大挑戰，你必須做出一些艱難的決定，”斯萊特說。
“否則你就太分散了。”

上週，福特推出了一款全新的小型電動 Courier 廂式貨車，旨在贏得歐洲的商業客戶，並淘汰初創企業。

Arrival 或 Canoo (GOEV.O) 等一些早期表現出良好前景的電動初創公司已經耗盡大量現金，落後了。

但 Maxus、Farizon 和 BrightDrop 都有財力雄厚的支持者。

BrightDrop 首席執行官特拉維斯·卡茨 (Travis Katz) 表示，擴大生產是一個“極具挑戰性且成本高昂的過程”，但在通用汽車的支持下，該公司有望在 2025 年之前實現 50,000 輛汽車的年產能目標。

收購 StreetScooter 後，B-ON 將 DHL 保留為主要客戶。去年，B-ON 生產了大約 2,500 輛 ECV，並通過合同製造商

Neapco 在德國提高產量，在加利福尼亞與電動汽車製造商 Karma Automotive 提高產量。

該公司首席執行官 Stefan Krause 表示，該公司正在籌集 1 億美元的營運資金，在兩到三年內，B-ON 預計歐洲和美國的年產能將達到 60,000 輛，平均分配。

“在很長一段時間內，這將是一個供應驅動的市場，”克勞斯說。
“許多競爭對手將有很大的空間。”

Nick Carey 在倫敦的報導 Giulio Piovaccari 在米蘭、Gilles Guillaume 在巴黎和 Norihiko Shirouzu 在得克薩斯州奧斯汀的補充報導 Ben Klayman 和 Matthew Lewis 編輯