

## 两种推广模式 三段消费轨迹

# 新能源汽车商业化破茧

### 续航里程有待技术突破

2020年中国汽车市场汽车保有量将达到2亿,对环保、交通和能源的担忧日渐加剧;成飞集成进军锂电池上演的连番上涨大戏,充分打开了对新能源汽车电池的美好憧憬空间;工信部8月份牵头草拟了《新能源汽车产业发展规划》,未来十年中央财政投入1000亿元将使新能源汽车保有量达到500万辆。

在口号和旗帜交织的浮华喧嚣背后,中国证券报记者奔赴奇瑞、比亚迪、众泰等新能源汽车领军企业开展的草根调研发现,新能源汽车企业正在为新能源汽车的推广使用和销售苦苦探索和突围,比亚迪的电动汽车E6已作为出租车跑在深圳的大街上,奇瑞的纯电动汽车也以租代售行驶在合肥市区,众泰汽车向个人销售出了第一辆纯电动汽车。

出租车先行,抑或租代售,现在判定哪种模式更适合推广电动汽车为时尚早。奇瑞汽车主管新能源汽车的副总经理袁涛说,发展新能汽车不能只拿个旗帜喊一喊,还是要脚踏实地做,认真推进示范点。发展新能源汽车当然是烧钱了,但烧的是希望。”

而真要烧出希望,在商业模式中突围,还需要电池技术的逐步突破、汽车用户消费观念的转变、充电桩等配套设施的加快完善、电动汽车具体行业标准的制定及产业发展政策的进一步呵护等。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊认为,从前期的政府采购引导消费模式,到机构和集团购买推广新能源汽车,再到消费者真金白银购买,新能源汽车消费三段轨迹的实现需要一个时间,预计3到5年新能源汽车将会有所突破,到2020年500万辆新能源汽车销量的远期目标是可以实现的。

□本报记者 牛洪军 欧阳波



### 比亚迪以出租车市场破局

深圳益田路由南向北方向,一辆红白相间、兼有SUV和MPV跨界的出租车,轻盈地超过记者及前面的多辆轿车,其尾部标语异常醒目:这不是一部普通车,这是一部环保的宣言。”

那辆车不是我们刚试驾的E6电动车吗?”同车的同事高兴地说。9月9日上午,中国证券报记者在比亚迪总部有幸试乘试驾了比亚迪的E6纯电动车。E6介于运动车和轿车间,车身明显高于普通轿车,自身车重也较大,有2.35吨。打开车门,首先发现仪表盘上不见了油表盘,取而代之的是电表盘,点火,踩刹车,左脚点助刹,轻踩油门,一切与中高档轿车操作没有不同。但发动汽车后,听不到马达的轰鸣,车内静得让人有点不适应。踩油门后,百米加速仅用7秒的提速冲力,使记者有明显的推背感。

根据深圳市政府规划,拟在2012年前全市投放包括客车在内的新能源汽车总计2.4万辆,对应200个充电站。为此,拟在现有政策针对纯电动车中央补贴6万元的基础上,深圳地方政府再补贴6万元,累计补贴12万元。目前,深圳市政府已让有关公司填报补贴申请表进行调查摸底。

与比亚迪推广模式不同,奇瑞同时还采取了“以租代售”的模式。中国证券报记者实地探访了奇瑞设在合肥的新能源汽车4S店,面积并不大的4S店,现场不时有客户在体验奇瑞的纯电动汽车。

合肥盈丰汽车租赁有限公司副总经理陈国瑞告诉记者,目前公司旗下的奇瑞电动汽车原则上是每天90元钱起租,如果租的时间比较长,可以延长一些天数,或者保险上给予一些优惠。

电动汽车主要是哪些人在租呢?陈国瑞透露,租赁的用户现在比较多,个人和企业都有。个人方面比较有代表性的是白领,收入还比较不错,同时有比较强的环保意识,但是在买车或养车上有一些压力,或者还没有到需要买车的地步。还有部分是比较时尚的人,新鲜事物出来抢先体验一下。

奇瑞汽车副总经理袁涛认为,电动汽车主要是短距离、个人代步的交通工

具,在细分市场有一定的竞争力。他特别指出,千万不要认为电动汽车是要取代汽油汽车,两者是两个不同的细分市场,买电动车的人有自己的使用诉求。

电动汽车的经济实惠是显而易见的。陈国瑞算了一笔小账,目前奇瑞电动汽车百公里只要6元钱,维修保养都是由公司负责,相比之下,燃油汽车百公里的开销大概在50到60元之间,用户光油钱一个月下来能够省1到2千,一年下来可以省2万左右。

奇瑞汽车合肥福瑞源特许销售服务店总经理胡玉峰主要负责奇瑞新能源汽车在合肥的销售,他指出,现在使用电动车在大家看来还是一种吃螃蟹的行为,虽然关注度很高,但具体要买的话,客户还是有很多犹豫,特别是国家的一些相关配套设施还没有明确和建立起来,大家可能还有一些心理障碍,但是通过以租代售,可以让大家先体验这种车的性

### 奇瑞以租代售拓展客户

能和成本优势。

早在今年1月21日,众泰汽车就已经以“租赁试运营”的形式开始了100辆纯电动汽车的商业化试运营,租金为2500元/月。经过半年的试运营,众泰纯电动汽车节能经济、环保舒适的优势得到了市场的普遍肯定。7月26日,中国首台针对个人消费者的纯电动汽车在杭州售出,此次购买这台众泰5008EV纯电动汽车的消费者正是众泰的第一批租赁用户之一。

此次众泰售出的这台众泰5008EV附带有动力电池,10.8万元的价格是在享受国家6万元补贴及杭州市地方补贴之后,消费者实际支付的费用。

据透露,众泰汽车目前已经有3个平台8款纯电动汽车取得了整车生产目录,另有多款产品正在研发中。众泰汽车已形成了2万台纯电动汽车的产能,除了附带电池销售的产品之外,还将推出“裸车销售、电池租赁”的“换电模式”产品。

良好的节能效果还是让李广汉高兴不已:“电动车绝对能成功,传统车没可比性!”

据他分析,E6一天平均耗电在47度左右,按照目前白天工业电价人民币1.06元来计算,成本在50元左右,一个月的成本在1500元左右;而传统普通出租车的月成本在6000-7000元。因此,单独从运营方面看,电动车的成本优势非常明显。

目前E6的销售价格为29.98万元,而一般出租车的销售价格8万元左右,扣除政府补贴12万元以后,E6市场价格仍然达到17.98万元,比一般出租车高出9.98万元。但如果从节油性角度算,不用三年就将收回成本。

在充电便利性还没有得到解决的情况下,目标客户聚焦政府和集团客户是比亚迪的重要市场战略。负责E6项目的比亚迪公关部经理杜国忠表示,公司的最终目标是E6进入家庭轿车市场,今年年底将进入美国市场,目前是希望利用出租车市场打开局面。

中国证券报记者了解到,深圳、郑州、南昌等地政府,均有意在未来的出租车更新中,强制性配比一定比例的纯电动车,从而推动电动车的市场化。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊指出,电动汽车遇到的困难主要有四个:一是成本较高,二是配套设施问题,三是续航能力,四是蓄电池的寿命问题。

而电动车客户的反馈也显示,目前阻碍电动车健康发展的最大问题是电动车的续航里程过短。而这涉及到充电的便利性和电池能力密度两个因素。

据李广汉介绍,由于目前充电站较少,使用不便成为最大瓶颈,E6在运营中超过70公里的远途乘客不敢接送。

深圳鹏程电动车出租公司目前自建有两个充电站,各包括3个中充电桩、3个慢充电桩,总计12个充电桩,设备由比亚迪公司提供。按照目前的统计数据,中充时间为70分钟,慢充时间接近4个小时。根据规划,100台E6需36个充电桩(在无快充的情况下)。据介绍,虽然充电设备并不贵,中充设备在10万元以下,慢充设备更便宜,但建充电桩的土地成本高企却是出租车公司难以承受的。

充电站的建设将是影响未来纯电动汽车推广的主要因素,政府在这方面的投入与引导将是主要推动因素。如同电动车一样,充电站未来的建设仍然需要政府的扶持与补贴,政府机关、机场、酒店将来是发展的重点。目前,中海油、国家电网、南方电网、中石油、中石化都积极参与到充电站的建设与规划中,其中以前三者发展的积极性最高。目前深圳市政府已建有两个充电站,普天海油及南方电网便是投资主角。

与续航里程密切关联的另一个因素则是动力电池的容量问题,这是一个两难问题:如果为了增加航程,就需多加装电池,那么由于自身重量问题,将使耗电增加引致续航里程效用递减,使用成本和制造成本增加。不加装电池组,将很难达到续航要求。以比亚迪E6出租车为例,其车重达2.35吨,大大高于一般中级车的自重,出现这一现象的重要原因就是其动力电池重量就达0.9

### 商业化推广仍路漫漫

截至目前,电动汽车的销售情况并不理想,比亚迪和众泰汽车各自向私人销售出了一台纯电动汽车,政府采购的数量也并不乐观。

无论如何,电动车最终还是要像传统汽车那样进行商业化运作。”国家863计划新能源汽车重大项目监理专家组长王秉刚表示,为了推广电动车,让消费者接受电动车,目前进行了各种方式的推广,但目前难言哪一方式最好。毕竟电动车改变了人们的出乘习惯,由于目前充电设施并不便利、电动车续航里程并不很长以及电动车本身的电池等技术性能仍有待提高等以及售价问题,消费者接受电动车仍需要有一个过程。受制于续航里程问题制约,电动车作为出租车也不是一个理想结果。

罗磊则评价,电动汽车不仅在中国而且在全球都是新生事物,目前都处在摸索阶段,都需要通过各种商业模式来打开市场。比亚迪和奇瑞采取了不同于传统的销售方式,都有助于新能源汽车的推广。相比之下,罗磊认为奇瑞汽车“以租代售”的模式可能更有生命力,“在消费者没有购买前,通过比较低廉的价格将新能源汽车出租,与国外的汽车融资租赁类似,离消费者更近。”

销售窘境并没有阻挡国家对新能

吨,因此车型更轻量化成为迫切要求。

袁涛就笑称,想要续航里程提高也很容易,就是在汽车上装满电池,但车相应就会笨重很多。”

在成本上,与传统内燃机汽车相比,纯电动车首次购车成本高企将是电动车市场化的重大难题。目前,电动车的市场开发针对的是对价格敏感性不高的机构客户和致力于提升节能减排形象的企业客户,但电动车商业化最终还要走进大众消费者。按照目前的成本,在私家车层面,由于年行驶里程数较小,即使在目前的12万元补贴政策下,也很难取得成本上的优势。因此,降低材料与制造成本,实现规模化生产至关重要。对此,许多专家和学者建议降低电动车的门槛,如清华大学专家欧阳明高就表示发展小型电动车是重要的趋势和突破重点之一。而杭州的众泰汽车就推出了针对农村市场的铅酸版电动车,用以取代价格更高的锂电池电动车,其目标是将车价控制在4-5万元,以满足不同层次消费者的需求。

袁涛指出,电池在电动车方面所占的成本比较大,差不多占了一半的成本,随着量的稳定和一次性成品稳定率的提高,随着新的材料体系的创新,电池的成本会逐步下降,很有可能是大幅度的下降。

此外,目前标准不统一将潜在影响电动车在全国的推广。比亚迪公关部经理杜国忠介绍,充电接口标准、电池回收标准等都没有统一,在电池产品上,急需建立一个统一的行业标准,方便充电站对电池的更换,达到迅速补充能源的目的。

分析人士指出,目前,由于对电动车的补贴实行地方配套,在五大补贴城市中均有所属车企,因此补贴的重点无疑落在了当地车企身上,这种画地为牢的局面加大了电动车的全国性推广,如果标准再没有统一,那么电动车企异地推广将难上加难。

新能源汽车的大力扶持。由工信部牵头草拟的《新能源汽车产业发展规划》在8月份曝光,《规划》提出,到2020年,新能源汽车产业化和市场规模要达到全球第一。其中,新能源汽车(插电式混合动力汽车、纯电动汽车、氢燃料电池汽车等)保有量达到500万辆;以混合动力汽车为代表的节能汽车销量达到世界第一,年产量达到1500万辆。

《规划》还建议,2011到2020年的十年间,中央财政投入1000亿元巨资。其中,500亿元为节能与新能源汽车产业发展专项资金,重点支持关键技术研发和产业化,促进公共平台等联合开发机制;300亿元用于支持新能源汽车示范推广;200亿元用于推广混合动力汽车为重点的节能汽车。

在国家千亿巨资投入的扶持下,目前零星的销量能否取得滚雪球似的发展,最终实现500万辆新能源汽车的远期目标呢?袁涛就认为,新能源汽车迅速发展最终取决于技术是否先进可靠,如果技术上不断进步,为什么没有可能达到500万辆呢?”

罗磊也指出,政府扶持会带动新能源汽车的推广和销售,但新能源汽车要实现目标销量,最终还是要走商业化的模式,要让消费者自身真正体验到新能源汽车的优势。

## 皇冠重大安全隐患连遭投诉

□本报记者 欧阳波

汽车投诉网本期(10月21日-10月27日)投诉排行榜显示,在豪华车投诉前十排行榜中,奔驰、奥迪同积42宗投诉,位居品牌投诉榜首。皇冠的问题同样比较突出,虽然其在豪华车投诉排行榜中只位居第十位,但其所涉及的投诉大多存在比较重大的安全隐患,如刹车失灵、突然加速、转向不畅等。

中国证券报记者发现,汽车投诉网上早在今年1月份就有一例皇冠刹车失灵的案例。案例中的皇冠恰恰就是属于召回时间段的车辆,而且之前已经因刹车失灵问题进行过一次维修。一汽丰田的回复为:经销店和交管所检查后确认车辆没有问题,请顾客放心使用。

闹得沸沸扬扬的突然加速问题在皇冠上同样有体现,汽车投诉网就接到超过三个案例。对于突然加速问题,具有10年驾龄的皇冠车主廖先生如此描述:有一次刚起步,脚还在刹车上,汽车突然加速,排气管直冒白烟,差点导致车子撞上前面弯道路沿。

中国汽车企业暨豪华车投诉排行榜 (投诉量为今年投诉汇总数 10月21日-27日)				
排名	企业	宗数	豪华车	宗数
1	长安福特	582	奥迪A6L	25
2	上海通用	434	宝马5系	22
3	吉利汽车	402	奥迪A4L	17
4	上海大众	373	宝马3系	16
5	一汽大众	307	奔驰C级	16
6	东南汽车	218	奔驰E级	13
7	东风日产	213	奔驰S级	13
8	长城汽车	205	森林人	12
9	奇瑞汽车	198	指南者	11
10	比亚迪汽车	186	皇冠	10

制表:中国证券报

数据来源:汽车投诉网

除了质量问题,服务也是车主频频投诉的一个方面。如深圳的王先生购买皇冠后,提车不久发现四个轮胎并不一致,经多次投诉后,4S店才承认当时错把锐志轮胎给装在皇冠车上了,但称由于已经使用一段时间无法更换。犯下这么低级的错误,却仍然要消费者埋单。

如果说前面这个还是无意中犯错的话,那么下面这个就是彻头彻尾的欺骗

了。浙江的陈先生发现自己07年购买的皇冠出现故障,到4S店维修时被告知属于点火线圈问题,已经过保需要付费更换。但当他更换完毕后才了解到一汽丰田曾以市场服务活动的方式给予2007年3月至2008年8月生产的皇冠进行免费更换,并且对点火线圈作了延保四年。4S店承认陈先生的车辆属于免费更换的范围,但却称无法退还之前收取的费用。

## 豪华大气,比亚迪M6英雄本色

作为比亚迪汽车公司2010年打造品牌年,冲击中高端车市的一款车,定位为政商家三栖尊贵座驾的M6肩负着重要的使命。自从7月份深圳站首发上市以来,紧接着在全国进行巡回上市,获得了广泛的关注,销售势头看涨,风头更是一时无二。

外观尊贵大气 令人过目不忘

作为一款定位为商务车的车型,较低而宽大的车身比例分配使得M6看上去就十分沉着稳健,而充满力量感的曲线从车头一直延续到车身的侧面,无疑也流淌出了一种动态的美感。超大前车窗,提供驾驶员更开阔的视野,对路况一览无遗;大型全景天窗,驾乘者尽享全景观感,车柱的颜色比较黑,更衬托出车子的强大以及稳重,深色的车窗配以镀铬的金属饰边呈现一种高贵之美;而车身后部的LED灯束设计,结合高抛光的合金轮毂,使得车子的豪华感进一步提升,厚实饱满的尾部造型,包框式后保险杠与车身浑然一体,突显出车后视角的力量感;带转向灯和迎宾灯的外后视镜也显示着车主的尊贵身份。

配置丰富高档 尽享豪华体验

M6拥有豪华丰富的高科技配置。KEYLESS(无钥匙)系统、智能感应迎宾灯、智能滚码加密防盗、CAN-BUS电子智能管家系统、DVD多媒体系统、安全辅助驾驶系统、双温区独立控制自动空调、语音电子导航系统、带音响控制的多功能方向盘等数字化



智能配置一应俱全,为驾乘者打造先进安稳的用车感受。

比亚迪M6座椅采用了防侧滑高级打孔皮革座垫,颜色依据国人喜好采用浅米色,作为一款定位为商务车的车型,要考虑到长途旅行时的舒适性,比亚迪M6将为其配备可通过电动调节11种姿势进行前后、高低、坐垫倾斜角度、靠背倾斜角度等八向电动调节的电动座椅,同时为减轻长途旅行的劳累感,主座椅

设计更具支撑性;此外主驾驶座更拥有加热功能,为驾乘者带来更加惬意的旅途感受。

M6除了拥有尊贵大气的外观、高档丰富的配置、卓越的产品品质,在安全性设计方面也力求做到高标准:整体冲压侧围、3H高刚性车身、安全笼结构等精心设计,六探头驻车雷达、驻车可视系统、6安全气囊等防护性配置,都将带给驾乘者超越同级别的安全保护。

企业形象