新能源汽车补贴退坡，6月26日后车辆购置补贴转为充电设施等补贴——

新能源车市冷了吗

本报记者　**孔德晨**

日前，财政部、工业和信息化部、科技部、国家发改委联合发布《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，对今年新能源汽车补贴做出了新规定，成为新能源汽车补贴退坡力度最大的一次，补贴近乎减半。新能源汽车价格是否会上涨？整个行业会不会重新“洗牌”？如何化解新政带来的市场冲击？本报记者进行了采访。

一名车主在浙江杭州湘湖旅游度假区为电动车充电。　新华社记者　**黄宗治**摄

北京新能源汽车股份有限公司展示的新能源汽车。　**任　超**摄（**新华社**发）

补贴减少，消费者没慌

——价格只是因素之一，消费者更多考虑所在城市是否限牌限行、是否更强调减排和环保等

家住北京的许大爷，从几年前就开始参与北京新能源汽车指标的摇号，去年底查询结果时发现自己中签了。“在北京，想买一辆新能源汽车太不容易了，简直是‘一号难求’。”许大爷感慨，“知道自己‘中奖’的时候还挺高兴的。我听说，现在新能源汽车的指标都排到2023年之后了。”

虽然有号在手，许大爷也是到前两天才买上车。他说，当初摇号是因为觉得新能源汽车新鲜，政策补贴力度也大，想用充裕的时间货比三家看看形势再“下手”。现在新政策一出台，原本看中的一款型号补贴瞬间就要减半。“好在还有3个月的过渡期，我再不下手就晚了。”许大爷说。

今年3月26日，新能源汽车补贴新政出台，在补贴金额上作出新规定。其中，纯电动乘用车续航250公里以下的车型取消补贴，取消地方补贴，3个月的补贴过渡期后，还将取消车辆购置补贴，转为补贴充电基础设施等。

按照2019年的最新补贴政策，以一辆续航里程大于400公里的纯电动汽车为例，在2018年可享受国家补贴为5万元，地方补贴大约为2.5万元，综合可享受7.5万元补贴。但在今年过渡期之后，只能拿到最高2.5万元的国家补贴，地方补贴为零，综合补贴缩水幅度巨大。

补贴金额的缩水对消费者需求产生直接影响。不少非限购城市的消费者表示，购买新能源汽车的压力加大，购买意愿下降。但是，对于限购城市的消费者来说，新政策的调整影响并不是很大。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青认为，消费者选择新能源汽车时，价格只是因素之一，更多的则考虑所在城市是否限牌限行、是否更强调减排和环保等。所以，价格有所上涨不会对消费者的选择造成太大影响。新能源汽车补贴退坡对消费者而言，可能会在过渡期内出现销量增速加快的情况，但这只是提前消费和集中消费，抢购情况很难发生。“在限购城市，必须是摇到指标的消费者有购车资格；在非限购城市，价格波动很难从根本上影响到消费者的技术路线偏好。”王青表示。

除了补贴减少，影响消费者购买新能源汽车意愿的还有出于对充电桩等基础设施建设不全面的担忧。去年刚工作的北京小伙小程最近把购买汽车提上了日程，在问及是选择新能源汽车还是普通汽车时，小程选择了普通汽车。他认为，即使中了新能源汽车的指标，他也对能否顺利开着新能源汽车出行存疑。“北京市内充电桩的设置还不是很全面，我家附近很难看到类似的配套设施，”小程摇头道，“万一我开着车出去，电量不够用还找不到充电桩怎么办?”

根据财政部解读，支持充电（加氢）等基础设施“短板”建设和配套运营服务等环节，也是未来新能源汽车行业补贴将重点发力的方向之一。对此，专家表示，新能源汽车在不同的发展阶段制约因素不同。发展前期的主要矛盾是成本过高，故而需要补贴降低购买成本。现在成本降下来了，续航里程和充电便捷性就成了主要制约因素，因此补足基础设施短板是当前促进新能源汽车发展最有效的方式。在2019年补贴新政中，提出将补贴转向充电基础设施，适应了新能源汽车发展实际需求。预计，未来新能源汽车将在充电桩建设等大环境方面有大动作。

企业更专注产品，以“不变”应万变

——如果能把电池的成本降下来，技术提高上去，那么补贴退坡对市场的影响就会减弱

补贴金额缩水的同时，对新能源乘用车电池组的能量密度要求也有所调整。动力电池系统的质量能量密度最低从2018年要求的105Wh/kg调整至125Wh/kg。补贴系数的分档也更细，125（含）~140Wh/kg的车型按0.8倍补贴，140（含）~160Wh/kg的车型按0.9倍补贴，160Wh/kg及以上的车型按1倍补贴，鼓励动力电池向高能量密度发展。此外，还规定纯电动乘用车30分钟最高车速不低于100公里/小时；纯电动乘用车工况法续航里程不低于250公里。具体补贴金额，还要根据纯电动乘用车能耗水平设置调整系数，如提高35%（含）以上的车型可按1.1倍补贴。

中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光认为，当前动力电池在新能源汽车制造成本中占据很重要的位置，如果能把电池的成本降下来，技术提高上去，那么补贴退坡对市场的影响就会变弱。

新补贴政策出台之后，部分车企马上响应，开启限时的“企补”促销模式，以求平稳渡过新政带来的市场冲击。

广汽新能源当晚第一时间承诺“全额补”：旗下两款新能源车型维持此前国家和地方补贴幅度，如GE3 530车型最高仍可享受9.07万元补贴幅度。随后，小鹏汽车在官方微博转发首席执行官何小鹏的“批示”：G3在过渡期内不涨价，过渡期内下订但过渡期后交付的车辆，按照过渡期价格计算。

王青分析，此次补贴退坡直接降低了企业和产品的利润空间，企业整体的运营压力会有所增加。但对于中小厂商、新兴汽车制造商来说，也不一定是坏事，这可以在一定程度上剔除竞争中普遍存在的非市场性因素，让大家都在同一个起跑线上竞争。“从市场大环境来看，短期内可能会因为价格问题降低销量，但从中长期来看，也有正面作用，例如产品研发更加贴近市场，消费者选择更加侧重性能。”王青说。

王青认为，对于实力强、交叉补贴能力强的大型厂商，此时正是趁势扩大市场份额的机会，当然需要付出一定成本。“从长远来看，还是要以市场需求为导向，加快技术进步和产品研发，提升服务水平和质量，扩大产品链，拓展业务链和价值链，寻求车辆消化的渠道，比如介入出行领域等。”王青说，“换言之，专注成本管理和产品研发，做好自己的事情，以‘不变’应万变。”

政策“断奶”，利大于弊

——增强市场内在驱动力，不仅让电动汽车卖出去，还要在道路上开起来

对于此次新政给新能源车产业的影响，多数专家认为，短期可能会给车企带来冲击，但从长远看，“断奶”的利远大于弊。

其一，可以增强新能源汽车发展的市场驱动力。此前新能源汽车特别是电动汽车市场高速增长，客观来说，政策驱动效应相对大于市场自发和内在的驱动效应，其中最为突出的就是补贴政策。王青表示，要使产业和市场可持续发展，必须增强市场内在驱动力，也就是靠产品性能和使用成本来让消费者作出选择。

其二，能够更好地针对目前电动汽车发展面临的短板问题，优化补贴的结构，强化补贴的实际效果。适当降低购买环节补贴，适度增加使用和充电设施方面的补贴，可以针对当前充电不便捷、消费者里程焦虑明显等问题，解决先有鸡还是先有蛋的困境。“不但要让电动汽车在市场上卖出去，还要在道路上开起来。”王青说，“同时，也可以弱化和防止此前出现的套取补贴等违规情况出现。”

其三，可以促进竞争和技术进步。实施补贴退坡，提高补贴门槛，可以在一定程度上避免企业为获得补贴，过多关注电池能量密度等指标，而忽视能量密度、车重、能量损耗、续驶里程等指标之间的平衡，或者说补贴在一定程度上对企业决策和市场需求之间的匹配有扭曲。王青分析，退坡政策取消低续驶里程车型补贴，减少单车补贴金额，可以让企业更直接地面对新能源汽车与传统汽车等竞争对手，把更多精力放在适应需求、降低成本和提高产品性能等方面。

其四，可以弱化地方保护和市场分割。“由于地补的存在，地方政府必须在补贴新能源汽车时考虑自己的‘一亩三分地’，要‘肥水不流外人田’，势必引发或明或暗的地方保护和市场分割。”王青说，“这样很难快速实现扩张，对产业全局和市场长远发展不利。取消地方补贴，在很大程度上能弱化这一问题。”

全国社会消费品零售总额增速超预期，三月份创近半年新高——

首季消费还是很稳的

本报记者　**李　婕**

国家统计局数据显示，一季度，中国社会消费品零售总额同比增长8.3%，其中，3月份增长8.7%，增速比1-2月份加快0.5个百分点，为近半年新高。

去年以来，全国社会消费品零售总额增速有所放缓，消费增长的潜力一度引发市场担忧。今年一季度，社会消费品零售总额增速一改颓势，表现超出市场预期。消费增长稳住了吗？日前，中国贸促会研究院和中国人民大学市场流通经济研究中心共同举办“零售促进消费稳增长”座谈会，多位专家和企业人士发表了看法。

企业界看好消费市场

对于当前消费形势，相关企业有着直观的感受。在现场，多位企业人士都表达了对中国市场的信心，认为中国消费潜力依旧很大，企业仍有不少创新的空间。

苏宁科技集团常务副总裁荆伟就谈到，14亿人左右的中国市场具备足够的深度和广度，苏宁通过技术创新打造全场景的零售，在推动消费升级的同时，不断寻找到新的增长空间。

一季度消费数据的回暖，被认为是多重利好共同作用的结果。

“个税和增值税的减税，对消费者来说是持续的利好。而且国家还出台了对汽车、家电等行业的鼓励措施，也会进一步激发消费。从消费者方面看，对提高生活品质和消费升级的需求持续存在。”天虹股份北京公司总经理顾立群说。

罗森（北京）有限公司副总经理车文焕认为，就消费而言，从生产、制造环节到中间商再到零售商，国家采取了许多措施来促进消费。比如，生产制造端税费的减免；零售端针对小微企业的优惠措施以及提高办证行政效率等，都是实在的利好。“某些细分行业可能会出现增速下滑，整体市场潜力还是很大的。”他说。

扩大消费仍有改善空间

那么，可以据此认为中国消费市场就“高枕无忧”了吗？

“一个季度的指标刚刚出台，就此认为整个宏观经济包括零售业的形势发生了本质转变，还是有一些仓促的。”北京王府井东安集团有限责任公司原董事长刘冰认为，细看增长指标，还是存在一些改善空间。

一方面是销售增长质量和结构还没有得到根本性的改变。刘冰说，目前大量的销售增长不是依靠消费增长的内生动力，而是靠打折促销实现的。这也就导致企业和店铺的毛利率下降，也就是说，表面上销售额增长了，但毛利没有增长，而后者是利润的基础。

另一方面，目前利润产生的主要动力是降费和降成本。刘冰举例说，有的企业利润还是在增长的，但这个增长80%是靠降低费用实现的。成本和费用是刚性的，降到一定程度就没有更多余地了，所以未来利润来源仍是一个突出问题。这也在一定程度上反映了社会消费的状况。

未来走势可望稳中有升

今年消费整体走势会如何呢?

“以稳为主，稳中有升。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员任兴洲这样认为。她解释，在“三驾马车”当中，消费具有相对刚性的特点，不会大起大落。另一方面，消费虽然有望保持稳中有升，但不会“大起”。大的背景是整个零售业成本在上升，并处在转型升级的阵痛期，包括创新也处在过程中，有些还没有完全成型。此外，中国社会消费品零售总额已超过38万亿元，在这样的高基数基础上，再增长难度更大，对应的绝对值增加更多。所以今年消费会有增长，但不会有特别大的增长，基本是稳中有升的态势。

刘冰认为，随着中央各项政策的到位，政策红利的持续释放，下半年三四季度可能会产生正向趋势性的变化。“我们也很有信心，在下半年整个形势会有比较好的发展。”

消费怎么样，零售业大有文章可做。“中国的消费市场还是十分可观的，关键是大家要做好。”北京华联综合超市股份有限公司副总经理马作群说。

中国包装机械加快“走出去”——

老熟人来采购新机器

本报记者　**邱海峰**

全自动钉箱机、真空吸附高速烘干模切机、机器人作业生产线……日前，第十二届中国·东光纸箱包装机械国际博览会在河北省沧州市东光县举行，331家参展企业展出了1142台（套）设备，涵盖纸板生产线、纸箱纸盒印刷成型设备、印后设备、配件耗材四大系列100多个品种，吸引了众多国内外客商前来参观、采购。

“本届展会上，我看到了不少更有技术含量的机器，新技术、新工艺提高了机器的运行效率，也更节能环保，这增加了我与参展企业开展合作的信心。”印度客商杰克对记者说。

杰克是博览会的“老熟人”，他与中国企业做进出口贸易生意已经有12年，近几年他把目光转向了包装机械行业，此前已经在东光购买了10台产品销往印度市场，这次展会他又与两家企业达成了合作意向。

来自坦桑尼亚的客商阿里第一次来到这个展会，他表示：“‘一带一路’倡议给我们提供了一个很好的合作、发展的平台。我已经在中国待了两年，来参加展会就是希望在这里采购到先进的设备和机器。”

“包装机械行业对印度的发展很重要，我期待将来与中国企业进行真诚的合作，共同促进中印两国瓦楞行业的发展与交流。”印度吉凯贸易公司总经理库玛说。

河北省东光县经济开发区党工委副书记高腾向记者介绍，此次展会吸引了来自印度、俄罗斯、埃及、韩国、马来西亚、南非、意大利等40多个“一带一路”沿线国家和地区的600多名客商参会。展会实现成交额超10亿元，其中，国外销售额达7000万美元。

高腾说，近年来，东光纸箱包装机械不断走出国门，尤其在“一带一路”倡议提出之后，更是迎来了外贸出口的高峰期。据统计，东光县纸箱包装机械产品出口全球126个国家和地区，深受国外用户的青睐。目前，1/3的整机生产企业有出口业务，有35家企业拥有自营进出口权，年出口交货额达4亿美元左右。此次展会上，展出专利产品45种、260余台（套），占全部展出设备的23%。

“为更好‘走出去’，今年我们与南印度包装机械协会签订战略合作协议，与沧州普莱森进出口公司、沧州新思路进出口公司就跨境电商业务和印度海外仓业务进行洽谈合作，为企业‘走出去’搭建便利平台。”高腾表示。

有声图书长廊亮相商业街

不久前，一条20米长的有声图书长廊亮相沈阳中街步行街，吸引了市民和游客围观体验。只要戴上耳机或扫描二维码，就可以听到评书名家们精彩演绎的各种故事。　**黄金崑**摄（**人民视觉**）