

如果新能源车没有了补贴……

新能源汽车的未来市场无疑是巨大的,这一市场的主角却不是短期补贴,而是实实在在的产品和技术,只看重当下补贴而忽视了长远规划,其实是“捡了芝麻丢了西瓜”。

□舒年

据央广中国之声报道,最近河北沧州的新能源汽车车主遇上了烦心事,自己未能领到新能源车的补贴款。当地财政部门有关负责人称,补贴款的专项资金出现了6个亿的缺口。而沧州市财政局则是一脸无奈,虽然拿到了省财政厅下拨的5亿多元大气污染防治资金,但抱着5亿元巨款却难以合理分配。因为这笔钱不光要用于补贴新能源车,资金还得用于锅炉改造、节约煤炭和排除污染源,尚不知如何分配。作为京津冀区域的工业重镇,沧州的治污压力一点都不小,污染源也不只是汽车尾气。根据沧州市财政局的数据显示,2014年底该市共推广新能源汽车80辆,到2015年底时,全市新能源车共推广3370辆,补贴资金有限,当年只有421辆车主拿到补贴款。

对于新能源车的购买者来说,补贴多寡事关购车意愿,尤其是很多人甚至就是冲着补贴来买车。但是,在可以预见的未来,新能源车的补贴会越来越少,毕竟,车多了,如果还维持旧有补贴标准,不仅补贴资金不足,也会让企业产生惰性。

在“中国电动汽车百人会论坛2016”上,工业和信息化部副部长辛国斌就表示,截至去年底,我国新能源汽车累计产销近50万辆,成为全球最大的新能源汽车市场,但与此同时,过度依赖政府及政策拉动等问题也逐渐显露。

而在去年,财政部等四部委已经联合发文,明确除燃料电池汽车外,其他新能源车型2017年至2018年补助标准在2016年基础上下降20%,2019年至2020年补助标准在2016年基础上下降40%。

新能源车补贴下降的趋势显而易见。

一般情况下,消费者冲着补贴来买新能源车,但是市场上新能源车卖得越多,补贴也就相应越来越少,最终,一个不可避免的拐点总会到来:新能源车的补贴数额,降低到不足以促使消费者购车的额度。

换言之,新能源车企不可回避的一个问题是,如果这样的补贴拐点到了,消费者

凭什么来购买自己的汽车呢?

长期以来,政策拉动是我国推广新能源汽车的重要发展优势。2015年,全国新能源汽车产量和销量同比分别增长3.3倍和3.4倍。而上汽的数据显示,2015年其新能源汽车市场的四分之三,是实行限购限行的城市。有补贴、不限购、不限行,是消费者购买新能源汽车的三大原因。

因此,对于新能源汽车产业而言,政策拉动正在成为一把双刃剑。在行业萌芽期,政策拉动的确对新能源汽车行业的发展起到不可忽视的推动作用,但是,如今作为全球最大的新能源汽车产销国,长期补贴容易让汽车企业对政策扶持产生依赖性,产品也会紧跟补贴导向,以至于为了获取更多补贴而盲目扩张产能,疏于提升新能源技术的研发能力。例如,当前续航里程和充电时间短板一直没有较好解决。而在这背后,则是从整车集成、轻量化设计、电控系统在内的系列未能妥善解决问题。

当下,一些知名海外车企,正在加速自己的新能源汽车研发步伐,与国内车企“重生产品、轻研发”不同,海外车企凭借自身的资金和人才,正在积累相关领域的技术优势,并不急于将现有的“半成品”铺开生产,有的甚至已经研究如何融合无人驾驶与新能源技术。一旦这样的技术优势积累到一定程度,足以



东方IC 供图

量产产出成熟车型,加之补贴拐点临近,看似用各种“半成品”占领了市场的国内车企,又该如何招架?

新能源汽车的未来市场无疑是巨大

的,这一市场的主角却不是短期补贴,而是实实在在的产品和技术,只看重当下补贴而忽视了长远规划,其实是“捡了芝麻丢了西瓜”。

上市汽车经销商收入结构变化明显

新车销售收入占比逐年降低

本报讯 近日,中国汽车流通协会发布的《部分上市汽车经销商集团2015年度报告分析》(以下简称“报告”)显示,2015年上市汽车经销商集团依然处于转型升级的进程中,虽然部分企业经营指标出现下滑,但在探索新模式、开展新业务等方面呈现诸多亮点。此外,市场环境的变化使得企业的经营理念由“卖产品”转向“卖服务”,由“重销售、轻服务”变为“重销售更重服务”。经营理念的转变使企业的收入结构不断优化。

报告显示,2015年,统计范围内的上市汽车经销商集团共销售新车194万辆,比上年增长2.05%。其中,美东汽车、新丰泰汽车、宝信汽车与中升汽车增长率均超过15%,亚夏汽车、庞大汽车与国机汽车分别下降1.17%、3.87%与28.87%。

然而,由于市场需求不旺及企业库存高企,新车销量的增长并未带来新车销售收入的明显增加。报告期内15家企业共实现汽车销售收入3892亿元,较上年下降6.64%。其中,除美东汽车、广汇汽车、中升汽车、永达汽车保持增长外,其余企业均出现不同程度下滑或与上年基本持平。

另外,随着汽车后市场相关业务的开展与深入,企业收入结构发生变化,新车销售收入占比逐年降低。2015年,15家上市汽车经销商集团新车销售收入占比与去年相比平均下

降1.25个百分点。

作为汽车售后服务市场的重要组成部分,汽车金融业务已成为汽车经销商的一项重要收入和利润来源。2015年,统计范围内12家汽车经销商集团共实现汽车金融业务收入60亿元,比上年同期增长3.31%,其中亚夏汽车、永达汽车、广汇汽车、中升汽车与和谐汽车增长较快,均超过20%。

分析认为,与成熟汽车市场相比,目前我国汽车金融市场渗透率严重偏低。随着市场政策环境的完善与消费者消费观念的转变,未来汽车金融市场的潜力将会得到释放,汽车金融将成为汽车市场发展的重要动力之一。

二手车方面,随着二手车市场政策环境的改善,二手车业务将成为汽车经销商的主营业务之一,在为汽车经销商带来稳定利润来源的同时,还将对新车销售及相关增值业务起到助推作用。因此,越来越多的汽车经销商集团将二手车业务列入了战略发展重点,期望二手车业务成为其新的利润增长点。

在国家出台的政策引领与政府部门大力倡导下,近年来我国新能源汽车市场取得了高速发展,目前已成为我国汽车市场不可或缺的重要组成。广阔的市场前景也吸引了众多汽车经销商集团布局新能源汽车相关业务。(卓君)

数读车市

423辆 临汾将建全球首个纯电动公交城市

山西省临汾市近日发布消息称,将于8月底全面实现公交电动化。届时,临汾公交28条线路的439辆传统车辆将全部替换为423辆纯电动公交车,城区将彻底告别传统燃油、燃气车,成为全球首个全面实现纯电动公交的城市。

近年来,临汾优先发展绿色公交,2015年,临汾市与沃特玛新能源汽车产业创新联盟合作,首批引入32辆纯电动公交车投入试运营。鉴于前期这批纯电动公交车稳定的性能表现和良好的运营效果,2016年3月,临汾公交公司第二批191辆纯电动公交车投入运营。

目前临汾市共上线运营纯电动公交车223辆,替换传统公交车路线14条,车辆安全运行时间最长超过8个月,单车安全运行超过5万公里,经历冬季零下9摄氏度、夏季35摄氏度考验,出勤率超过95%,稳定可靠的品质表现为市民提供了安全保障。

44.5% 一季度上海海关区汽车出口量同比大幅减少

据上海口岸海关部门统计,今年一季度,上海海关区共出口汽车2.1万辆,比去年同期(下同)减少44.5%,价值27.6亿元人民币,下降33%。

具体来看,民营企业出口占主导,外商投资企业出口明显减少。今年一季度,民营企业通过上海海关区出口汽车1.1万辆,减少49.4%,占同期区汽车出口总量的50.8%。同期,国有企业出口8429辆,减少21.6%,占39.3%;外商投资企业出口2119辆,减少66.6%,占9.9%。

另外,对最大市场非洲出口骤减,对智利和东盟出口实现增加。今年一季度,上海海关区对最大市场非洲出口汽车2898辆,大幅减少82.9%,占区汽车出口总量的比重由去年同期的43.9%锐减至13.5%;其中,对阿尔及利亚出口量由去年同期的1.1万辆骤减至49辆。同期,对秘鲁和哥伦比亚等南美国家分别出口1380辆和549辆,分别减少21.8%和45.6%。

49.9% 英菲尼迪4月在华销量极速下跌

相关数据显示,英菲尼迪(含进口车和国产车)4月在华销量为1700辆,同比下跌49.9%,环比下跌55.4%。其中,国产车型销量仅为583辆,同比下跌76.9%,环比下跌73.7%。

而在2015年,英菲尼迪在华销量达40188辆,同比增长33.8%,高于整体市场增长率6倍。在这种情况下,其在4月份意外遭遇到了断崖式下跌。而在5月4日,因传感器故障,日产中国向国家质检总局备案了召回计划:自2016年9月20日起,召回国产及进口共计57648辆英菲尼迪汽车。

有业内人士分析认为,导致英菲尼迪4月销量大幅下跌的直接原因是,厂家在得知车辆存在潜在安全隐患后,决定减少车辆的生产和交付。(王群根据媒体报道编辑整理)

杭州:“熊猫”新能源汽车投入运行 可分时租赁

近日,涂有“熊猫”头像的新能源汽车智能出行平台“盼达用车”在杭州市西湖区投入运行,为杭州市民提供了一种全新的绿色出行方式。

据介绍,“盼达用车”所使用的是一款纯电动新能源汽车,具有无尾气、低噪音、节能环保等特点,续航能力达到160公里,可满足在城

市一天行驶的里程。“盼达用车”在杭州目前可以实现分时租赁,由于其是新能源汽车,在杭州不受到限行、限号等交通限制。视觉中国 供图

自主品牌汽车遭遇“成长烦恼”

□ 李永鈞

2015年,中国汽车品牌终于结束了市场份额连续下降的尴尬。

进入2016年后继续乘胜追击,1~4月同比增长10.5%。然而,中国自主品牌是否真的已经实现蜕变,成为与外资品牌相抗衡的平等力量?答案显然是否定的,中国品牌汽车正遭遇“成长中的烦恼”。

喜忧参半

从今年前4个月情况看,自主品牌汽车可谓喜忧参半。数据显示,4月,中国品牌乘用车销售环比下降16.15%,同比增长8.65%;1~4月销售同比增长10.51%。虽然今年4月份的销量形势不容乐观,呈现出大幅度下降的趋势,但总体上讲,销量还是在往上走的。1~4月份总销量超过10%的增长,说明国内消费者正在逐渐接受自主品牌,另外也表明了自主品牌在研发和品牌突破方面已经开始收到市场的反馈。

今年以来,自主品牌乘用车“一边是SUV、MPV的高歌猛进,一边是轿车的节节败退”。从轿车市场来看,只有吉利汽车的帝豪进入了4月份和1~4月份的轿车销量排名TOP10。在轿

车细分市场,自主品牌可谓颜面尽失。

1~4月,自主品牌SUV销量同比增长53.1%,市场份额提高了2.6个百分点,在SUV市场中占比57.9%。此外,自主品牌MPV也表现不俗,同比增长15.8%,市场份额高达91.6%。不过,在轿车市场整体微幅的背景下,自主品牌轿车也出现了大幅下滑,同比下降19.6%,市场份额下降2.9个百分点至19.6%。从数据上来看,自主品牌与乘用车市场的整体趋势基本保持一致,且在不同车型市场上演了“冰火两重天”。在SUV市场与MPV市场的增幅及市场份额均跑赢大势的同时,自主品牌轿车销量的下滑幅度也远高于整体轿车市场,轿车市场的失利在相当程度上拉低了自主品牌乘用车的增速。

如果再比较两个市场背景,就更加能够看清楚中国汽车品牌所面临的真实竞争状态。自主品牌之所以能够在SUV市场上披荆斩棘,主要原因是前年SUV市场的高速增长。另外,新产品上市周期过短也让自主品牌得益匪浅,而自主品牌在轿车市场份额下降,则是在整体轿车市场持续下滑的背景下的结果。

危机渐近

随着SUV市场爆发,自主品牌迎来前所未有的销量大跃进。如今,在销量规模和市场份额上已经与合资品牌并驾齐驱。但是,随着井喷的持续,危机也在暗露端倪。

首先,自主品牌SUV单一维度的市场扩张已接近极限,长期以来,自主品牌的生存空间主要是在次中端和低端两个档次市场。到目前为止,自主品牌的井喷式增长几乎完全来自前一个维度的扩张。也就是说,自主品牌的井喷式增长几乎完全来自于前一个维度的扩张。也就是说,自主品牌的大跃进单纯依赖次中端和低端两个档次的市场份额增长。但这是一种无法持续的增长模式,自主品牌在车型竞争力上还没有足够的能力冲击中端以上档次市场。

其次,现有市场的竞争环境正在快速恶化,狼多肉少,是造成现有市场竞争环境快速恶化的原因之一。进入“十三五”之后,汽车产业进入重大的转型升级期,将面对更加严格的能力、环境、交通的约束,自主品牌也将面临更大的竞争压力。

再次,合资品牌正向次中端市场加速实施产品下沉。截至去年年底,次中端市场的合资车型已达13款。合资品牌的大量入侵,进一步压缩了自主品牌的市场空间,让原本恶劣的竞争环境雪上加霜,改变自主品牌目前状况已刻不容缓。

优步将开展无人驾驶汽车路试

据新华社电 (记者马丹)美国打车软件服务运营商优步公司19日说,今后几周内,它将开始在美国东部宾夕法尼亚州匹兹堡市的街头测试无人驾驶汽车。

据优步官方博客说,投入测试的是一辆经过改造的福特Fusion混合动力轿车,车上装备了各种传感设备,包括雷达、激光扫描仪和高清摄像头,以勘察周围环境的详细情况。车辆将以无人驾驶模式进行测试,但载有一名监控司机。

优步说,它的无人驾驶汽车研发还处在早期阶段,每一次测试都会带来提高。目前重点是完善无人驾驶技术,确保这一技术对包括行人、骑车人和其他司机在内的路上每一个人来说都是安全的。

优步表示,匹兹堡具有理想的环境,可供其在各类道路、交通和天气情况下测试无人驾驶技术。优步已把无人驾驶汽车测试事宜向匹兹堡当地政府和执法部门报备,得到市长等地方领导人的支持。

匹兹堡是优步先进技术中心所在地。该中心是根据去年2月优步与卡内基-梅隆大学宣布的战略合作计划建立的,旨在利用高校顶尖的科研力量,重点研发地图绘制、车辆安全及自动驾驶技术。优步不惜重金从这所大学挖来了大批科学家和研究人员,以充实它的先进技术中心。

优步说,未来无人驾驶技术有助缓解交通拥堵,减少交通事故,让人们出行更便利、更省钱。对这家以移动应用为平台连接司机与乘客,提供叫车服务的公司来说,最终目标是发展无人驾驶出租车,即用无人驾驶汽车取代优步司机和他们的汽车,以降低叫车服务成本。

深圳机场老航站楼

变身汽车商业综合体



近日,由停用两年多的深圳机场老航站楼而变身的汽车商业综合体“深圳国际车窗”新业态发布会举行。

据悉,深圳国际车窗项目以原深圳机场老航站楼为主体改造,总体规划面积约为32万平方米,其中室内面积15.8万平方米,外场面积16万平方米。项目主要以国际国内高端汽车品牌的展示和体验、新车测试、品牌试乘试驾、交通公益体验、汽车文化互动等动态体验为主,未来还将打造成为全国乃至亚洲最大的整车销售、车文化展示、车生活体验聚集区;营造365天永不落幕的车展、娱乐演艺、汽车文化艺术路演季,将汽车文化融入生活,开启全新的汽车生活方式。

东方IC 供图

报告称一季度SUV投诉销量比低于2015年整体均值

本报讯 根据缺陷汽车产品信息收集平台车质网发布的报告显示,2016年一季度国内SUV(除进口)销量达193万余辆,同期投诉数据显示,SUV的投诉量仅次于紧凑型车达3237宗。

通过采用“投诉销量比”评价体系,车质网对一季度SUV的投诉销量比进行了分析,有销量数据支撑的120款SUV的投诉销量比均值为万分之十五点七,低于2015年全部车型整体均值。

据统计,一季度共有84款车型投诉销量比低于同期SUV平均值,其中32款车型销量高于1.61万辆(一季度SUV销量均值)。

另外,2016年第一季度投诉销量比低于平均值的32款热销车型中,以国别来划分,自主品牌有11款,日系有7款,韩系有5款,德系有4款,美系有4款,法系有1款。其中,自主品牌表现最为突出,占比超过上榜车型的34.4%。

(卓君)

通过采用“投诉销量比”评价体系,车质网对一季度SUV的投诉销量比进行了分析,有销量数据支撑的120款SUV的投诉销量比均值为万分之十五点七,低于2015年全部车型整体均值。

据统计,一季度共有84款车型投诉销量比低于同期SUV平均值,其中32款车型销量高于1.61万辆(一季度SUV销量均值)。

另外,2016年第一季度投诉销量比低于平均值的32款热销车型中,以国别来划分,自主品牌有11款,日系有7款,韩系有5款,德系有4款,美系有4款,法系有1款。其中,自主品牌表现最为突出,占比超过上榜车型的34.4%。

(卓君)

通过采用“投诉销量比”评价体系,车质网对一季度SUV的投诉销量比进行了分析,有销量数据支撑的120款SUV的投诉销量比均值为万分之十五点七,低于2015年全部车型整体均值。

据统计,一季度共有84款车型投诉销量比低于同期SUV平均值,其中32款车型销量高于1.61万辆(一季度SUV销量均值)。

另外,2016年第一季度投诉销量比低于平均值的32款热销车型中,以国别来划分,自主品牌有11款,日系有7款,韩系有5款,德系有4款,美系有4款,法系有1款。其中,自主品牌表现最为突出,占比超过上榜车型的34.4%。

(卓君)

通过采用“投诉销量比”评价体系,车质网对一季度SUV的投诉销量比进行了分析,有销量数据支撑的120款SUV的投诉销量比均值为万分之十五点七,低于2015年全部车型整体均值。

据统计,一季度共有84款车型投诉销量比低于同期SUV平均值,其中32款车型销量高于1.61万辆(一季度SUV销量均值)。

另外,2016年第一季度投诉销量比低于平均值的32款热销车型中,以国别来划分,自主品牌有1