

Testy w rzeczywistych warunkach pokazują, że pojazdy elektryczne konsekwentnie nie osiągnęły reklamowanego zasięgu



- Testy pojazdów elektrycznych w rzeczywistych warunkach przeprowadzone w Australii pokazują, że wszystkie modele nie osiągnęły reklamowanego zasięgu.
- Najgorzej spośród testowanych modeli wypadł MG4, który nie osiągnął deklarowanego zasięgu aż o 31 procent.
- Wynik ten jest zgodny z wynikami poprzednich testów, wskazującymi na systemowy problem z zawyżaniem deklaracji.
- Program testów został stworzony w celu przywrócenia zaufania po skandalach, które miały miejsce w branży w przeszłości.
- Wyniki te podsycają sceptycyzm konsumentów i wzrost popularności pojazdów hybrydowych typu plug-in.

Trzeźwa ocena rzeczywistości uderza w rynek pojazdów elektrycznych w Australii, ujawniając utrzymującą się rozbieżność między błyskotliwymi obietnicami marketingowymi a konkretnymi doświadczeniami codziennych kierowców. W Geelong w stanie Wiktorii Australijskie Stowarzyszenie Motoryzacyjne

poddaje nowe pojazdy elektryczne rygorystycznym testom na 93-kilometrowym torze w rzeczywistych warunkach. Wyniki, opublikowane w tym tygodniu, potwierdzają niepokojącą tendencję: żaden z testowanych modeli nie osiągnął reklamowanego w laboratorium zasięgu na jednym ładowaniu. Te niezależne testy, sfinansowane kwotą 14 milionów dolarów przez rząd federalny w następstwie skandalu związanego z emisjami spalin przez Volkswagena w 2015 roku, ujawniają ciągłe wyzwanie związane z dokładnym przedstawianiem konsumentom osiągnięć pojazdów elektrycznych.

Rozczarowujące wyniki z toru testowego

W ostatniej serii testów zbadano cztery modele, a wyniki były od lekko rozczarowujących do poważnie nieprawidłowych. Tesla Model Y 2025 okazał się względnym zwycięzcą, osiągając rzeczywisty zasięg 450 kilometrów, tylko 3 procent poniżej wartości laboratoryjnej wynoszącej 466 km. Jednak inne marki wypadły znacznie gorzej. Kia EV3 2025 osiągnęła 537 km, co stanowi 11-procentowy niedobór, a Smart #1 2024 osiągnął 367 km, czyli o 13 procent mniej niż deklarowano. Najgorszy wynik osiągnął MG4 2023, który w rzeczywistych warunkach przejechał tylko 281 km – aż o 31 procent mniej niż reklamowany zasięg 405 km.

Wyniki te nie są anomalią. Poprzednie testy AAA przeprowadzone w sierpniu wykazały podobne rozbieżności. W tej rundzie Tesla Model 3 osiągnęła 441 km, czyli o 14 procent mniej niż w laboratorium, a BYD ATTO 3 odnotowała spadek o 23 procent. Michael Bradley, dyrektor zarządzający AAA, podkreślił znaczenie tej przejrzystości dla nabywców. „Wyniki te dają konsumentom niezależną informację o rzeczywistym zasięgu akumulatora, co oznacza, że teraz wiedzą, które samochody osiągają wyniki zgodne z reklamą, a które nie” – powiedział.

Systemowy problem nadmiernych obietnic

Podstawowy problem leży w rozbieżności między kontrolowanymi cyklami testów laboratoryjnych a nieprzewidywalnymi zmiennymi rzeczywistego użytkowania na drogach. Dane dotyczące zasięgu podawane przez producentów pochodzą ze standardowych testów przeprowadzanych w pomieszczeniach zamkniętych, które mają służyć porównaniu, a nie prognozowaniu. Problem ten odzwierciedla długotrwałą krytykę szacunków dotyczących zużycia paliwa w pojazdach benzynowych, ale konsekwencje dla pojazdów elektrycznych, które borykają się z „lękiem przed zasięgiem”, są bardziej dotkliwe. Program AAA, wykorzystujący rygorystyczne protokoły oparte na przepisach europejskich, ma na celu zapewnienie powtarzalnego i realistycznego punktu odniesienia, zmniejszającego wpływ stylu jazdy lub warunków ruchu drogowego.

Ten system testów powstał w wyniku kryzysu zaufania. Skandal „dieselgate” Volkswagena z 2015 r., w którym oprogramowanie oszukiwało podczas testów emisji spalin, podkopał zaufanie konsumentów i wykazał potrzebę niezależnej weryfikacji. AAA przetestowało obecnie 140 pojazdów i stwierdziło, że większość z nich zużywa więcej energii lub paliwa niż obiecano. W tym kontekście niedostateczny zasięg pojazdów elektrycznych stanowi część większego, niepokojącego trendu w marketingu motoryzacyjnym.

Wzrost sprzedaży hybryd typu plug-in w Australii

Sprzedaż hybrydowych pojazdów elektrycznych typu plug-in wzrosła w listopadzie o 83,3%. Tony Weber, dyrektor generalny Federalnej Izby Przemysłu Motoryzacyjnego, zauważył, że pojazdy te „zapewniają kierowcom korzyści płynące z codziennego korzystania z pojazdów elektrycznych, jednocześnie

eliminując obawy związane z zasięgiem”. Trend ten wskazuje, że pomimo dążenia do pełnej elektryfikacji, wielu konsumentów pozostaje sceptycznych wobec polegania wyłącznie na zasilaniu akumulatorowym we wszystkich sytuacjach, a sceptycyzm ten potwierdza rzeczywiste wyniki AAA.

Australijskie testy stanowią istotny, oparty na danych kontrargument dla nieustannego promowania rewolucji pojazdów elektrycznych. Podkreślają one, że pojazdy elektryczne, dalekie od doskonałości, nadal mają trudności z realizacją jednej z ich najbardziej fundamentalnych obietnic: niezawodnego zasięgu. Kiedy pojazd nie osiąga deklarowanego zasięgu o ponad 120 kilometrów, jak miało to miejsce w przypadku MG4, stanowi to więcej niż drobną niedogodność. Przekłada się to na utknięcie kierowców, zakłócenie podróży i zawiedzenie zaufania niezbędnego do przeprowadzenia poważnej transformacji technologicznej.

Nie jest to tylko problem Australii. Odzwierciedla on globalną kwestię fałszywego przedstawiania osiągnięć. Narracja o płynnym, doskonałym działaniu pojazdów elektrycznych pęka pod ciężarem rzeczywistych dowodów. Od rozczarowującego zasięgu i niebezpiecznych pożarów akumulatorów litowych po ukryte koszty środowiskowe związane z wydobyciem i obciążeniem sieci energetycznej – historia pojazdów elektrycznych coraz bardziej przypomina historię pomijanych kompromisów i niespełnionych obietnic. Wraz ze wzrostem sprzedaży rośnie potrzeba brutalnej szczerości. Konsumenci inwestujący w tę kosztowną technologię zasługują na nic mniej niż nieupiększoną prawdę, wolną od mgły laboratoryjnego idealizmu i ekologicznego marketingu. Droga przed pojazdami elektrycznymi jest wyraźnie krótsza niż reklamowano.