

## 中国新能源汽车

# 全球领先优势正在形成

本报记者 王萌

2016年11月，北京雁栖湖，来自20多个国家和国际组织的官员，乘坐北汽新能源汽车到此，参加首次G20科技创新部长会议。北汽新能源汽车在世界舞台上，面向全球贵宾展现中国新能源汽车的魅力。其实，这并非北汽新能源首次服务国家级大型会议。在2014年APEC峰会和2015、2016年全国“两会”期间，北汽新能源汽车作为官方指定用车为大会提供服务，其低碳环保的高品质获得海内外各界人士的赞誉。

2016年，中国新能源汽车产销51.7万辆和50.7万辆，连续两年产销量居世界第一，比亚迪、吉利、北汽等企业进入全球新能源汽车乘用车销量前10位。中国新能源汽车累计推广量已经超过100万辆，占全球市场保有量50%以上。中国新能源汽车，正立足中国市场，提升技术水平，搭建服务体系，在全球范围内逐步形成领先优势。

### 市场：发展不可逆转

如今，新能源汽车将代替传统燃油汽车已经成为全球共识。但时间回到8年前，也就是2009年，众多车企还只是把发展电动车作为副业。就在这一年，北汽新能源正式成立，成为中国第一家专注于纯电动汽车的新能源汽车企业。凭借着对新能源汽车的专注，北汽新能源赢得了发展时间和先机，而中国新能源汽车产业也在8年间取得快速发展。

谈到中国新能源汽车市场，北汽新能源汽车总经理助理、营销支持部总监王水利为记者画了一张发展路线图。在发展阶段轴上，他指出了两个节点：2014年和2016年。“2014年之前，是示范阶段，主要面向大客户；2014年到2016年，是政策导向阶段，通过国家政策引导行业发展；2017年开始，将进入市场导向阶段，私人用户将成为市场主力。”王水利介绍说。

“从技术上讲，中国纯电动汽车在全球是领先的。”王水利介绍，从技术发展路线看，国外主要以插电式混合动力为主，中国则以纯电动为主。“当然，不管是插电式还是纯电动，最后都将发展到‘零污染’的燃料电池阶段。”王水利预计，到2030年，燃料电池汽车开始出现，同时，新能源汽车销量将占到汽车销售总量的50%以上，而纯电动汽车能占到新能源汽车销量的70%。

“2016年是全球纯电动驱动转型的标志性年份，中国新能源汽车从产品导入期进入成长期，全球纯电动驱动汽车的市场发展已不可逆转，老牌技术强国正在进入转型期。”中国电动汽车百人会执行副理事长欧阳明高对2016年新能源汽车市场作出这样的总结。

### 产业：不做中国的特斯拉

“我们不想做中国的特斯拉，我们要做的是福特，我们看中的是大众市场。”北汽新能源总经理郑刚说。

“说白了，特斯拉面向的是高端领域的小众市场，而国内新能源汽车企业多是面向大众市场，我们做的是用户需要的产品。”王水利解释到，“节能环保，需要老百姓买得起”。

而比亚迪汽车总经理助理杜国忠认为，与特斯拉



位于北京东三环南路的立体车库充电站。

本报记者 王萌摄

相比，比亚迪在新能源汽车方面最主要的优势还是技术。“在电池、电机、电控等方面，比亚迪完全掌握了全产业链核心技术。特斯拉不一样，它的很多材料需要向外界采购组装。”

按照中国电动汽车百人会理事长陈清泰的说法，中国电动汽车产业化已经走在了各国的前列，电池和核心零部件配套能力增强，跨产业、跨学科协同创新的态势正在形成。

工信部部长苗圩近日表示，中国新能源汽车动力性、经济性、安全性以及舒适性，相比几年前都有了大幅度的提升，基本上能够满足人们日常出行的需要，社会认可度明显提高。具体而言，在动力电池和电机方面，福建的宁德时代、上海的精进电动，成为全球知名的乘用车零部件供应商；在充电桩建设上，2016年新建的公共充电桩达到10万个以上，北京、上海、深圳等建成了规模化的充电服务网络；一些技术也取得进展，如深圳奥特迅公司开发了把智能充电模块和监控系统集成在一起的矩阵式柔性充电桩，使同一充电站满足从小型乘用车到大客车等各种车型不同功率车辆的充电需求，同时大幅降低充电设施建设成本。

### 竞争：打造领先优势

近日，工信部、财政部、科技部、国家发改委4部委发布“关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知”。根据新政，中国新能源汽车补贴2020年完全取消。

有业内人士称，补贴政策淡出之时，就是国外品牌大举进入中国市场之日。第一电动网的肖莹在接受本报记者采访时表示，面对中国这个全球最大的新能源汽车市场，国外老牌车企都有新能源汽车规划，可能会在2020年中国补贴取消后，进入中国市场参与竞争。“外资企业蓄势待发”，这是她通过长期研究新能源汽车领域做出的判断。

“其实，通过短期补贴提升中国汽车竞争力，只是一个‘弯道超车’的战略。”肖莹说，对于本土企业来讲，这几年是非常重要的时期。能否在补贴取消后获得长足发展，关键看本土企业能否在技术上取得突破。“任何一个产业的发展需要的无非是政策、市场、

资本和技术，对中国新能源汽车来讲，市场、政策、资本都有了，关键就看人才和技术了。”

同样，在王水利看来，掌握核心技术，是中国新能源汽车发展的关键。“最关键的还是核心技术，北汽在‘五国七地’建立了研究院，就是想把欧美、日韩的优势技术引进，取各方所长，掌握并应用起来；其次，要把充电桩、换电站等配套体系健全起来；第三，要把车联网、物联网等智能平台体系搭建起来。如果把这三点做好，国外企业很难进来。”用他的话说，国内品牌还有5年时间，必须快速把企业壮大，把新能源汽车这盘“棋”做活，不仅在国内，还要走出去。

“中国纯电动汽车在国际上还是领先的”，对于潜在的外资品牌竞争，王水利显得非常自信，“只要我们能够在这几年搭建好完善的配套服务和平台体系，就能形成领先优势。外企进来能卖的是产品，而我们卖的是包括车、充电桩、停车场、二手车回购、监控系统等一系列服务的方案，我们不怕外企进来。”王水利预测，未来的模式可能是外资企业利用本土企业已经搭建好的服务体系和平台，委托国内企业销售。



1月9日，在美国底特律举行的北美国际汽车展上，广汽集团发布插电式混合动力跨界概念车EnSpirit。

新华社记者 殷博古摄

### 趋势：深入生活应用

谈到新能源汽车的发展方向，王水利向记者描绘了一幅生动的生活应用场景：辅助驾驶、自动感知、看电影、购物……新能源汽车将深入人们的生活，手机能实现的它都能实现，电脑能实现的它也能实现。“这就是智能化、网联化。未来，纯电动汽车的高智能、高互联网化将非常普及。”

肖莹告诉记者，国内一些新兴造车企业，已经开始从智能网联化角度造新能源汽车，这些新生造车力量，大概会在2018年之后实现量产。

汽车智能化、网联化正成为行业热点。据郑刚介绍，北汽新能源将在电动化和智能化方面投入大量研发资金。“我们希望引入来自产业链的投资方，以求在未来的电动化与智能化方面取得更大进展。北汽新能源的目标是在未来3-5年电动汽车普及后，智能化成为卖点。”郑刚说。

此外，王水利非常看好汽车共享模式。“目前，分时租赁的成本是出租车的1/2。通过汽车共享，不但能解决买车难题，还能提高汽车的利用率。”据他介绍，北汽新能源正在开发这一系统。

欧阳明高说，中国新能源汽车的产业链很完整，标杆企业也都跻身世界前列。电动化和智能化这两个优势结合起来，中国的新能源汽车超越西方问题不大。“汽车这个行业天生是一个市场化、竞争性、国际化的市场，注定是一个英雄辈出的行业，只要我们遵从汽车产业发展规律，一定会有伟大的中国企业诞生。”

2016年我国新能源汽车

产 51.7万辆  
销 50.7万辆

连续两年  
产销量  
居世界第一



截至目前，我国累计推广量  
已经超过100万辆  
占全球市场保有量50%以上

2016年，我国新建公共充电桩达到10万个，是2015年的10倍

2016年，比亚迪、吉利、北汽等企业进入全球新能源汽车乘用车销量前10位  
国产新能源客车技术水平达到世界领先，并已销往全球30多个国家和地区  
大巢制图（新华社发）

去年，看见不少朋友购置了新能源汽车，久久摇不到北京车牌号的笔者也不禁心动。经过询问发现，车牌申请和汽车价格是他们购买新能源汽车的主要因素，对于汽车本身的性能，购买者们却显得“不那么关心”。

“不那么关心”的背后并不意味着汽车性能本身不重要，而在于消费者对国产新能源汽车的期望值并不高。近年来，新能源汽车快马加鞭，在国内市场迅速普及，在海外也遍地开花，展现中国新形象、新高度。据统计，2016年，中国新能源汽车产销量51.7万辆和50.7万辆，连续两年产销量居世界第一。同时，中国新能源汽车保有量突破100万台，位居全球第一。这两个“第一”，让人们看到中国新能源汽车产业的实力和潜力，甚至，很多人将新能源汽车视为中国汽车工业实现“弯道超车”，逆袭国际车企和合资厂商的时机。

对于中国新能源汽车行业而言，“弯道超车”的速度是有的，但稳定性和持久力还很有有限。如今，很多消费者对国产新能源汽车的购买，更多表现为调和限行政策和价格补贴等外力因素后的结果，而非基于产品体验或品牌效应的选择，这无疑值得警惕。

透视中国新能源汽车市场，我们发现，中国新能源汽车产业可谓“喜忧参半”。一方面，目前中国新能源汽车行业已经形成比较完整的开发、验证、制造、营销产业链条。另一方面，目前中国新能源汽车的销量主力还是那些价格较低、续航里程较差的小型电动车，而在整车能耗、续航里程、电池性能、安全保障等高新技术门槛面前，中国新能源汽车产业还有很长的路要走。

近来，国家对新能源汽车的支持方式也在改变。过去，中国新能源汽车市场的繁荣，很大程度上依赖于政府的补贴政策，但高额补贴在把中国迅速推上世界新能源汽车产销第一大市场的同时，也诱发了诸多不规范现象。比如，一些企业为了获得补贴，做起“一锤子买卖”，推出廉价产品，在产品的研发上却乏善可陈。如今，在基本实现“扶上马，送一程”的目标之后，新能源汽车财政补贴政策的收紧可谓恰逢其时。在补贴下降的情况下，国产新能源汽车参与跨国品牌竞争，只能放弃低价策略，发力品牌创新。

同时，国家也在政策资源配置上向产业基础方面倾斜。2017年新春，新能源汽车作为国家发改委《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》2016版中的重点内容被部署。新能源汽车基础设施建设也在稳步推进。根据最新数据显示，北上广深为代表的城市将迈入电动汽车充电桩“五公里”时代。而根据国家能源局的消息，2017年中国将力争新增充电桩80万个，其中专用桩70万个，公共桩10万个。

面对新的形势，摆在中国新能源汽车行业面前的路径十分明确：一方面，加强核心技术创新，带动上下游产业投资，贯通包括基础材料、关键零部件、制造装备等产业链的关键环节，建立结构完整、自主可控的产业体系。另一方面，打造品牌优势，在汽车设计、安全性以及舒适性上获得大幅提升。只有这样，才能在激烈的国际竞争中赢得市场。

总之，想要真正实现“弯道超车”，光有速度远远不够，中国新能源汽车还需在产品品牌形象上精准发力，蹄疾步稳，最终才能在全球市场上后来居上。

## 「弯道超车」更需发力创新

卢泽华

## 品牌论



太阳能移动充电车

2016年5月20日，在第19届中国北京国际科技产业博览会的汽车科技展区，来自北汽集团的17款新能源汽车、智能汽车吸引了大量观展人员，无人驾驶、太阳能移动充电技术等备受瞩目。图为观众参观太阳能移动充电车。

新华社记者 张晨霖摄

