

中国证券报记者实地探访：

新能源汽车下乡如何惠及老乡

本报记者 崔小粟

“刚拿到数据，上个月洛阳新能源汽车的市区和县乡销售比为5:5，11月份变成了4:6，县乡市场潜力大。”11月25日，河南洛阳某上汽通用五菱4S店市场总监岳磊向中国证劵报记者表示。自7月以来，新能源汽车下乡如火如荼开展，汽车企业则拿出了自己的“看家”车型参与。占据市场“半壁江山”的低端新能源汽车销售火爆，直接带动下半年全国新能源汽车销量腾飞。

销售火爆

带着新能源汽车下乡活动能否惠及村镇居民，“老乡”们喜欢什么样的新能源汽车这些问题，中国证劵报记者近日走访了河南洛阳的新能源汽车下乡情况。

在洛阳市宜阳县一条繁华的街道上，董明（化名）从2015年起在这里经营起一家“新能源汽车超市”，店中的大展厅摆放着长城欧拉、北汽新能源、奇瑞、零跑、云度等多个新能源汽车品牌车型。

董明告诉中国证劵报记者，早年间河南本土低速电动车品牌销售火爆，当地县乡消费者对纯电动车型的接受程度要高于其他省份。“去年车贵，普遍要卖到7万多元。”董明说，今年出台新能源汽车下乡政策后，所有品牌都在降价，平均每款车降价在1.4万元左右。“下半年以来，车越来越好卖，11月份估计卖38辆没啥问题。”

随着一二线城市新能源汽车保有量的提升，市场逐渐向三四线城市拓展。广大乡镇地区潜在消费市场空间大，而新能源汽车下乡政策成为其中的重要驱动力。

7月15日，工信部、农业农村部、商务部联合下发《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》，新能源汽车下乡活动如火如荼展开。上汽通用五菱、北汽新能源、长城欧拉、比亚迪等企业则拿出了自己的“看家”车型参与其中。截至目前，共公布了三批新能源汽车下乡名单，24家车企61款车型参与新能源汽车下乡活动。

北汽新能源青岛事业部副总经理刘磊告诉中国证劵报记者，与2008年的汽车下乡不同，本轮新能源汽车下乡更多体现了政府“搭台”、车企“唱戏”的特点。县乡消费者对新能源汽车有了更多认识，而参加活动的企业主动提供让利和多种优惠，配合地方政府的支持政策。

“2008年汽车下乡活动首次推广时，我刚开始卖车，当时补贴发票价的10%，5000元补贴封顶，对卖车的帮助特别大。”洛阳市偃师市某上汽通用五菱4S店销售主管田晓辉向中国证劵报记者表示，“不少客户买车时会问起新能源汽车下乡的补贴情况，其实本次活动的优惠主要来自企业让利。”

11月18日的国务院常务会议明确要求，鼓励各地增加号牌指标投放。开展新一轮汽车下乡和以旧换新，鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车，对居民淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车给予补贴。

乘联会秘书长崔东树指出，近期汽车消费市场快速复苏，扩大汽车消费的有关措施有望稳固这一势头。新能源汽车下乡活动对刺激汽车消费有拉动作用。

渠道下沉

岳磊介绍，上汽通用五菱在洛阳共有13家店，其中只有5家是在市内，其他渠道都铺在县里。“县里的客户主要是医生、教师、企事业单位职工和个体户。大部分是家庭购买第二辆车用于接送孩子，几乎没有村里人来买车。”

“村里人基本不会拿出3万多元买一辆新能源车。”董明说。“在我的老家，有的人观念还没有扭转过来，一直把老年代步车定义为新能源车，认为汽车就必须得烧油。”

刘磊认为，新能源汽车下乡并不是“一步下到底”。新能源汽车下乡的最终目的是乡镇，但打通最后一公里的过程需要循序渐进。从一线限购城市逐步渗透到二三线城市、四五线县城，实际上也是渠道下沉的过程。

“孩子在县里上小学，每个星期开车16公里去接一次。原来开的是低速电动车，现在县里查得严，有驾照也不中。”家住洛阳市伊川县高山新村的陈大姐刚买了一辆欧拉白猫。“这车五六万元，本身咱经济条件也负担得起，燃油车最低也得五六万。俺大姐家在县城，俺哥哥弟弟都在郑州，开车一趟都能去。”陈大姐告诉中国证劵报记者。

董明敏锐地察觉到像陈大姐这样的县乡市场置换增量。



洛阳市某上汽通用五菱4S店

“今年以来，不少老年代步车车主换车，一般都是30多岁有驾照的年轻人。四五年前买车时，当时的经济实力只允许他们买两三千元的低速电动车，现在置换出去，再买7万元以下的新能源车。县里不会有人买超过7万元的新能源车。”

“非合规车辆在80万辆以上，这是未来A00级纯电动车的主要市场。”刘磊说。

不过，相比低速电动车，新能源汽车在县城普及并非易事。“前几天，一位年轻人来店咨询新能源汽车，听到这些车都必须挂牌就没兴趣。尽管他本人有驾照，仍说‘挂牌费事，还是买低速电动车方便’，这种观念在县城很有代表性。”董明说。

田晓辉说，县城消费者买车容易跟风。29岁的吴冰（化名）在抖音上发布一条关于自己新购入五菱宏光mini EV的短视频，点赞数高达8200个。

“很多人私信问我购车详情，这一条短视频上个月就给我们县的五菱宏光门店带来10多辆车的销量。”吴冰告诉中国证劵报记者。

中国证劵报记者在洛阳走访期间发现，购买新能源汽车的消费者的充电环境要优于城市居民，有露天的、搭棚的，形式多样，基本上都能满足充电需求。刘磊说，这是带动县乡居民购买新能源汽车的重要驱动因素。

如何“下乡”

此次新能源汽车下乡活动，政府尽量减少直接介入，通过政策引导以更趋市场化的方式提升汽车市场消费，因此各大车企在其中的推动作用相比之前要显著许多。“厂家把价格拉到最低，都拿出有竞争力的产品来打下乡市场。”刘磊说。

中国汽车工业协会副总工程师许海东介绍，在四川成都，长安、北汽、长城欧拉、野马、奇瑞、吉利枫叶、比亚迪、上汽通用五菱等14家企业的40多款车型参加新能源汽车下乡活动，期间多款车优惠幅度超1万元。

从目前情况看，在此次新能源汽车下乡活动中，五菱宏光mini EV、长城欧拉黑猫以及奇瑞EQ1等车型最为畅销。根据上汽通用五菱的数据，8—10月五菱宏光mini EV销量5.3万辆，在新能源汽车销量排行榜上将特斯拉拉下神坛。

占据市场“半壁江山”的A00级新能源车销售火爆，直接带动了下半年全国新能源汽车销量大涨。自2020年7月起，中国新能源汽车销量持续回暖。中汽协数据显示，10月新能源汽车销量大幅度增长，本年度第4次刷新当月历史纪录，同时累计销量降幅明显收窄。10月，新能源汽车销量16万辆，同比大增104.5%。

许海东表示，今年以来，新能源汽车厂商的市场策略演化出两条路径，一条是像特斯拉、比亚迪汉、蔚来、小鹏、北汽新能源arcfox、东风岚图等品牌的高端化路径；另外一条是以五菱宏光mini EV为代表的品牌，不依赖补贴转向低端市场铺开销量。随着新能源汽车下乡活动的推进，低价位车辆销量明显上升。

10月30日，在新能源汽车下乡四川站启动仪式上，工信部装备一司副司长陈克龙透露，经初步统计，下乡三个月以来由新能源汽车下乡活动贡献的销量已超7万辆，对整体市场拉动作用明显。

不过，本次新能源汽车下乡活动的优惠对象并没有局限于农村户口的消费群体。多家车企相关负责人向中国证劵报记者透露，一些下乡车型销量可观，但究竟是否真的“下乡”并不明确。

刘磊呼吁，汽车下乡的标准方面应该进行细化，包括具体什么样的产品等，“希望更规范，让这个概念更加深入人心。”

制图/韩景丰

瞄准中高端市场

自主品牌扎堆布局智能汽车领域

□本报记者 崔小粟

近日上汽集团宣布，代号为“L”的“一号项目”落地。该项目名为“智己汽车”，是由上汽集团、浦东新区和阿里巴巴集团三方联合打造的汽车科创公司。

业内人士指出，面对当前个性化、智能化、高端化的市场需求，冲击中高端市场成为自主品牌“品牌向上”的必由之路。

宽度和深度的全新突破

11月26日晚，上汽集团发布公告称，拟与张江高科、恒旭资本共同出资设立上海元界智能科技股权投资基金合伙企业（有限合伙），认缴出资总额为人民币72亿元。其中，公司认缴出资53.99亿元，张江高科认缴出资18亿元，恒旭资本认缴出资0.01亿元，专项投资于高端智能纯电汽车项目。

根据规划，智己汽车定位为全新的用户型汽车科创公司，致力于成为“智能时代出行变革的实现者”。公司将重新定义商业价值模式，以用户数据驱动价值创造。

据了解，智己汽车将重构传统汽车行业的生产模式和营销模式，专注于产品和技术创新，打造全新的电子电器架构，从底层打通整车与驾乘体验高度相关的ECU控制器，将客户场景和汽车感知融合，鼓励用户进行高度自定义，实现汽车智能化宽度和深度的全新突破。

智己汽车成为上汽转型发展的“新载体”。上汽集团方面表示，新公司将打破原有汽车企业重资产运营的传统模式，更加专注于技术创新和应用，通过整合利用上汽及其他伙伴在研发、制造、营销等领域的优势资源，打造全新的运营模式。新公司将彻底颠覆汽车公司与用户间商品交易的传统关系，通过人工智能、大数据让用户成为汽车价值链的核心驱动，打破用户与企业的边界，实

现用户与企业的“共创、共生、共享”，开创用户价值企业新时代。如果这一全新的商业形态获得成功，将以点带面，从局部到整体推动整个上汽的转型升级。

在产品端，新公司将推出多款高端豪华电动智能汽车，围绕用户出行新需求，在沉浸式自动驾驶、全新人车交互、内容分享等方面打造极致体验；在服务端，将围绕造车、购车、用车、车生活等全生命周期各环节，为用户提供个性化定制、贴心便捷的高品质服务。智己汽车将充分运用自身强大的软件能力，实现产品的快速迭代和服务的持续进化。

自主品牌向高端化发展

越来越多的车企开始选择以独立高端品牌加入这场激战。近日，长安汽车宣布与华为、宁德时代合作打造的高端智能汽车品牌，并希望借助该品牌与UNI序列共同实现企业的“双高端”目标。东风汽车集团有限公司已推出高端品牌岚图，旗下首款中大型高端智能电动SUV将在今年12月举行全球首发。

业内人士指出，当前个性化、智能化、高端化成为汽车市场发展方向，而自主品牌“品牌向上”必须瞄准中高端市场。

事实上，早在十年前，已经有自主品牌向高端化之路发起冲击，但收效甚微。

2017年，长城WEY和吉利领克几乎同时推出自己的首款车型，并且价格都突破了15万元。而重塑后的红旗品牌一路突飞猛进，超过沃尔沃一跃成为豪华品牌销量排行榜第五名。

在业内人士看来，当自主品牌车企发展进入一定规模后，模块化和平台化架构成为提升汽车产品升级效率的重要手段，自主品牌逐渐告别了低质、低价的发展阶段，消费者也日益成熟。随着规模增大和市场占有率提升以及电动化到来，自主品牌可以依托智能网联和新能源技术再次向高端化发起冲击。

政策市场齐发力

新能源商用车驶上快车道

□本报记者 宋维东

近期，吉利等车企加大力度布局新能源商用车领域，抓住政策和市场机遇，抢占优质赛道。

业内人士表示，政策支持大力发展新能源汽车产业，新能源汽车产业处在发展的重要阶段，新能源商用车迎来发展关键时机。

车企加码布局

受汽车产业“新四化”趋势及新能源商用车市场蓬勃发展等因素影响，各大车企在新能源商用车领域不断加大布局力度，抢抓市场机遇。

近日，吉利与宜宾市政府签署战略合作协议，共同推进高端轻型新能源商用车生产基地项目。这是双方在整车制造领域的全新合作，将有力推动宜宾加速打造西部重要的汽车产业基地。

在今年“双11”之际，江淮汽车向韵达速递支付首批100台新能源商用车帅铃i5。江淮汽车相关负责人表示，公司在北京已有近1万辆新能源乘用车和近千辆新能源商用车投入市场终端运营。江淮新能源商用车通过迭代研发和平台移植，现已建立帅铃i3、i5、i6三大产品平台，覆盖微卡、轻卡、皮卡、轻客、环卫等系列车型，为邮政、快递、电商等细分市场用车场景，提供全生命周期的解决方案。本次与韵达速递携手，为共同深度参与绿色智慧物流的发展构建了全新生态，重新定义了新能源物流车的需求方案。

此前，一汽解放南方新能源车基地项目在广东省佛山市开工建设。一汽解放副总经理孔德军表示，南方新能源车基地项目是一汽解放在新能源汽车领域的重点布局，是贯彻和落实国家新能源产业振兴和发展战略的重要举措，是迎接未来新能源商用车产业爆发式增长的关键战役。

作为我国重卡行业的龙头企业和第一国产商用车品牌，一汽解放高度重视在新能源车领域的发展。在此前举行的一汽解放2020年生态合作伙伴大会上，中国一汽总经理助理、一汽解放董事、党委书记胡汉杰表示，公司需要建立自身优势，充分利用智能网联、新能源等新技术，利用互联网、共享等新模式，联合能源、ETC、金融、保险等新伙伴，形成中国智慧物流的新方案。未来，公司将坚持电动化和低碳化理念，秉承平台化、模块化、通用化、标准化、系列化原则，聚焦动力电池、电驱动系统、整车控制器，研发灵活的多平台车用架构技术、系统集成技术、能量管理技术等关键核心技术，打造清洁高效的纯电动、混合动力、氢燃料电池车辆产品组合。

政策支持力度大

今年以来，汽车产业发展和消费等支持政策频出。特别是对新能源汽车产业的支持力度不断加大。

《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》中提到，要加快新能源汽车在分时租赁、城市公交、出租汽车、场地用车等领域的应用，优化公共服务领域新能源汽车使

用环境。推动新能源汽车在城市配送、港口作业等领域应用，为新能源货车通行提供便利。

规划明确，力争经过15年的持续努力，我国新能源汽车核心技术达到国际先进水平，质量品牌具备较强国际竞争力。纯电动汽车成为新销售车辆的主流，公共领域用车全面电动化，燃料电池汽车实现商业化应用，高度自动驾驶汽车实现规模化应用，充换电服务网络便捷高效，氢燃料供给体系建设稳步推进，有效促进节能减排水平和社会运行效率的提升。

11月27日，在国新办举行的例行吹风会上，相关负责人表示，相关部门联合启动推动公共领域车辆电动化专项行动，进一步加大在公交、出租、物流配送等领域新能源汽车的推广力度。下一步，将深入实施公共领域车辆电动化行动计划，启动全面电动化试点城市的申报，研究奖补支持政策，以公共领域电动化有效带动私人消费。

多地相继出台了新能源商用车扶持政策。《2020年北京市新能源轻型货车运营激励方案》规定，对符合发放标准的新能源物流车最高激励资金可达7万元；对一次性报废或转出的汽柴油货车并更新为新能源货车20辆（含）以上的企业，在资金激励基础上，叠加给予城区货运通行证奖励。北京市出台该激励方案，旨在促进淘汰或转出北京市汽柴油货车并更新为新能源轻型货车，降低轻型货车的燃油消耗和污染物排放。

在新能源汽车应用方面有诸多成功实践的山西省明确，全省11个设区市2020年年底前实现建成区燃油公交车全淘汰、基本更新为新能源汽车的目标。

近年来，长沙市大力推广新能源货运配送车辆，完成了城市绿色货运配送示范工程创建各项工作任务，加速进入绿色货运配送新时代。长沙市目前建成区纯电动城市配送车达4251辆。

市场走强

相关市场人士表示，新能源汽车代表了行业未来发展方向，在节能减排工作的推动下，新能源商用车发挥着不可替代的作用。今年以来，新能源商用车市场回暖效应持续显现。在政策逐步稳定且支持力度加大、市场需求不断增多的背景下，新能源商用车逐步被市场认可。

以新能源客车为例，近年来，城市公交车替代柴油车的需求持续大增，为具有零排放、适合中低速特点的客车带来了巨大的市场机会。

“2020年新能源车逐步脱离补贴独立发展。疫情影响只是暂时的，随着蓝天保卫战的持续推进，新能源公交车优势凸显，大中型客车是新能源城市交通的核心。”乘联会秘书长崔东树说，“随着地方补贴新能源公交的政策进一步强化，城市公交仍是新能源客车主力市场。”

此外，我国城市快递物流行业近年来快速发展，市内短途派送运力需求持续大增，为具有零排放、适合短途配送等特点的电动物流车带来了巨大的市场机会。崔东树表示，新能源专用车市场潜力大，并向中大型化发展。目前，中重卡类的新能源专用车占比较低。随着充电桩项目的加速建设，今后的市场空间更大。