

随着补贴的逐年下降,新能源汽车面临更为严峻的市场化考验

“退坡机制”下新能源汽车如何自立

李永钧

近日,财政部、科技部、工信部及发改委联合制定了第三轮新能源汽车补贴政策,未来五年,中央财政将继续对购买新能源汽车的消费者给予补助,但金额收紧,补贴实行“退坡机制”,而且首次对新能源汽车的“退坡”政策给出明确时间表。随着补贴的逐年下降,新能源车市场会否因此而产生负面的连锁反应?

“退坡”大势所趋

近年来,国家在能源短缺与环境压力的双重压力下,对推广新能源汽车进行了大量财政补贴,以刺激企业研发、生产新能源汽车。2010年,第一轮新能源车补贴开始执行,涵盖了1.6L以下的节能型乘用车、符合条件的纯电动车和插电混合动力车,补贴标准为3000元/千瓦时。此轮补贴于2012年结束。随即,国家出台了2013-2015年的第二轮新能源车补贴政策,增加补贴燃料电池车。业内专家分析,随着新能源汽车技术的不断提升与创新,成本正逐步降低,财政补贴的减少是必然的趋势。

其实,新能源补贴“退坡机制”几年前就已存在,早在2010年试点给予新能源车补贴政策之初就已经确定,财政补助采取“退坡机制”,“退坡”速度约为每两年10%。如2014年在2013年标准基础上下降5%,2015年在2013年标准基础上下降10%。故此轮通知并非补贴“退坡”的首次显现,而是得到了更多细化。

较之前次的征求意见稿,正式版的补贴政策变动较大,更加严格。补助标准主要依据

节能减排效果,并综合考虑生产成本、规模效应、技术进步等因素逐步“退坡”。以乘用车为例,想要领取补贴,续航里程至少提到100公里,按照新规,纯电动乘用车的续航里程由大于等于80km提升至100km,同时在行驶速度方面也提出要求,纯电动乘用车30分钟最高车速应不低于100km/h,一直期待着被“转正”的低速电动车只能继续“神伤”。插电式混合动力乘用车仍以50公里的续航里程为界线,对于入围车型而言,能领到的补助金额也有较大变动,征求意见稿中的3.2万元变成了2.5万元,插电式混动的补贴也由3.2万元降至3万元,纯电动乘用车补助为2.5万至5.5万/辆不等。

此前征求意见稿中,到2020年,新能源车型的补助标准较之2016年将退坡20%,而此次四部委最终落锤的新规定中,2017-2018年的补助标准将在2016年的基础上下降20%,而到2019-2020年,补助标准将在2016年的基础上下降40%,下调力度不可谓不大。

市场压力俱增

对此次新能源汽车补贴“退坡”力度加大的现象,多家新能源车企表示“压力比较大”。无论是从信心层面还是从产业化推动落实层面,“退坡”机制对车企发展新能源汽车的影响不小,尤其前期投入越大的车企受到的影响就越大。

具体来说,近年来国家新能源补贴政策让中国的电动车发展进入了高速时代,其中不乏有一些中小型企业扎堆投入,制造出一些产量小的超小型电动车,产能低,规模小,生产成本低。补贴“退坡”让这些企业感到了



压力,今后将逐步被排除在国家补贴之外,而对于那些已形成规模效应的大企业影响相对较小。

事实上,综观我国新能源汽车产业发展,现阶段离不开好的政策,由于国家大力扶持新能源车,补贴成为生产企业的主要利润来源,补贴鼓励企业技术创新,用以关键技术的突破。另外,除了汽车成本,新能源车企还有额外支出,比如给消费者安装充电桩,给予消费者一定的补贴等等。现在,随着政府补贴标准的逐年下降,企业负担加重且显而易见。

目前,在限行限购城市,为控制机动车的总量,同一身份证下只允许拥有一辆机动车;而在非限行限购城市,机动车的增长主

要靠新兴消费者的增长。补贴减少的情况下,消费者的环保理念及对新能源汽车的认知度有限,传统汽车更具吸引力,这才是“退坡机制”之下,摆在新能源汽车企业面前的问题。

业内专家表示,目前还难以判断,补贴“退坡”政策“按原规划落地”是否释放出了新的政策信号。现在车企所能做到的,只能在新能源汽车市场发展新形势下重新评估的基础上,探索补贴下降之后的市场化之路究竟该如何走。

车企应对之策

从起步时的艰难徘徊,到近年来的快速

汽修 O2O 通过线上线下相结合的模式吸引消费者,在改变传统汽车后市场服务模式的同时,也给消费者提供了更多选择的渠道

互联网+汽修抢夺汽车后市场

实习生 张晶晶

继专车搅动了出租车行业的利益格局后,汽修 O2O 模式也开始争夺 4S 店的巨型“蛋糕”。随着电商发展的日益成熟,人们消费习惯的不断培养,不少汽修企业开始通过线上线下相结合的模式吸引消费者,在改变传统汽车后市场服务模式的同时,也给消费者提供了更多选择的渠道。

据易观智库提供的数据显示,2014 年我国私人汽车保有量已超过 1.25 亿辆,其中约 40% 的汽车开始进入或已经过了质保期,用户需求增多也为汽修 O2O 模式的兴起提供了基础。

据了解,目前,汽修 O2O 企业的服务模式主要有两类,一类是直接上门服务,这类企业一般拥有自己的技师,能够提供全面、及时的服务,一类则是通过线上渠道吸引消费者,充当消费者和实体店的“连接器”,将线上客户引导到线下实体店,这类企业一般没有自己的技师,通过网上优惠措施吸引消费者。目前,第一类服务模式的应用范围更广泛。

与 4S 店相比,汽修 O2O 价格便宜、时间自由,这类新型的服务模式受到不少消费者,尤其是年轻人的青睐。

相对于 4S 店动辄数目不菲的养护费用,汽修 O2O 相对低廉的价格和透明的收费标准受到消费者的称赞。以某上门养护企业为例,华晨宝马 5 系在 4S 店的大保养和小保养分别要价 3461 元和 1161 元,而该企业分别要价 935 元和 785 元;上海大众朗逸在 4S 店的大保养、小保养分别要价 467 元和 262 元,而该企业分别要价 305 元和 217 元,对价格敏感的消费者来讲,上门养护成为不错的选择。

除此之外,汽车上门服务在时间选择上的自由也成为传统 4S 点无法比拟的优势。传统 4S 店由于受场地、技师人数等条件的限制,在一定时间和空间范围内可以提供的服务有限,消费者往往需要提前预约或长时间排队才能享受到服务。

相对而言,上门服务则可以利用消费者空闲的时间,只要消费者打开相关网站或者 APP,输入相应的时间和地点,就会有技师专门上门服务,而消费者只需提供相应的场所即可。

汽修 O2O 模式的兴起搅动了传统汽车后市场的运行模式,但是否意味着上门服务即将改变汽车后市场的传统格局,或者对 4S 店的类似业务造成冲击呢?

据了解,在业务方面,目前大部分汽修

崛起,新能源汽车产业前景可谓广阔。然而,受政策不确定性的影响,其发展过程又注定少不了曲折,正考验着中国的新能源汽车企业。

相关人士表示,财政补贴“退坡”对新能源车企来说确实压力不小,不过企业也早有心理准备,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,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。未来的新能源车补贴政策也许会导致大厂收购小厂,新能源车的品牌格局也可能因为政策的变化而进入重组、吞并的过程,最终到达一个相对稳定的形态,补贴“退坡机制”将能够更好地规范市场。

新能源汽车属于“政策导向市场”,补贴只是导向的手段,“退坡”是个必然的过程,企业不能永远躺在补贴上面混日子。如果一味依赖政策扶持,产业就无法健康发展,企业必须在激烈的竞争中学会独立行走,接受市场的洗礼。

业内专家建议,对于新能源车企而言,应对政策的不断“退坡”,可抓住两个关键点:一是以更加市场化的手段参与国内外的竞争,通过技术的持续改进以及产品方面找准消费需求,营销方面找到强有力的卖点;二是根据消费者需求进行成本控制,将资金多用在技术“刀刃”上,不断拓宽市场销量。总之,车企只有通过创新化、规模化和商品化来降低成本,缩小和市场的差距。可以肯定的是,补贴减少后,以补贴为中心的非市场化产业活动将会逐渐减少,回归市场理性。

中国品牌乘用车市场占有率实现“四个连升”

据新华社电(记者华晔迪)中国汽车工业协会日前发布数据,4 月中国品牌乘用车共销售 68.64 万辆,同比增长 14.3%,占乘用车销售总量的 41.13%,市场占有率比上年同期提升 3.81 个百分点。这是中国品牌乘用车连续第四个月市场份额高于去年同期。

数据显示,前 4 月中国品牌乘用车共销售 297.97 万辆,同比增长 19.47%,占乘用车销售总量 42.73%,占有率比上年同期提升 4.22 个百分点。

与此同时,德系、日系、美系、韩系和法系乘用车前 4 月市场占有率分别为 20%、13.31%、11.76%、8.41%和 3.60%,与上年同期相比,日系品牌销量微降,其他外国品牌呈一定增长,但增幅明显低于同期中国品牌。

市场份额的提升,主要受益于中国品牌 SUV 销量大幅增长。数据显示,前 4 月中国品牌 SUV 销量达到 96.68 万辆,同比增长 103.9%,市场份额提高 14.9 个百分点至 55.1%,与此同时,中国品牌 MPV 前 4 月销量达到 67.19 万辆,同比增长 24.7%,市场份额升至 89.6%。

“中国品牌 SUV 化趋势明显”东风乘用车总经理李春荣在接受采访时引述数据说,今年前 3 月中国品牌销量前十位车型中,有 8 款是 SUV,而且前五位都是 SUV;而在 2010 年,中国品牌销量前十车型仅有 3 款为 SUV。

不过,中国品牌轿车市场份额依然低迷,数据显示,前 4 月中国品牌轿车销量 90.65 万辆,同比减少 5%,市场份额下降 0.6 个百分点至 22.5%。

福州整车进口通关最快只要 1 天

本报讯(记者吴锋思)日前,在福州江阴汽车整车进口口岸,银河国际汽车进出口贸易有限公司进口的 100 辆汽车,当天就顺利完成了检验、报关、检测、放行等流程,“闪电般”通关。此前汽车口岸通关要 28 天,现在最快只要 1 天。

“通关速度很给力,购车者可更快提车了。”据介绍,只要准备好贸易单、进口许可证、航运提单等相关手续,海关工作人员据此对汽车进行报关审价,然后交齐关税,进口车就能立马上路。

通关速度是衡量自贸区贸易便利化的重要指标,可为企业节省大量时间和成本。银河公司负责人给记者算了一笔账,以一辆车在码头一天的费用 20 元计算,如果一次通关 500 辆,加快通关一天就能节省 1 万元。

福州保税港区管委会主任阮孝应介绍,他们不断加强报关报检企业业务员培训,提升其业务操作水平。同时,设立车辆上牌一站式服务窗口和车辆购置税办税窗口,实现出省车辆挂临时牌照,本省就地上牌。

优质的服务打造了“通关快线”,吸引了越来越多的企业入驻。来自福州保税港区提供的数据显示,截至目前,江阴汽车整车进口口岸已吸引 54 家汽车经销企业入驻,另有 2 家企业正在办理注册手续。全国 O2O 企业,远不能跟实力强大、资源丰富的 4S 店较量。

在盈利模式方面,目前大部分汽修 O2O 企业处于积累用户期,低价是其吸引消费者的主要筹码,一些汽修 O2O 企业直言利润非常薄,甚至直接赔钱赚影响力。但从长远发展的角度,价格战的劣势并不明显,与私家车几十万、几百万甚至几千万的价格相比,一些消费者并不愿意为了便宜的价格而选择并不熟悉的上门 O2O 服务。汽修 O2O 还需找到适合自己的良性运营模式,真正从服务类型和服务质量方面赢得人心。

而业内专家也表示,“互联网+”模式的渗入,让汽车后市场增加了搅局者,但目前来看,汽修 O2O 尚处于早期的探索阶段,标准、稳定的服务模式和盈利模式的建立尚需要一定的时间。

据该公司统计,在中国大陆地区共涉及 10585 辆。

本次召回范围内的车辆,由于生产制造原因,车辆左右传动半轴外侧轴套中的卡环可能会脱开,个别情况下可能导致车辆动力输出中断(但车辆仍具备正常转向和刹车功能),存在安全隐患。梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司将对所有涉及车辆实施免费检查,并更换传动半轴外侧轴套中的卡环,以消除隐患。(肖捷)

中国首辆 3D 打印方程式赛车亮相



日前,“第九届亚洲激光先进制造展”携全球最新 3D 打印技术与工业 4.0 制造技术在深圳开幕。一辆 3D 打印方程式赛车吸引了众多观众的眼球。据了解,该赛车是全国首辆 3D 打印方程式赛车,由深圳光韵达与同济大学 DIAN Racing 车队共同设计制作。 鲁力摄/CFP

中汽协:汽车产销增速趋缓

出口下降明显

本报讯(记者杨冉冉)中国汽车工业协会日前公布了最新的全国汽车产销数据。1-4 月,汽车产销分别完成 828.08 万辆和 814.48 万辆,比上年同期分别增长 4.1%和 2.8%。月度累计增幅继续回落,比上年同期分别回落 4.9 和 6.3 个百分点。而汽车出口形势尤其严峻,创下了今年以来的最大降幅。

4 月,汽车产销分别完成 207.97 万辆和 199.45 万辆,比上月分别下降 8.9%和 11%;与上年同期相比产量增长 0.6%,销量下降 0.5%。

1-4 月,乘用车产销分别完成 706.37 万辆和 697.39 万辆,比上年同期分别增长 9.4%和 7.7%,增幅分别回落 0.4 和 2.8 个百分点。从乘用车四类车型产销情况看,比上年同期,SUV 产销继续保持高速增长,分别为 49.8%和 48.7%;MPV 产销增速超过 15%,分别为 17.1%和 20%;轿车产销分别下降 0.5%和 2.7%;

交叉型乘用车产销分别下降 14.9%和 17.5%。 数据显示,4 月份汽车出口 6.16 万辆,环比下降 11.8%,同比下降 21.5%,创下今年以来的月度最大降幅。其中,乘用车出口 3.2 万辆,比去年同期下降 31.3%,比上个月下降 17.8%,而今年到 4 月份为止乘用车出口累计下降了 20.7%。

中国汽车工业协会副秘书长师建华表示,今年汽车出口情况不乐观。短期内影响出口情况的原因,一是由于出口国政治因素,如俄罗斯和巴西的政策不稳定,两国分别针对汽车的进口征收报复税和工业产品税,这增加了中国汽车出口的成本。二是近期人民币的升值和日元、韩元的贬值也影响了中国汽车的出口;三是部分汽车企业调整了结构,除此之外,我国出口大多是小排量汽车,出口市场接近饱和,品牌竞争力不强,出口国家税务政策等方面,也长期影响到我国的汽车出口。

车主诉东风风神 AX7 仪表反光存隐患

本报讯 作为东风风神第一款真正意义上的 SUV,风神 AX7 上市时被“军品研发团队参与,标致发动机,原研博核核心团队底盘调校”等一系列光环所笼罩。据中国汽车质量网消息,虽然东风风神 AX7 上市不久,但该平台已接到众多相关投诉,其中,仪表反光问题尤其令人关注。

据了解,早在风神 AX7 上市初期就有部分网友吐槽仪表盘“不仪样式难看,水温及油位显示取代了时速表的设计理念,不符合驾驶习惯”。实际情况果然不幸被这些网友言中。近期中国汽车质量网接到的多宗投诉显示,由于设计太过标新立异,风神 AX7 的仪表盘在车辆白天行驶中给车主带来了诸多困扰,一些重要信息无法清晰显示。

来自山东的车主邹先生表示,在阳光较强的情况下由于反光无法看清仪表盘上的信息,可能会导致车辆出现超速、燃油殆尽、胎压异常等情况后不能及时发现,影响行车安全。有车主表示,尽管已经将屏幕亮度调至最高,但效果并不明显。4S 店对此现象束手无策。

根据此前的相关媒体报道,东风风神厂家可以做到“对 885 个整车车身精度控制点,58 个水密测试控制点,甚至是 331 个螺钉螺

帽等进行全方位的检测试验”,但问题却偏偏出现在最为直观的驾驶感受上。据了解,整车产品质量是否要通过实际使用环节来得以验证,其中,耐久性道路试验测试是必不可少的一环。有业内专家表示,通过道路实验,仪表反光问题很容易被发现,正常情况下肯定不会再将其带到量产车型中,“一个简单的镜面效应,不仅反映出产品设计或材质选取中存在问题,同时也折射出了东风乘用车在整个研发实验体系中存在弊端。”

在各大汽车论坛中,越来越多的消费者对于风神 AX7 的仪表盘白天反光影响信息获取问题感到不满。据中国汽车质量网消息,目前东风乘用车客服及 4S 店均未给出明确答复,厂商则表示没有消费者反映此类问题。

据了解,在 J.D.Power 亚太公司公布的 2013 年新车质量数据中,东风风神新车质量持续提升,且东风风神售后服务满意度位列自主品牌第 3 名。车主们希望,东风风神能够采取行动为消费者解决实际问题。(肖捷)

“洋车减配”折射安全技术标准过低

雍君

近几年,一些跨国车企在中国为了获得更大利润,在国内外实施“双重标准”,对同品牌中国版车型进行低配或减配,虽然增加了汽车表面上的豪华感,却在消费者看不到的安全配置上做起了文章。

去年闹得沸沸扬扬的大众新速腾“断轴门”事件就折射出跨国汽车品牌在中国市场低配减配乱象。据了解,此批新速腾车在引进时进行了技术减配,采用了少数轿车才会使用的非独立悬架。而非独立悬架一般是应用在比较便宜的汽车上,轿车一般很少使用。大众新速腾每辆车“加金属衬板”的物料成本不到 100 元,而非独立悬架更换为独立悬架的物料成本为 3000 元左右。粗略计算,如果所有 56 万辆今年需要召回的速腾都更换为独立悬架,物料成本约 20 亿元,而大众去年在中国市场销售 368 万辆汽车的利润高达数百亿元。

事实上,这种情况不但在德系,在日系、美系、韩系等诸多洋品牌轿车中均有发生。此前有媒体报道,日产阳光风版车型全系标配车身稳定系统,中国版车型却基本不配,美国版 6 个气囊在中国版上却变成了 2 个。本田科罗拉、凯美瑞等中国版中低端车型均减配了车身稳定系统和气囊。除此以外,很多洋品牌在美国版上标配的胎压监测、倒车影像等安全配置,也在中国版

车型上消失。在中国汽车市场,往往是二三十万元级别以上的高配车型,才有这些配置。为了“忽悠”中国消费者,一些跨国车企反复宣传这是高级配置,让消费者觉得似乎是高端、很昂贵的技术。2014 年,洋品牌轿车在中国市场占有率达 77%,中国市场成为很多跨国车企的最大利润来源。

一般来讲,厂家更换配置的原因有三种:恶性价格战导致厂商被迫减配压缩成本;随着国内技术的日趋成熟,国产配件取代了进口配件,生产成本与使用成本都会下降;在实际使用过程中,一些配置并不适合中国路况,为了与整车更好地匹配从而更换配置。

业内专家认为,跨国汽车品牌在中国市场低配减配乱象折射出中国安全技术标准过低,“惯坏了”跨国车企。中国现行安全技术标准对车身稳定系统、头部气囊等主要安全配置没有明确要求,成为跨国车企最大的减配空间。目前大多数欧美国家都强制要求汽车安装 ESP 等车身稳定系统,以及头部气囊。但在国内,2012 年修改后实施的《机动车运行安全技术条件》对这些配置没有作出明确要求。如果中国也能像欧美一样实施车身电子稳定系统、头部气囊等强制标准,汽车制造商每辆车可能仅增加 2000 元的采购成本。

中国现行标准对汽车轮胎安全标准较低,使跨国车企有机可乘。如其品牌的一款 MPV 车型售价十几万元,轮胎速度级别最

高时速仅为 190 公里的 T 级。众所周知,T 级轮胎一般都是 3 万元的小面包车使用,其看似远高于国内高速公路时速 120 公里的最高限速,但如果夏天路面温度过高,这个级别的轮胎可能将面临爆胎的危险。而目前我国《机动车运行安全技术条件》仅要求“机动车所装轮胎的速度级别不应低于该车最大设计车速的要求”,不仅一些中低端车型使用 T 级轮胎,一些中高端品牌也悄无声息地将“马牌”“米其林”轮胎换成中低端品牌。

由于国内目前对儿童安全座椅固定装置无硬性规定,令跨国车企在安全带配置方面悄悄打折扣。《机动车运行安全技术条件》规定,应至少有一个坐椅配置符合规定的 ISOFIX 儿童座椅固定装置,或至少有一个后排坐椅能使用汽车安全带有效固定儿童坐椅。这条规定的后半句意味着,如果没有专门儿童座椅固定装置的汽车,但是只要能把它绑在车座上,在中国也能上路。另外,除国内标准涉及的汽车技术配置外,像车辆油箱等零部件目前仍然没有技术标准,也成为跨国汽车品牌在中国市场低配减配的一大空间。

据了解,2012 年现行国内相关技术标准出台前,跨国车企在中国一贯对一些安全配置采取低配甚至不配的态度,以至于目前的相关标准制定“迁就”了跨国车企的低配置。如今,随着消费者投诉越来越多,将安全技术标准相应提高已刻不容缓。