新能源汽车利好迭出 产业化瓶颈依然待解

■本报记者 孙喜保

国家财政部、工信部等三部委日前联合发布《关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》,这是7月份以来第四次发布新能源车利好新政。

在一系列政策的支持下,新能源汽车俨然成为当下最时髦的话题。乐观者称,新能源汽车的春天已经到来;悲观者认为,中国的新能源汽车成熟尚需时日,要想实现产业化至少还要20年。

各方助推新能源

8月8日,北京市新一期申请新能源小客车指标摇号数据公布,其中2056人参与摇号,环比增长16.61%。北京市指标办还将对申请者进行审核,预计最终有效指标将超过1700个。由于当期的指标约为1666个,再加上上期未配置的146个指标,最终中签率可能超过100%。

根据中国汽车工业协会的统计,2014年上半年,国内新能源汽车(包括电动车和插电式混合动力汽车)生产20692辆,销售20477辆,比去年同期分别增长2.3倍和2.2倍,产销量已超过2013年全年数量。新能源汽车之热可见一斑。

另外在出租车市场上,新能源汽车也有了新的突破,包括福建、北京、广州等十个城市都强调了新能源出租车要实现一定数量的增长。其中北京市要求市区内新增出租车全部采用电动汽车,10个郊区县出租车全部采用电动汽车,可见其推广力度之大。

据了解,今年北京市计划新增1300辆电动出租车,市交通委已完成800辆区域电动出租车在通州等7个区县的指标分配,市交通委运输管理局也正在研究市区500辆电动出租车的运营模式。目前全市10个远郊区县已经有9个配备了电动出租车,车辆达1600辆,计划到2017年总数将达到5000辆。

北京市对市区电动出租车按照不低于3:1的车桩比建设快速充电桩;对区域电动出租车分别按照不低于1:1、5:1的车桩比建设交流充电桩、快速充电桩;同时在出租车企业建设慢充电桩。2014年力争完成小营公交车充换电站建设,启动通州土桥和昌平未来科技城公交车充换电站建设,推进电动出租车充电设施建设。

北京市的支持政策反映了全国发展新能源汽车的方向。

政策支持力度空前

《关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》称,自2014年9月1日至2017年12月31日,对购置的新能源汽车免征车辆购置税;对免征车辆购置税的新能源汽车,由工业和信息化部、国家税务总局通过发布《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》实施管理。

而且,此次购置税免征政策的惠及面可能相当广泛,不仅仅局限于自主品牌,包括特斯拉Model S、宝马i3等豪华车也在内。对免税车型的规定上,新政策也是进一步放开,除了纯电动车之外,插电式混合动力车,如比亚迪"秦"等也将获得同样的免征税政策。

值得一提的是,7月21日国务院发布《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》(以下简称《意见》),提出6个方面25条措施,明确了过去新能源汽车发展过程中争论不休或模糊不清的问题。

比如针对屡被诟病的地方保护主义,《意见》要求,各地区执行统一的新能源汽车推广目录,不得采取制定地方推广目录、对新能源汽车进行重复检测检验、要求汽车生产企业在本地设厂、要求整车企业采购本地生产零部件等违规措施。

对于充电设施缺乏等问题,则用7条措施,针对充电桩的技术标准、用地审批、价格、运营、规划等问题给出全面指导意见。

同时还明确表示要进一步完善新能源汽车推广的相关政策、新能源推广的补贴与上述免征购置税等政策;还规定"研究出台公开透明、操作性强的新建新能源汽车生产企业投资项目准入条件,制定支持社会资本和具有技术创新能力的企业参与新能源汽车科研生产",为业外有竞争力的企业进入电动车领域扫清障碍。《意见》下发后,国家发改委迅速公布了电动车扶持电价政策。

因为多项"给力"扶持政策的出台,2014年被许多人认为是中国新能源汽车发展的提速年。但是在一些专家看来,中国的新能源汽车发展并不能一蹴而就。

仍需各方协力推进

著名经济学家陈清泰认为,在金融危机之后,全球各地汽车生产国和大型汽车公司纷纷紧锣密鼓地开发部署和投资电动汽车。但是,我国的电动汽车产业化进程却在这个阶段放缓了脚步,形成了一个很大的反差。尽管我国已经及时把节能和新能源汽车作为一项重大的国家战略,并启动了迄今为止全球规模最大的电动车十城千辆的示范工程,但是我国主流的汽车供应和消费双方对电动汽车仍持观望态度。"各主要汽车企业尽管都跃跃欲试,实际情况却是行动比较迟缓,呈现雷声大、雨点小、观望多、慎行动的态势;消费者的表现则是期待、观望和等待。"

从数据即可看出这种情况,2013年中国新能源汽车的销售数量不足2万辆,与中国原定在2015年实现新能源汽车累计产销量达到50万辆的目标差距很大。

对于一些企业的上述状态,中汽协秘书长董扬等业界人士多次喊话,希望企业能先行动起来,进行研发,无论是发展混合动力还是纯电动或其他方向。

北京9个郊区县已全部配备纯电动出租车,并已建起至少8座大型充电站。图为在北京通州,多辆纯电动出租车在充电站充电。 北漂 摄/东方IC供图

目前国内发展新能源汽车最积极者是比亚迪,据比亚迪的负责人王传福介绍,今年在新能源大巴上预计将有5000辆的订单,年底最少交付4000辆;而热销的车型"秦",一直处于供不应求的状态,未交付订单超8000辆。"这预示今年是比亚迪新能源汽车发展的拐点。"

在著名经济学家辜胜阻看来,金融创新在新能源汽车领域至关重要。据了解,特斯拉兴起的背后推手是资本,风险投资公司2006年曾经向特斯拉提供了4000万美元的风险投资,是一笔非常大的投资。"所以电动汽车的发展表明我们要把它做大做强,非常重要的是要实现技术创新和金融创新的双轮驱动。如果单有技术的创新,没有金融的支持,就会使技术的创新出现闭塞效应,单有金融的支持,没有技术的创新,就会使金融创新最终成为无米之炊。"

辜胜阻表示,发展中国的新能源汽车,特别是在产业链上产生大量的中小企业,非常重要的是要降低融资成本。"但是我们的融资成本银行的利息是国际上的2~4倍,大量的中小企业融资要靠民间借贷,平均利息是20%。"

此外,在一些业内人士看来,在打破地方保护后,如何构建合适的充电基础网络也是需要由高层考虑解决的难题。

陈清泰认为,我国的新能源汽车产业要想发展起来,大概还需要15年到20年的时间,甚至更长,形成产业化需要一个过程。

因发动机螺栓故障实施召回

宝马召回执行不力遭投诉

本报讯 今年4月,由于发动机螺栓故障,宝马(中国)向国家质检总局备案迄今为止在中国市场最大规模的召回计划,涵盖进口及华晨宝马10余款车型共计232098辆汽车,在全球范围共召回48.9万辆。但据中国汽车质量网报道,面对如此大规模的召回,宝马(中国)国内召回流程体系近来遭到诟病,车主频频投诉召回不及时、无人通知、处理方法不当等问题,而连带损失及延保问题的不明确,也成为车主的最大顾虑。

中国汽车质量网报道称,早在今年1月份,关于宝马发动机内部螺栓断裂的投诉就已经出现。由于舆论持续关注相关问题并引起国家质检总局重视,宝马(中国)3月14日发表《有关宝马发动机凸轮轴螺栓问题的媒体声明》,并于4月向国家质检总局备案了召回计划,宣布自6月18日起对存在质量缺陷的N52K、N52T、N55发动机,采取更换可变气门正时机构(VANOS)固定螺栓的维修方案,以消除安全隐患。

从召回计划中可以看出,宝马(中国)在召回后续程序上给自己留出了两个月的准备期。但中国汽车质量网上的有关投诉信息显示,很多车主表示,至今为止仍然没有收到召回通知。

黑龙江大庆一位王姓车主表示,其购买的宝马5系在宝马此次召回开始的一个月后,也就是7月20日发生了发动机螺丝断裂故障。车主称,之前从没有收到4S店任何召回通知,甚至连提醒都没有。

宝马(中国)迫于压力进行的本次召回之所以备受车主诟病,除了之前拒不承认的态度令人不满,对于车辆故障导致的车辆损害补偿只字不提,也是重要原因。

浙江温州一位宝马车主投诉,车辆在7月26日出现传动故障,车主在4S店维修以后,查看维修单时无意中发现车辆故障竟然就是此次召回缺陷。经销商在修理过程中从发动机内部取出了3个断裂的螺丝,但4S店在整个修理过程对此竟然只字未提。车主认为,如果之前得到了召回通知,肯定会及时到店,但现在车辆出现了螺丝断裂问题,断裂的螺丝是否已经对车辆发动机产生了伤害?谁来承担这一责任?车主提出了整车延保两年,但遭到了经销商和宝马(中国)的拒绝。

实际上,已经有车主反映,在更换螺栓后,发动机出现抖动、动力下降、烧机油等现象。此外,车主也担心拆解发动机会影响到原厂品质。毕竟,由于召回车辆大多已出质保期,如果因为螺栓断裂对发动机造成不良后果,那么后期的维修费用将十分高昂,而这些损失无疑将落到车主的头上。

据了解,此前大众等车企在涉及发动机、变速箱等重要部件的召回中,会适当延长部件或总成的质保期以保证消费者利益。那么对于宝马(中国)而言,后期是否会采取延保等补救措施备受关注。

除了延保诉求,对于宝马本次召回消除缺陷的处理办法,一些车主也有异议。他们认为,不应该只更换几颗螺栓,而应该更换整套可变气门正时机构进气、排气总成。这样能最大程度地避免发动机抖动、动力下降等后遗症。 (秦红)

汽车电商不妨以汽车金融作突破口

■文 岩

近两年来,电子商务开始进入汽车销售圈。但汽车电商面临的最大问题是,汽车是个大物件,不能简单地依靠物流,必然要依靠线下的4S店。这让线上与线下价格陷入一个怪圈:如果不定价,或者只是设定参考价,线上起到的仅仅是导购作用,成交率很低;如果定价过高,客户完全没有动力网上下单,即使成交了,也不能形成良好口碑;如果定价过低,就会扰乱现有的销售渠道网络。

正是由于这种怪圈的存在,汽车电商业务难以进一步拓展。那么,如何既不打破现有的销售渠道,又能够让客户在网上形成较为确定的购买意向?

以笔者之见,不妨可以借用汽车金融作突破口。因为接受贷款购车的人员与网购的人员具有高度的重合性,现在很多客户,特别是80后的客户,已将能否贷款作为决定其购车的一个先决条件。如果能够将贷款申请放在客户进店之前,对于申请了贷款额度的客户,其购买意向将有效转化为购买动力。

在国际上,发达国家已有了这种专门做贷款申请的网站,包括汽车贷款的预授信,汽车保险的在线购买;并将预订信息推送给经销商,或者将经销商信息推送给客户,但不干涉客户选择哪家店,不干涉经销商的成交过程、成交价。由于申请环节由客户自己完成,能够有效减少客户的到店次数,给客户更多的主动权,客户能够对自己的申请进度及时获知。如果网络渠道的客户来源足够多,将实现对现有流程的有效促进,可以通过收集更多的第三方信息来提高交易准确度,从而更加有效地规避风险。

在国内,也已有了这方面的尝试。阿里巴巴日前宣布,旗下的天猫、阿里小贷、余额宝和汽车厂商共同推出全新的汽车金融方案。据天弘基金相关负责人透露,此次推出的汽车金融方案借助余额宝取代传统预付款模式,0元先将车开走,并且还能享受购车款3个月的收益。

具体流程怎么操作?消费者需在余额宝账户存足资金,在天猫汽车购买页面点击"购买"录入购车人信息后,购车资金会在余额宝账户中被冻结,同时系统会短信提供消费者4S店提车用的电子核销码。在消费者到线下4S店完成洽谈,确定提车服务满意后,可用身份证及电子核销码在店内办理核销。完成核销手续后,即可与4S店约定最终提车时间,通常是一周内。购车款项冻结在余额宝中3个月,才解冻打往厂商账户,此期间余额宝收益仍归消费者所有。

据悉,首批参与活动的包括上海大众斯柯达、东风雪铁龙、东风标致、吉利汽车、东南汽车、江淮悦悦、广汽丰田等多家天猫官方旗舰店推出的20多款车型。业内人士分析,以10万元经济型轿车为例,近期余额宝年化收益4.2%左右,3个月消费者能多赚1000多元。

无论如何,汽车金融是扩大汽车电子商务的一个有益尝试,汽车金融需要依靠汽车的实体购买作为支撑以实现流量导入,汽车电商需要依靠汽车金融为电商突破口。或许不久的将来,更多的整车购买都将在线上完成。而作为厂家的汽车金融公司,可以从汽车金融的电子商务开始做起,对汽车电商做出有益的突破。

7月京城新旧车交易量同环比双降

本报讯 (记者王群)记者8月12日从北京北辰亚运村汽车交易市场中心获悉,7月份北京车市新旧车交易量同比环比均呈双降态势,进口车市场保持平稳增长,而在利好政策推动下,新能源汽车市场进一步升温。

7月,京城新车交易41700辆,同比增长-12.22%,低于全国18.93个百分点;环比增长-1.88%,高于全国10.46个百分点;二手车成交过户52500辆次,同比增长-3.31%,较上月回落15.83个百分点;环比增长-15.32%。

据介绍,7月,包括厂家实施车贷金融政策、商家资金状况有缓解、经销商促销冲量等多重因素促动进口车销售稳中有升,而SUV及新能源汽车则成为自主品牌上行发展的双重驱动力。

二手车方面,主要有四方面因素导致二手车过户辆次在7月跌入低点,包括"双限"环境下二手车市淡季特征愈加突出;二手车收购价格整体下滑,降低了消费者的换车欲望;新车二次限购影响二手车销售;新车销售低迷影响二手车交易活跃度。

据北辰亚运村汽车交易市场中心预测,8月份北京车市库存压力将继续增加,但基本处于能够承受的范围,预计8月份新车销售环比正增长,同比基本持平或小幅负增长;二手车成交同环比基本持平。

百余款自主车型何以敌不过一个"洋"大众

——反思中国自主品牌汽车困局

■新华社记者 华晔迪 赵晓辉

自主品牌汽车,近20家车企百余款车型,上半年共销售轿车136.82万辆,而众多外国品牌中,仅德国大众上半年中国市场销量就超过180万辆,百余款车型销量抵不上一个大众。

根据中国汽车工业协会日前发布的数据,自主品牌乘用车、轿车市场占有率同比连续第十一个月下滑,其中轿车市场占有率跌破20%,为2009年以来最低。自主品牌汽车何以陷入如此困局?值得深刻反思。

自主品牌汽车困局

根据中汽协发布的数据,前7月中国品牌轿车销售151.96万辆,同比下降16.1%,与之对应,德、日、美、韩和法系轿车分别销售201.49万辆、117.1万辆、114.5万辆、76.68万辆和35.3万辆。

随之出现的,自主品牌汽车市场占有率不断下滑。过去五年中,自主品牌汽车市占率呈现下降趋势,今年以来市场份额下降幅度更大,降幅动辄5到7个百分点。

"中国品牌汽车到了危急的时刻。"中国汽车工业协会常务副会长董扬接受记者采访时如此感叹。究其原因,市场进入平稳期,海外、合资品牌更多介入中低端市场,与自主品牌"短兵相接",自主品牌过往依靠低价形成的性价比优势难以为继。

自主品牌曾经历销量稳步增长的"黄金十年"。在业内人士看来,那是跨国公司当时未涉足低端市场给自主品牌留出的市场空间,一家汽车企业负责人说,过往"我们与外资、合资品牌处于不同产品市场区间,如今合资产品下探,就要有大麻烦"。

令人忧虑的是,这样的市场局面还是在"合资品牌价格仍然高出一截"的情况下出现的。"自主品牌在主流细分市场与合资车型的均价差在45%以上,如果合资品牌汽车进一步下探,情况还会更糟。"长安汽车副总裁朱华荣说。

产业政策缺乏整合

自主品牌汽车为何不得市场青睐?有人说技术水平低、可靠性差,消费者有顾虑,这有道理。但横向比,人们不禁发问,起步晚于中国的韩国汽车工业,为什么已具备国际竞争力,且培育出现代、起亚这样的世界级品牌。

在行业人士看来,自主品牌困局根源还在于我国缺乏健全的汽车产业政策顶层设计,对于自主品牌发展缺乏通盘考虑,导致的局面就是企业"一盘散沙、你争我夺",产能低水平重复扩张,"关键技术不能联合开发、好的技术又不能共享"。

"自主品牌按企业算近20个,按车型算超过百个,几乎都形不成经济批量,大部分品牌在微利或亏损状况下运行,这也是自主品牌竞争力弱的主要原因之一。"董扬说。

此局面也导致通过设立合资企业"用市场换技术"思路无从实现:"外国公司拿出一个车型,就有多家国内企业争相抢夺,哪还有条件去谈技术引进?"朱华荣说。

一位汽车行业人士说,一些部门和企业,搞合资目的短视化,只看中短期利益,而对于怎么通过合资形式去发展本国自主品牌考虑不足。

这也令自主品牌虽经多年发展取得一定进步,但依然与海外品牌存在相当大的差距。董扬坦言,技术水平差距依然在10年左右,"国际一流汽车公司已在研发20年后的技术,可直接应用技术也有5到10年的积累"。

自主品牌如何突围?

自主品牌汽车何以突围?接受采访的业内人士普遍认为,发展自主品牌是我国建设汽车强国的核心,产业政策无论从技术、生产还是市场上均应做通盘考虑,给予自主品牌强有力的扶持。

"自主品牌大多未形成经济规模,相当一部分处于亏损或微利经营的成长阶段,需要时间和政策环境营造成长空间。"董扬认为,我国汽车"技术上依靠引进"的发展方式已走到尽头,应由技术外源型发展转变为创新引领型发展,全行业应该提高技术开发投入比例。

汽车企业则应苦练内功,既要解决创新能力不足、核心技术缺失的问题,又要及时采纳消费者意见,做好产品质量细节,切忌急功近利,最终因质量问题丢了品牌口碑。

记者注意到,近年来,多数企业在研发能力建设和新产品开发上下了很多功夫,但由于缺乏产业基础研究支撑及产学研、车企间大力合作,技术创新进程缓慢且难有突破。朱华荣坦言,自主品牌单车销量规模小,成本分摊大,单靠单个车企自身力量进行正向技术研发十分困难。

中汽协副秘书长许艳华呼吁,在政府引导下建立基础技术、共性技术研究体系,同时促成汽车企业在既是竞争对手又是合作伙伴的关系下形成一套有效的长期合作机制,共同研发共性技术,解决共性问题,联手应对挑战。

当务之急是破解自主品牌汽车为争夺市场空间"自相残杀"。"如果容忍自主品牌的分散重复局面存在,不扶强,不抑弱,纵容非市场因素干扰市场,实际上是置自主品牌比一般市场竞争更难的境地而不顾。"董扬说。

(据新华社电)

7月全国汽车销售161.81万辆

本报讯 (实习生秦红)中国汽车工业协会日前发布全国汽车工业产销数据显示,2014年7月,全国汽车生产172.02万辆,环比下降7.29%,同比增长8.64%;销售161.81万辆,环比下降12.34%,同比增长6.71%。1~7月,汽车产销1350.45万辆和1330.17万辆,同比增长9.48%和8.15%。1~7月乘用车产销分别完成1118.12万辆和1099.18万辆,比上年同期分别增长12.2%和11%。

自主品牌汽车占有率继续走低。7月自主品牌乘用车、轿车市场占有率双双下跌,至34.6%和17.7%。前7个月自主品牌乘用车销售409.94万辆,占乘用车销售总量37.3%,占有率较上年同期下降3.12个百分点;轿车销售151.96万辆,占轿车销售总量的21.68%,占有率较上年同期下降5.43个百分点。

中汽协统计的汽车整车企业出口数据显示,汽车出口下降。7月,汽车企业出口为7.17万辆,比上月下降11.5%,比上年同期下降10.7%,汽车出口比同期继续呈现下降。

中汽协:反垄断调查将推进市场公平

本报讯 (实习生秦红)近日,反垄断风暴席卷汽车业。中国汽车工业协会日前发布声明说,此次调查是严格执行《反垄断法》、加强事中事后监管的举措,旨在维护汽车市场秩序,推进汽车市场公平,净化汽车市场环境,保护消费者权益。

有业内人士认为,此次豪车降价一方面是受到了相关部门的影响,但是从市场角度来看,还是因为市场竞争引起的降价。但总体来看,无论是整车还是售后零部件,车企的降价空间依然很大。

相关专家表示,此次调查已经由针对豪华进口车开始扩散到包括合资企业和自主企业在内的整个行业。反垄断调查对车企售后零配件市场实施"严打",将促使整个汽车行业的健康发展,让畸形、不透明的4S店零配件价格和售后维修价格更加合理。最终受益者是消费者和整个汽车行业。

日产汽车7月在华销量下降12%

日产汽车日前发布数据称,今年7月其在华销量同比下跌12%,约79500辆。无独有偶,日系三巨头中的另外两家丰田和本田7月在华销量也同样呈下滑趋势。其中丰田从75600辆同比微跌1.1%至74800辆,本田从51140辆同比下降22.7%至39543辆。

李晓龙 摄/东方IC供图

大众北美召回18.9万辆途观

本报讯 据美国媒体报道,近日,大众在北美宣布召回18.9万辆途观,原因是可能存在熄火隐患。

此次召回涉及2009年至2014年生产的18.9万辆大众途观,这些车辆燃油系统中的液化汽油通过高温高压的汽车发动机时可能会产生气泡,气泡会降低发动机燃油阀的效能及压力,最终可能会导致汽车突然熄火并造成事故。

大众汽车发言人表示,目前没有任何因为上述原因引起的事故报告。稍后会通知各地经销商为隐患车辆免费安装修正过的电子控制模块软件。据了解,此次召回涉及美国市场的151389辆和加拿大市场的38101辆,其他地区市场的途观车型将不在此列。 (韩伟)

上海通用召回部分别克昂科拉汽车

据新华社电(记者徐庆松)质检总局日前发布消息称,上海通用汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,将自2014年9月30日起,召回2012年4月25日至2013年4月16日期间生产的部分别克昂科拉汽车,共计32001辆。

本次召回范围内部分车辆发生正面碰撞时,前排座椅的安全带张紧器对安全带拉索的锁止可能滞后,存在安全隐患。

该公司将为召回范围内的车辆免费更换前排安全带张紧器,以消除安全隐患。该公司将通过别克特约售后服务中心主动与召回范围内的车主取得联系,安排免费检修事宜。

奔驰召回部分进口精灵汽车

国家质检总局日前发布公告,梅赛德斯—奔驰从8月22日起,召回57843辆汽油型进口精灵汽车,生产日期为2010年10月5日至2014年6月2日。本次召回范围内车辆,可能会在长期使用过程中出现暖水截流阀内部电路短路的情况,存在安全隐患。 严大明 摄/东方IC供图