

政策“好声音”遭遇市场“暗哑症”

新能源汽车市场启动迟滞原因调查

□本报记者 王小伟

“中国新能源汽车产业实现弯道超车不是没有可能，但目前的发展路径必须有所改变。”真锂研究首席分析师墨柯如是判断。

8月27日，中国考虑设立1000亿元人民币电动汽车充电桩基金用于建设更多电动汽车充电设施的消息不胫而走，再度燃起二级市场对于新能源汽车产业的热情。从发放消费补贴到取消购置税，从摇号限号新政到路桥费减免，随着中央与地方扶持政策的持续加码，新能源汽车产业从消费侧到使用侧的支持政策已经趋于立体化。然而，当前中国新能源汽车依然遭遇成长的“天花板”，尤其面临着私家车消费层面极大的瓶颈制约。

究竟是什么原因导致了政策扶持与市场认可之间的严重脱节？中国证券报记者通过调查发现，续航里程的限制和充电设施的不尽完善只是掣肘以纯电动汽车为代表的新能源汽车产业发展的表象，更深层次的原因在于市场博弈力量的羸弱以及汽车整体配套制度建设的乏力。

资质之殇——

从“高考模式”到“自考模式”

我国真正意义上发力新能源汽车产业肇始于2008年北京奥运会。“6年以来，政府、企业等市场主体在新能源领域的巨大投入，和市场空间的真正开启之间，一直存在着强烈的反差。这使我们不得不思考：这个市场迟迟难以真正启动的背后深层次原因到底是什么？”墨柯对中国证券报记者表示。

公开数据显示，截至2012年年底，为支持新能源汽车产业的发展，中央财政投入的补贴资金累计高达88亿元。中国社会科学院工业经济研究所能源经济研究室执行研究员白攻介绍，国家财政对新能源汽车较为显性的投入主要包括两大部分：一是购车补贴。纯电动车每辆补贴3.325万元到5.7万元不等，插电式混动乘用车每辆补贴3.325万元，2013年电动汽车销售量是1.76万辆，中央财政补贴消费者购买电动汽车至少是6亿元，2014年电动汽车的销售量有望达到4万辆，中央财政补贴将至少达13亿元。

墨柯举例说，浙江某知名汽车零部件制造企业一直想进军新能源汽车整车制造，但是由于缺少相关资质，最终不得不辗转租用海南某家整车制造企业的生产线从事新能源汽车的生产工作，最后汽车品牌也只得由这家整车制造企业冠名。在中国新能源汽车市场难以真正启动的背景下，即便具备整车生产资质的企业也感到力不从心。比亚迪销售公司副总经理李云飞曾表示：“靠一家企业去做电动车市场的培育是有限的，需要更多的企业加入进来，市场需要大家共同培育，众人拾柴火焰高。”

在墨柯看来，中国新能源汽车的生产主体并没有完全市场化。“目前中国新能源汽车产业的准入状态很像是‘高考’，千军万马过独木桥，获得‘入学’的准入资质之后，谁能保证这些企业还会继续‘好好学习’呢？其实，要带动一个产业的发展，应该允许更多的企业参与进来，改用‘自考’模式，允许参与进来的这些企业通过自主研发‘自学成才’，通过市场竞争的力量快速提高动力电池的品质，降低生产成本，这样才能真正带动这个市场做大做强。”

中国证券报记者从知情人士处获悉，在新能源汽车市场准入方面，相关部门已经开始“松动”门槛。该人士透露，在日前召开的发改委的内部闭门会议上，有发改委官员明确表态，为推动电动车发展，将特批不多于三张的电动车生产牌照给现有整车企业以外的非汽车制造商。中汽研方面也介绍，已经起草电动车市场准入政策，提议给非汽车生产商发放两到三张专门的电动车生产牌照。据悉，该政策草案已提交给行业主管部门，然后递交国务院审议，最快将于今年年底获批。

“这或将成为新能源汽车制造环节走向市场化竞争和内生性增长的关键一步。”知名汽车行业资深评论员李洋对此持欢迎态度，“放眼任何一个产业，如果其开放、充满竞争，那么也会充满活力。传统的汽车产业准入门槛设置太过苛刻，整个产业的竞争并不充分。如果主管部门让更多的竞争者加入到新能源汽车产业当中，一开始就造成百花齐放、万马奔腾的局面，那么产业的发展将相对更加健康。”

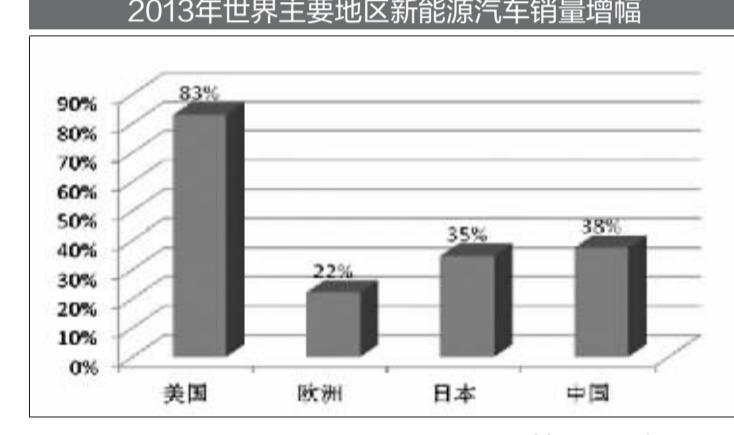
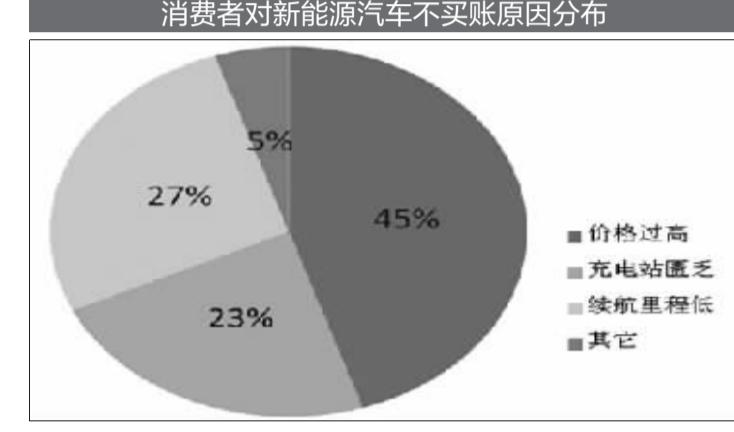
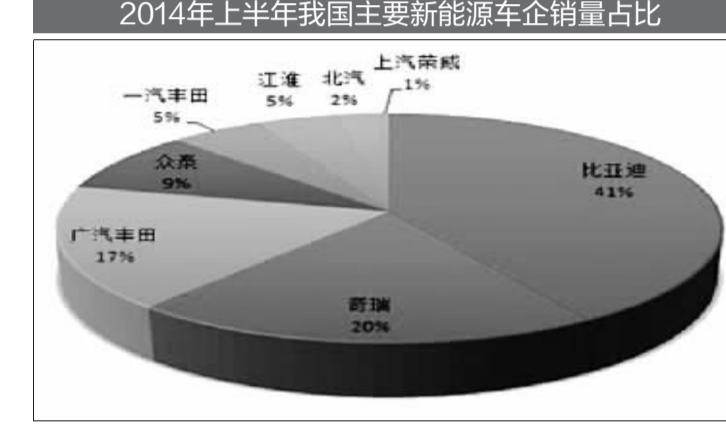
中国证券报记者最新获悉，以生产农用车为主的时风和以汽车零部件为主打产品的万向，都在为拿到电动车生产牌照而努力。但在墨柯看来，仅仅三张牌照还远远不够。“要想带动一个产业做大做强，真正合理的模式应该是允许更多的企业参与到制造生产中来，等到相关产品真正走向市场再加强监督和管理。”墨柯解释说，只有将目前的监管环节后移，才能真正理顺新能源汽车发展过程中的诸多机制障碍。

白攻在放开相关牌照方面则持谨慎态度。

“一是新能源汽车安全性门槛会不会降低？汽车安全技术是汽车生产企业的核心竞争力，是公司长期技术投入、技术积累的结果。新能源汽车企业归根到底生产的还是汽车，安全性是最为重要的，不能因为生产的是新能源汽车就降低安全性门槛。二是新能源汽车的财政补贴规模是否有可能无限扩大。如果答案是否定的话，那么放开的结果是加大了新能源汽车市场的竞争强度。”

工信部相关人士对中国证券报记者表示，全民寄望新能源汽车产业能够使中国汽车产业实现“弯道超车”，新能源汽车产业确实面临着尽快实现从“政策轨”到“市场轨”的切换的问题。通过扩充参与企业队伍等方式激活生产端市场的创新能力，培育更具创新能力的“鲶鱼”搅活全产业链的市场竞争，从而真正培育起新能源汽车产业的巨头，带动这个新兴产业提速发展。“随着相关扶持政策的到位，新能源汽车产业发展的切换窗口期正在来临。在中国新能源汽车走在商业化的十字路口的时间节点，放大市场本应凸显的力量正在成为最佳选择。”墨柯表示。

“美国任何商业都是可以横空出世的，在



制图：王小伟 王晨子

路径之争——

从“丑小鸭”到“白天鹅”

能将占有率达到1.5%。”

墨柯介绍说，目前中国的电动自行车市场规模大概为2600万辆左右，市场容量几近饱和，但真正的市场需求应该比这个数字更大。比如地方政府给予电动自行车上路的权利，哪怕不给予补贴，也可以带动整个电动自行车产业的发展，这不仅可以缓解交通拥堵，还可以通过带动电动自行车市场使相关企业完成资本和技术积累，从而向更高端的电动汽车市场迈进。

除了“从两轮到四轮”以逐步过渡到高端电动车之外，从“低速电动车过渡到高速电动车”也被不少业内人士认为是一条较为可行的发展路径。

“低速电动车在中国汽车市场一直是一只被政策压制的‘丑小鸭’，不仅没有国家核准的机动车牌照和驾驶照，并且由于铅酸电池的不环保和时速要求的不合规，反而被称为交通安全最大的问题来源之一。”中国汽车工业协会相关人士对中国证券报记者分析说，“然而，我认为，安全问题并不是由低速电动车本身所造成，而恰恰是因为低速电动车被政策放任或者压制所致。”

中国证券报记者注意到，地方政府对于低速电动车的“压制”效应已经开始出现松动，如山东省已经开始为低速电动车市场创造有利的政策环境。山东省数家汽车行业协会以及主要汽车生产企业联合发布了《山东省汽车行业标准（小型纯电动车）》，首次将低速电动车更名为小型纯电动车，并将其作为汽车行业标准的一个分类。

“120多年前刚刚诞生的汽车产品，同样是非常不安全的，也是污染极其严重的。但是，由于发展阻碍较少，汽车慢慢成长为一个规模庞

大的产业。”山东省某低速电动车生产企业负责人指出，“我们同样不能静态地看待低速电动车。目前不少低速电动车生产企业加大研发，甚至开始建立健全汽车四大工艺，通过给其正名并设定相应的标准，采用有效手段加强管理，不排除其未来‘蝶变’为中国电动汽车开路先锋的可能。”

从国际视角来看，许多发达国家的机动车是进行分类管理的。不同的机动车，有不同的机动车管理标准与规范。例如，1998年美国制定了低速汽车安全标准，美国将低速汽车作为机动车中的一个子类别，并制定了单独的汽车安全技术标准，通过政策规范加以管理，使疏导高于限制，带动了多种技术路线机动车的平行发展。

据了解，近期包括工信部、公安部等相关部门陆续调研了山东低速电动车企业，调研内容相当细化，涉及到标准制定、驾驶证类别和道路行驶规定等多方面问题。来自政府管理层的重视，令不少低速电动车生产企业负责人心里开始重新点亮起“希望之灯”。

事实上，市场销量已经给予低速电动车以肯定。以山东为例，全省低速电动车2013年的销量超过17.5万辆，远远高于同期全国新能源汽车不足2万辆的销售成绩。

“低速向高速”之路，并非是用“低端”市场份额抢占“高端”新能源汽车的市场份额。“低速电动车对于新能源汽车市场的作用，在于其巨大的市场需求能够带动锂电池行业产销规模的巨大增长，而这种增长恰恰是整个新能源汽车市场不断发展的必不可少的基础。”清华大学汽车工程专业一位不愿具名的教授对中国证券报记者分析说。

模式之变——

从重生产到重服务

的因素之一。白攻分析说，由于消费者对新能源汽车还有一个认识过程，因此对售后的考虑会更多。而所谓的“售后”，既包括售后服务是否到位，是否及时，还包括售后服务价格是否合理。毕竟，汽车的经济性是由初始购置成本和后续的使用维护费用构成的。

“国内的新能源汽车售后服务与国外相比还处于初级阶段，例如还存在电池规格不统一、充换电设施等设施配套不完备、零配件未形成规模生产、售后服务网络不完善等问题，需要不断学习吸收国外先进的服务体系和经验教训，建立一套可持续、健康的服务体系，为我国新能源汽车发展保驾护航。”白攻表示。

有已经“尝鲜”的消费者更为直接地对表达了对新能源汽车售后的不满和担心。“虽然国家可能再度出台针对充电桩产业的扶持政策，

但我在充电桩安装方面并没有发现太多障碍。我现在唯一的担心是在购买车险方面很是纠结。目前市面上并没有电动车专属险，保险种类与传统汽油车完全一样，但是电动车的运行和技术条件与传统汽油车并不相同，这不免让人担忧后续赔付问题。此外，车企能否在电池更换回收以及二手车的流转等方面提供更为全面细化的服务，我现在也不能确定。”

中汽协相关负责人表示，新能源汽车在实际使用中遇到的问题可能远非大力发展充电桩一招可以解决。政府和很多企业急于推广新能源汽车，并没有充分考虑到消费者在后续服务方面的很多现实困惑。如此，即便充电桩大规模建成，即便免费车牌再有吸引力，如果用户需要承受更多的使用和服务方面的不便，显然也是不利于新能源汽车的推广，很难真正形成新能源汽车的市场化发展局面。