

新能源车企角逐大电量时代

前4月单车平均带电量同比增长33.8%

作为车企角逐的主战场,电池容量“军备竞赛”日趋白热化。中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,今年1—4月,我国新能源汽车单车平均带电量达67.8kWh,同比增长33.8%。

大电量时代的加速到来,不仅得益于政策的助力、技术的迭代,更折射出电动化进程换挡、市场需求向高端化跃迁的结构性变革。

然而,伴随着电量的持续扩容,车重攀升、电耗增加、成本上扬等挑战接踵而至,如何平衡多重诉求成为行业亟待攻克的新问题。多数受访人士认为,以材料优化、结构创新为抓手,进行场景化精准研发,同步完善全域补能网络,才能找到“量效协同”的最优解。



快充、换电等在补能网络的完善有助于缓解里程焦虑,避免大电量比拼走向极端。(CFP)

竞速电池容量

“作为续航里程的核心指标,带电量是客户购车的第一考量因素。”安徽合肥零跑汽车一位销售人员表示,从销售情况来看,大电量车型虽然价格更贵,但是更受欢迎,尤其增程车,“大电池、小油箱”渐渐形成趋势。

据中国汽车动力电池产业创新联盟数据,1—4月,我国新能源汽车单车平均带电量达67.8kWh,同比增长33.8%。其中,插电式混合动力乘用车、纯电动乘用车单车平均带电量分别为37.3kWh、64.7kWh,同比增幅分别为40.1%、21%。

在销售端,搭载大电池的千公里续航车型密集入市,电量容量竞赛持续升级。3月,比亚迪发布新款仰望U7,腾势Z9GT等多款新车,其中新款仰望U7纯电版电池容量达150kWh,CLTC续航最高1006公里;新款腾势Z9GT纯电版最大电池容量为122.5kWh,CLTC续航高达1036公里。

在增程及插混领域,大电量更是“香饽饽”。4月,零跑汽车旗下旗舰D平台首款车型——零跑D19上市,其中增程版本最高搭载80kWh大电池,CLTC纯电续航里程为500公里,综合续航超千公里。

除乘用车外,商用车应用场景逐步由城区配送走向城际、省际干线及干线物流,大电量趋势愈发明显。据中信建投研报,2025年新能重卡平均单车带电量约415kWh,预计2026年将增至470kWh以上。

“受驾驶习惯、路况环境、载重等多重因素影响,电动汽车的实际续航里程会在CLTC续航里程基础上打一定折扣,而大电池能够给用户足够安全感,预留出足够的续航冗余。”真锂研究首席分析师墨柯表示,大电池可减少充电频次,对电池寿命更为友好。

多方合力驱动

据了解,车企激战大电量赛道,是政策精准赋能、技术持续突破与市场需求强劲三方合力驱动的结果。

在政策端,《2026—2027年减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求》将插电式(含增程式)混合动力乘用车的纯电续航要求由此前的43公里提升至100公里,增幅超130%。这意味着,插混车型若想继续享受购置税减免红利,必须配备更大容量电池。

另一方面,2026年汽车以旧换新补贴政策由“定额”转向“比例+上限”模式,将补贴金额与车价直接挂钩,也在一定程度上刺激了更大电量、更高价

值的新能源汽车购置需求。

在技术端,电池的更新迭代为大电量提供了核心支撑。“400公里只是增混及格线,600公里才是增混新赛道。”宁德时代首席技术官高焕表示。

从数据来看,今年4月我国纯电动乘用车系统能量密度在140Wh/kg以上的车型产量占比为56.7%,同比提升18.6个百分点,其中160Wh/kg以上的车型产量占比达10.1%,同比提升6.1个百分点;125Wh/kg以下车型仅占比0.02%,已基本退出市场。

除政策和技术外,市场需求的升级、电动化的结构性转型才是本轮大电量比拼的底色。

“当前,新能源汽车已不止于交通工具,更多地承担起移动智能空间的角

色,车载智能硬件与多场景用车需求拉动整车用电负荷走高,倒逼车型储备更大电量;与此同时,近年来新能源购车人群呈现明显的年轻化、中产化特征,他们更看重整车综合性能与用车体验,更愿意为大电量埋单。”上海有色网锂电分析师杨功表示。

值得一提的是,新能源商用车接替乘用车,迎来渗透率飙升期,也为单车带电量增长注入强劲动能。今年1—4月,我国新能源商用车国内销量27.9万辆,同比逆势增长27.8%,其中4月单月销量为9.5万辆,国内市场渗透率达32.8%。

“新能源商用车平均带电量在200度以上,抵上三辆乘用车,且目前处于高速增长期,未来将成为动力电池装机的一大增长极。”杨功表示。

寻求“量效协同”

需要关注的是,大电量趋势之下,多重隐忧已悄然浮现。最直接的问题是,带电量提升增加整车质量,从而提升电耗。

“按照能量密度140—160Wh/kg测算,电池容量加大10kWh,电池包重量约增加60—70公斤,电机需要消耗更多的能量来驱动车辆,反向影响续航表现;与此同时,过重的电池组会增加车辆悬挂系统负重,导致其响应速度变慢,降低车辆的操控稳定性,严重时甚至出现‘崮脚’情况。”墨柯表示。

在商用车领域,面对车货总重的定

额要求,大电量带来的增重意味着运载货物减少,俗称“亏吨”,将直接导致经济损失。

成本挑战也是大电量绕不过的话题。“目前,电池各项原材料处于上升通道,增加电量带来的成本压力不容小觑。当电池包做到100度以上,材料体系可能就需要从磷酸铁锂切换至三元,这部分额外成本能否转嫁给消费者也面临考验。”杨功表示。

此外,大容量电池对热管理、安全防护以及整车轻量化提出更为严苛的要求,车企可能需要为此付出更多隐性成本。

如何平衡电池容量与重量、成本之间的关系,成为大电量时代的“必管

题”。材料创新被视为破局的长远之道。当前,业内正积极引入富锂锰基正极、硅基负极等新材料,并着力推进固态电池产业化,突破能量密度与续航里程天花板。

除内在技术升级外,快充、换电等在补能网络的完善也有助于缓解里程焦虑,避免大电量比拼走向极端。

大电量虽是趋势,但并非“万能钥匙”,找到精准适配的场景才是最优解。“企业不应再试图用单一维度、单一产品打天下,而必须深入出行、物流的毛细血管,结合用户对购车成本、出行场景、充电频次、驾驶体验的综合诉求,精准开发适配性产品。”国轩高科一位市场负责人表示。(中新)

一季度九成险企综合退保率低于1%

70家人身险公司披露的综合退保率数据显示,今年一季度,人身险行业退保情况总体趋稳,行业综合退保率优化明显。不仅多数公司的综合退保率降至1%以下的低位,全行业均值更是降至0.59%的低位。这一数据背后,折射出行业经营逻辑、消费者行为以及宏观环境的深层次变化。

综合退保率是保险行业高度关注的指标,它不仅反映消费者对产品的持有信心,更直接关系到险企的资产负债匹配与流动性安全。

据不完全统计,目前已经披露一季度偿付能力报告的人身险公司中,70家险企披露了综合退保率指标,整体来看,行业的退保率情况来到了低位。

数据显示,这70家公司的综合退保率平均值为0.59%,去年同期为0.8%;中位数为0.48%。去年同期为0.55%,两项指标优化明显。更值得注意的是,一季度共有63家险企的综合退保率保持在1%以内,占比高达90%;另有6家险企综合退保率控制在1%—2%之间。

从行业分布来看,此前综合退保率居高不下的险企数量明显减少,绝大多数险企成功将综合退保率压降至较低水平。

综合退保率下降背后,映射出人身险行业整体的业务结构调整和业务品质逐渐向好,表明人身险行业整体业务稳健性和客户黏性正在实质性提升。有业内人士指出,综合退保率的高与低具有较为明显的产品特点,也与利率环境有关,综合退保率高的产品主要是储蓄型产品,其受利率环境和分红收益的影响较大。此前,市场利率在高位,会导致消费者投保的保单显得不划算而退保。

“今年一季度综合退保率下降得益于多方面因素。”苏商银行特约研究员付一夫分析,一是近两年保险公司持续优化产品结构,提升长期险业务占比,降低了短期理财型产品的业务比例;二是行业加强销售行为规范,减少误导性销售行为,提高了保单质量;三是利率持续下行,客户手中保单比新产品和其他竞品产品收益更高,理性消费者的选择从“退了再买”变为“留着更划算”。

此前行业高退保率的背后,往往潜藏着销售误导的影子,此前行业屡禁不止的违规销售行为为保险公司埋下不少隐患。如部分机构和销售人员为追求业绩,存在夸大产品收益、隐瞒保障范围、混淆保险与存款等违规销售行为,导致消费者投保后发现实际收益与预期不符,进而选择退保。

近两年,随着行业监管趋严、规范化水平提升,为退保率回落并保持低位奠定了基础。同时,金融监管部门联合公安部门对“退保黑产”的打击也在持续发力,有效遏制恶意退保乱象。此前,“退保黑产”团伙通过虚假宣传、恶意投诉、伪造材料等手段,诱导消费者非正常退保,从中收取高额手续费,不仅人为推高退保率,还加剧险企现金流压力、扰乱行业秩序,而持续的打击行动大幅提升违法成本,斩断非法利益链条,从源头减少非理性退保行为。

付一夫预测,未来险企综合退保率指标预计总体保持低位,从宏观层面看,利率环境趋于平稳,有效增强保险产品的收益稳定性和吸引力,降低消费者因收益不及预期而退保的可能性。从险企层面看,不断优化客户服务,通过续期提醒、增值服务等措施,进一步增强客户黏性,多重积极因素叠加,推动行业综合退保率维持在低位。(钟欣)

宗元中国·海丝泉州
QUANZHOU
CHINA

传扬温陵古风 共建书香社会

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



绘画:洪志雄

泉州晚报社 宣
泉州晚报·东南商报 泉州晚报·海外版 泉州商报·泉州网 / 泉州通