

# 汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第761期 | 2018年12月12日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

## 后补贴时代:新能源车企路在何方?

近几年来,新能源汽车市场发展迅猛,预计今年销量将首次突破百万辆;不过,新能源汽车财政补贴全面退出在即,进入“后补贴时代”后,无论传统车企还是造车新势力,究竟路在何方?

### 面临两个节点

“始于政策、悖于供给、兴在应用”是业内人士对新能源产业发展的普遍共识,或许,补贴的完全退坡才是新能源汽车质变的开始。尽管补贴额度逐年递减,但实际上新能源车市要比预测好很多,特别是今年唯独新能源车一枝独秀。

今年上半年,财政部等四部委联合发布的《关于调整完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》显示,对新能源汽车实行差异化补贴,调整提高补贴技术门槛,向鼓励高性能动力电池应用方向倾斜,并细化了包括续航里程、电池能量密度、能耗水平补贴的技术指标和档位,表明国家对新能源车企要求越来越高了。

每一次补贴政策的调整,都会对市场风向及产业格局产生变化,新能源车企当前正面临两个重要时间节点。第一个节点是到2020年补贴政策完全退出后,新能源车企成本将会大幅增加,没有补贴的新能源汽车在价格上会普遍高于传统燃油车,价格也将失去竞争力。相比传统车企,造车新势力的生存环境更加艰难,也将迎来行业大洗牌。

第二个节点是到2025年,届时电动车的性价比将达到甚至超过燃油车,市场的力量将推动汽车消费向电动化转型,电动车产品品质、品位、品牌和价格等将成为消费者决定取舍的主要因素。市场竞争格局将由过去单一竞争转为多元化竞争,由行业内竞争扩展到了跨行业竞争,由国内竞争升级到了国际化竞争,洗牌不可避免,即便是暂时在销量上处于领先地位的新能源车企,同样不会例外。

### 厘清两条思路

如今,新能源汽车发展已到了

理性思考的关键时刻,务必厘清两条思路:一是我国新能源汽车能发展到今天,凝聚整个国家、社会和产业的共同努力,也投入了大量社会和国家财富资源,理应珍惜;二是要遵循市场经济规律,从原点出发来增强企业自身竞争能力和创新活力的变化。应该从供给侧和需求侧两端同时入手来继续保持产业可持续发展能力。从供给侧来讲,要进一步鼓励创新型企业的科技创新投入,提高产品在“四化”方面的创新能力,增强对燃油车的比较竞争优势,提高它的用户产品性价比来提高用户的购买欲望。在需求侧,建议国家和行业在直接财政补贴政策退出之后,继续给予消费政策和使用环节的激励和鼓励政策,以增强用户和社会对新能源汽车的接受程度。只有从供给端到需求端两侧同步发力,才有可能实现建设健康可持续发展的消费环境,也使得整个行业能够健康可持续发展。

与此同时,必须搞清楚“后补贴

时代”新能源汽车的生存法则。目前新能源汽车行业最重要的工作是调整、巩固、充实和提高。调整,就是调整思维,新能源汽车是长远战略,不能永远躺在补贴上面来混日子。巩固,就是巩固成就,这些年我国新能源汽车作出的贡献是有目共睹的,尤其是动力电池要巩固这方面的成果,充实,就是充实关键技术,充实产品线。提高,就是往高处走,向世界水平看齐,要看到新能源汽车发展方向,智能、网联、新能源是一体化的,要很好地结合起来。

### 抓住两大关键

对于所有新能源车企而言,要勇敢直面“后补贴时代”,须抓住两大关键点:一是无论什么行业,其核心竞争力都是由产品好坏决定的,关键还在技术;特别在新能源汽车补贴退出后,各大厂商的技术水平或许将成为赢得市场青睐的关键指标,加速技术升级成为唯一选择和出路。凡是技术上不过硬,创新能力不强的新能源汽车生产企业,将不

会有什么前途;只有那些具有核心技术和核心竞争力的新能源汽车企业,才能抗击风浪、最终赢得市场。

二是长远来看,把新能源汽车量产规模做上去,通过规模效应降低成本才是“硬道理”,一旦形成规模效应后就能有效的降低生产成本。反观没有做出规模的企业,特别是自己没有核心技术的,完全依靠第三方采购,很难降低生产成本,因此就很难与主力厂家竞争。目前新能源汽车50%的成本都在电池上,想要降低汽车售价,首先要从电池入手,只有真正研发出“质高价廉”的电池系统才能大幅降低成本,才能在补贴完全退出后具有竞争力。

对政府管理部门而言,一定要确保相关政策的衔接,警惕市场因补贴退出而出现断崖式下跌。2017年初,丹麦曾因补贴政策退出引起新能源汽车市场“崩盘”。为此务必吸取前车之鉴,提前规划后补贴时代的后续政策衔接,实现新能源汽车产业从“补贴时代”向“后补贴时代”的平稳过渡。 雍君

## 虚荣的观致的野蛮路数

从乘联会的统计数据来看,被转卖的观致汽车2018年可谓脱胎换骨:1-10月,观致汽车累计销售5.4万辆,同比增长447.9%。而在2018年,寒冬、库存系数达到6、断崖式增长、销售目标难以达成等词语,几乎成了2018年中国汽车市场的常用语,此刻观致的逆势上扬,像是野蛮人打了文明人一记耳光。

果真如此吗?最近,观致的新衣被逐层扒下。

近日有媒体报道,观致汽车全国40家经销商联名发函,揭露了厂家低价直销扰乱市场、不按期兑现新产品承诺、设置各种限制不给承诺的返利及推广费等行为,直白观致汽车经销商面临大量亏损。除了联名维权外,部分观致经销商销售业务已经停止。此前,观致汽车高层李峰曾表示过“让经销商有的赚,让消费者买得值”,看来也是听听算数了。

至于今年销量的大爆发,有消息称,基本属于宝能集团的内部消化:一个是宝能及其关联公司计划从观致采购9.5万辆汽车,这类类似于内部价销售;另一个,是观致与宝能集团旗下的深圳前海联动云汽车租赁有限公司签过单,每月的交易量大概为3300辆。

这一番看似凶猛的操作,被认为是宝能集团左手倒右手、内部流通的“野蛮”模式,真实售价无从考证。另一个角度来说,整个销售流程无需借用经销商渠道,也无需经销商来做售后服务,4S店成了摆设品。这让投进真金白银的4S店投资人情何以堪?雪上加霜的是,在经销商们或者观致粉丝们比较期盼的推新车方面,观致汽车似乎毫无动静。而观致高层人士的快进快出却是动静不小。

形同虚设、看不见未来,对于谁都会是一种煎熬。经销商们的联名函扒下了观致的新衣,眼下,观致高层蔡建军的匆忙离职,似乎又在印证着什么。接下来观致会怎样,我们拭目以待。 白诚

## 性能全面升级 全新宝马X5耀世登场

12月7日,宝马SUV重磅车型全新X5正式上市,先期推出xDrive40i M运动套装和xDrive40i尊享型M运动套装两款车型,搭载3.0T直列六缸涡轮增压发动机,售价80.99万-90.99万元。

全新X5基于宝马全新的CLAR平台打造,整体造型延续了宝马家族式风格,风格更为硬朗,前脸双肾进气格栅尺寸更大,极具辨识度,全新大灯采用最新的天使眼造型。在侧面造型上,全新宝马X5的变化并不大,全新大尺寸轮毂是焦点所在。在尾部造型上,修长横条装饰式尾灯非常醒目,配合双边双出排气管,更显运动化。新车长4922mm,相比现款



车型增加了36mm,轴距则加长至2975mm。

新车内部采用非对称式设计,中控台微微向驾驶员一侧倾

斜,车内大量采用木纹饰板、镀铬装饰进行点缀,豪华氛围得以提升,水晶电子档把非常吸睛。全新HUD抬头显示系统及12.3英寸液

晶仪表盘显示内容较丰富,悬浮式设计中控屏支持iDrive 7.0车载多媒体系统,可触屏、语音、手势及iDrive旋钮操控。此外,新车还拥有一键启动+无钥匙进入、ACC自适应巡航、夜视系统、星空全景天窗、感应开关后备箱、智能感应氛围灯、自动泊车、四区自动空调、哈曼卡顿高级音响系统、手机无线充电和车载Wi-Fi等配置。

动力方面,全新X5搭载的全新3.0T发动机最大功率达250千瓦,最大扭矩450牛米,0-100公里加速仅为5.5秒,匹配8档手自一体变速箱。新车还配备了xDrive四驱系统和最大升降幅度可达80毫米的空气悬架。 姚琼



## 新高尔夫·嘉旅携五大升级上市

一汽-大众新高尔夫·嘉旅近日上市,新车提供280TSI、200TSI和1.6L三种动力选择,共6款车型,售价为13.19万-19.79万元。

作为一款面向都市家庭的多功能两厢车,新高尔夫·嘉旅通过自身五大产品力的升级,实现外观与空间、操控性与舒适性的巧妙平衡。新车全系标配鹰眼透镜LED前大灯、前雾灯转弯辅助照明、遥控钥匙带行李箱开启功能、外后视镜/后车窗独立电动加热、智能双区自动恒温空调、后排空调出风口,给用户带来更惬意舒适的用车体验。

新车还配备多项越级配置,如驾驶席座椅10向电动调节、Alcantara高级材质运动座椅等。新车还搭配自动泊车系统、高级自适应巡航、盲区检测、倒车盲区提醒等前瞻性科技配置。

这台血统纯正的高尔夫车型有280TSI、200TSI、1.6L三种动力可选,其中1.4T车型最大功率从96kW提升至110kW,最大扭矩从225Nm提升至250Nm。同时,1.4T发动机全系搭载能量回收系统、可变气门正时系统,将综合油耗降低至6.0L/100km。 林夏

一汽-大众奥迪11月实现销量57550辆,同比增长2.8%。其中,国产车型销量达51770辆,同比增长0.7%;进口车型销量达5780辆,同比增长26.3%。截至11月,一汽-大众奥迪累计销量已达到595436辆,超过2017年全年销量。

纵观奥迪11月的销量统计,国产车和进口车的表现依旧可圈可点。国产车型方面,奥迪A4L销量达13859辆,同比增长20%;奥迪A6L销量达14206辆,同比增长11%;全新奥迪Q5L车型自投放市场后,市场竞争力持续攀升,销量达6820辆,助力Q5车型1-11月累计销量突破11万辆大关。进口车方面,奥迪A5销量达1588辆,同比劲增57.4%;奥迪A8L销量达1212辆,同比劲增54%。此外,奥迪Sport车型也表现优异,合计取得835辆的销量成绩。

奥迪1-11月累计销量较去年同期增长13.1%。其中,国产车贡献销量543097辆,同比增长12.5%,占比高达91.2%,全面展示出一汽-大众奥迪“全价值链共创”模式的领先性。与此同时,进口车型累计实现销量52339辆,同比增长20.4%,保持着稳健攀升的积极态势。 江美

## 一汽-大众奥迪前十一月销量超去年