

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 694 期 | 2017 年 8 月 2 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

新能源汽车业在砥砺前行

今年以来,补贴退坡等政策让新能源汽车发展更加艰辛,令业内外为之捏把汗。但即便在这样的情况下,新能源汽车上半年仍取得不俗成绩。但不达预期目标却成残酷现实,能否在下半年完成剩下的四分之三的销售目标已成业界普遍的担忧。

政策影响明显

上半年,新能源汽车市场先抑后扬。年初,因受补贴退坡、地方补贴政策未出、去年年底提前透支等多重因素影响,致使销量出现严重空当期,多家新能源汽车业务步入低谷,市场陷入低迷行情。另外,1月起实行新能源汽车新的准入管理,且补贴技术门槛提高,企业需要一定时间优化完善产品,亦影响了一季度销售。

进入二季度后,随着新能源汽车目录公告常态化,产业链对政策调整逐步消化,广大消费者逐渐接受没有补贴的事实,市场开始逐步解冻,迎来转机,市场批发和零售销量同比实现了转正,特别是 6 月份销量单月达到 5.9 万辆,同比增长高达 33.0%,出现强劲反弹。数据显示,今年上半年新能源汽车累计产

销为 21.2 万辆和 19.5 万辆,同比增长 19.7%和 14.4%,而同期汽车整体产销增速仅为 4.6%和 3.8%。

上半年新能源车市场迎来转机的主要原因仍是政策,上半年,国家共计出台主要行业管理政策七项。其中,尤以《关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》、《两部委关于完善汽车投资项目管理的意见》、《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(征求意见稿)三项最为重要。三大政策分别从环境端、供给端、需求端着力:环境端明确逐步取消政策补贴红利;供给端抑制新建燃油车产能、鼓励新建新能源;需求端倒逼企业主动调整产品结构、引导购车需求转变。

另外,上半年市场转好还与今年工信部共发布的 6 批推广目录有关,目录包括 1983 款新能源车型,上半年公布的进入目录的专用车和乘用车数量已经超过 2016 年全年水平。随着每月一批推广应用目录的发布,市场增长的产品资源问题逐步化解。此外,新能源汽车产品力的不断提升,消费者对纯电动乘用车认同感提升及不受北上广深等大城市限购、限牌的政策也是上半年

新能源车市好转的重要推手。

竞争格局待变

上半年纯电动车产销同比分别增长 30.4%和 26.2%;插电式混动车产销同比分别下降 14.4%和 19.7%。两种车型增速反差较大,体现了区域市场的差异化拉动效果。梳理数据后可以发现,纯电动车市场占比 82%,纯电驱动特征愈发清晰,依然是主力。相比纯电动车型,对消费者而言,插电式选择空间太小,在政策补贴倾斜上远不如纯电动,导致购车成本不断上升,市场占有率有缩减。

在纯电动车市场,北汽新能源占据 24%市场份额,比亚迪、吉利知豆均占比 15%,众泰汽车占比 10%,奇瑞、江铃、江淮均占比 7%左右。上半年北汽新能源借力地缘及入门产品 EC180 优势,蝉联上半年销量冠军,同比增幅 108%。吉利后来居上稳居亚军,知豆和帝豪居功至伟。在插电混动市场,得益于宋 DM 在 6 月份的突出表现,比亚迪依然占据插混第一,上汽荣威位居第二,广汽、奇瑞等市场表现不尽如人意。

从今年上半年总体情况来看,新能源汽车市场格局与去年相比并无太大变动,比亚迪、北汽新能源等

车企主导地位明显。但在下半年,或将迎来竞争新格局。自主品牌比亚迪、北汽新能源、奇瑞、广汽、上汽荣威已经或正在推出新车型,包括瑞虎 7PHEV、传祺 GS4 PHEV、荣威 ei6、比亚迪宋 EV、新款秦 EV、宝骏 E100 等新车。可以预计,随着各大车企纷纷布局新能源汽车市场及诸多续航里程力强、品质上佳的产品陆续投放市场,下半年市场将更具多元化,现今 A00 级车型主导的局面必将发生变化。

市场蓄势待发

从数据看,尽管上半年新能源汽车市场增幅跑赢大势,但与年初所定目标相差甚远,年初目标定为 80 万辆,而上半年 19.5 万辆的销量,还不到其四分之一。展望下半年,销量增长是肯定的,但要完成预定目标十分艰巨,如再加上低质车型遭“清洗”、外企入局等不确定因素,更是雪上加霜。

日前,工信部公布第 297 批《道路机动车辆生产企业及产品》公告,其中 3025 款新能源汽车因不符合《公告》管理规定,自《公告》发布之日起暂停生产、销售,共涉及国内 243 家新能源车企。这意味着技术

门槛进入严管期,如果企业开发的车型不满足安全认证、技术标准与市场需求,被淘汰出局是必然的。

与此同时,跨国汽车企业已开始全面发力中国市场。特斯拉和上海市政府签订协议,将落户上海临港开发区开厂;戴姆勒战略投资北汽集团旗下北京新能源汽车股份有限公司,大众与江淮组建新能源合资企业,有望带动更多新能源合资企业出现,还有多家外国品牌加快了在中国引入新能源车型的速度。随着更多“玩家”的入局,下半年竞争态势将更为严峻。

不过,从上半年末市场翘尾的情况来看,反映出市场正在向好的态势发展。特别在市场环境方面,经过大力整顿,补贴乱象得到很大改善。充电桩等基础设施建设逐步完善,民众对新能源汽车的接受程度也在进一步提升。而产业中的技术难题、成本问题、基础设施不足等痛点,正在由政府与企业协同来逐步攻克。

更为重要的是,下半年随着双积分政策的正式出台,新能源汽车市场将迎来中期拐点。这次政策支持是可持续、高强度的,市场将蓄势待发,将有规模化增长。与此同时,为了赶上今年补贴政策“末班车”,年底有望出现提前消费热潮。相信今年即使完不成 80 万辆目标,但完成 70 万辆保底目标还是大有希望的。

雍君

7 月 20 日,2017 年最新《财富》世界 500 强排行榜出炉。东风汽车公司以 861.93 亿美元的营业收入再次跻身《财富》世界 500 强前 100 名,位居 68 位,较去年的 81 位上升了 13 位,位居中国上榜企业第 16 位,全球汽车企业排名第十。至此,东风汽车公司已连续 8 年跻身《财富》世界 500 强榜单。

数据显示,东风汽车公司的汽车销量,从 2012 年的 307.9 万

东风连续八年跻身世界500强

辆增长至 2016 年的 427.7 万辆。销售收入,从 2012 年的 3894 亿元增长至 2016 年的 5717.6 亿元。更为可贵的是,东风公司的规模增长始终建立在效益提升的基础上。2016 年,东风公司全年实现营业收入 5717.6 亿元,同比增长 9.9%,实现利润同比增长

7.4%,上缴税费同比增长 3%。

“十二五”期间,东风公司累计投入科技活动经费 662.9 亿元,占产品销售收入的比重达 7.15%。2016 年投入科技活动经费 190.7 亿元,占销售收入的比重超过 7.2%,未来还将不断提升。

在新能源汽车“风口”,东风公司明确提出:在研发和产业化上取得突破,力争到 2020 年新能源汽车市场的占有率达到 15%—18%。东风已逐步掌握电池、电机、电控等新能源汽车核心“三电”技术,构建起新能源汽车全产业链的发展优势。

阿晖

近日,上汽大众大众品牌 C 级旗舰座驾 PHIDEON 辉昂 2018 款焕新上市。新车在舒适性、品质感、智能化配置方面全面进化。辉昂 2018 款提供 380TSI、480V6 两种动力选择,结合不同配置共推 7 款车型,售价 34.9 万-65.9 万元。

入门款的辉昂 2018 款 380TSI 商务版在高端并且实用的配置上做了全面升级,如全 LED 前后大灯、电动全景天窗、新一代 8 英寸 MIB 高级导航和多媒体交互系统、行李厢盖电动关闭与感应开启、LTE 功能支持(4G)、前排 12 向电动可调真皮座椅、全车五门免钥进入和识别系统、全车 9 安全气囊、主动胎压监控系统等众多深受消费者好评的装备。

全新升级的辉昂 2018 款 380TSI、480V6 旗舰版,大幅提升了后排的舒适性和豪华感,为用户打造出远超同级别豪华车型的极致后排尊享体验。此外还有自适应空气悬架、全车双层静音声学玻璃、车门自动吸合装置等越级配置。



上汽荣威ERX5京城热销

上汽荣威纯电动新能源车 ERX5 自 7 月中旬进入北京目录以来引发抢购热潮,单日订单破 500。凭借 425 公里超长续航里程、40 分钟充至 80%电量、智能互联科技等全方位越级品质,荣威 ERX5 在京开售 4 天订单超 3000 辆,首批 1000 辆荣威 ERX5 已陆续运送至北京。据了解,目前北京市场荣威 ERX5 补贴后售价 19.88 万-22.38 万元。

荣威 ERX5 搭载高密度能量电池,续航里程超 400km。除了实惠满满的价格和热销不加价的诚意,荣威 ERX5 还配备了丰富的高端配置。10.4 英寸高清触控电容屏、12.3 英寸全液晶交互式虚拟仪表、旋钮式电子换挡极具科技感;还有独立空气净化器、泊车辅助系统,以及世界级智能互联系统,可实现远程车控、智慧导航、接入支付宝等功能。

宝龙



上周,天猫汽车发布了一条汽车自动贩机的概念视频,并表示,最快在今年年底,汽车自动贩机将正式推向市场。

视频虽然只有短短 27 秒,但可以看到,这个汽车自动贩机,完全类似街头的饮料贩卖机,用户手机下单,支付宝完成付款,就能提车走人,全程没有销售员,也不需要收银员的介入。牌照方面,支付宝或与交通部门联手,将实现自动打印临时车牌,随后再去交管所选号拿车牌。

如果消费者的芝麻信用超过 750 分,还可以享受一成首付、月供千元的金融政策。最开脑洞的是,体验一年后,可以继续租用,或者支付尾款买下,或者换辆车开。换言之,喜欢就买下,不喜欢就退掉。

这一切听起来十分完美,全程透明、全程孤单单可以冷静思考,甚至新车开了一年后说不要就不要,此时的消费者,不仅仅像是上帝,更像是一个任性的小孩。

暂且不说汽车自动贩机的车源充不充足,单说汽车本身既不是快消品更不是简单的使用品的特点,如果按类似无人超市模式来操作,很可能行不通。就目前现状来说,中国汽车品牌各有各的特点,技术含量上各有千秋,在驾乘感受和售后服务上,消费者要在一定的对比中,才能找到适合自己的产品。这其中需要消费者的判断力,更需要专业人员的指导。

以一刀切的销售模式对待现有车型,有点不符合实际。如果无人驾驶技术已经普及,汽车仅仅是一个交通代步工具,那么,这一模式也许可行。

不妨从最坏的角度推测一下,马云的汽车自动贩机面世后,会不会极有可能演变成一台二手车制造机,或者租车行?到那时,想不改初心也难。

白诚

汽车能自动贩卖吗