

# 2020 双积分成绩单出炉 新能源汽车转型差距凸显

■本报实习记者 杨梓



近日,工信部发布的《2020年度中国乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分情况》(以下简称《积分情况》)显示,从2020年国内乘用车全行业来看,共产生420万分新能源汽车正积分、92万分新能源汽车负积分、1057万分平均燃料消耗量负积分、391万分平均燃料消耗量正积分;2020年车市产生的双积分负分缺口约338万分。

对此,业内人士普遍认为,得益于去年国内新能源汽车市场强势增长,新能源汽车正积分总体高于负积分,但平均燃料消耗量负积分远远大于正积分,表明车企转型发展的形势依然严峻。

## 今年车企双积分压力将陡增

《积分情况》显示,2020年统计在内的

117家境内乘用车生产企业中,67家企业新能源汽车积分为正值,20家新能源汽车积分为负值。其中,新能源汽车正积分超10万分的企业有11家,特斯拉以超过86万分新能源汽车正积分的成绩居首,比亚迪(包括比亚迪汽车和比亚迪工业)紧随其后,为75万分,上汽通用五菱位列第三,新能源正积分达44万分。

在新能源汽车负积分榜上,前10名大部分为合资品牌。其中,一汽-大众、上汽通用、上汽大众等榜上有名。同时,这几家车企的平均燃料消耗量负积分情况更为严重,其中一汽-大众油耗负积分近120万分。

就2020年双积分情况来看,2020年新能源汽车产生的正积分无法填补平均燃料消耗量负积分缺口。从今年7月1日开始,

我国将启用《乘用车燃料消耗量限值》强制性国家标准,将综合油耗测试标准从以前的NEDC(新标欧洲循环测试)切换为WLTC(全球轻型车辆测试循环),这将势必带来燃油车油耗的全面上升和新能源汽车续航里程的下降。届时,车企双积分压力将陡增。

去年6月,工信部修订的《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》明确了2021-2023年新能源汽车积分比例要求,分别为14%、16%、18%,这意味着新能源汽车产能权重需持续扩大。同时,随着每辆新能源汽车积分逐年减少,若车企无法提高新能源汽车产销量,燃油车产销不得不随之减少。

根据规定,如果车企没有满足新能源汽车的积分要求,将会受到暂停高油耗产品申报、高油耗产品生产等处罚。对于平均燃料消耗量负积分数量较大的车企来说,抵偿办法主要包括:使用本企业结转的平均燃料消耗量正积分、使用本企业受让的平均燃料消耗量正积分、使用本企业产生的新能源汽车正积分和购买新能源汽车正积分。

## 车企增亏风险加剧

全国乘用车秘书长崔东树对记者表示,在目前双积分政策下,车企不仅要满足新能源汽车积分要求,还要满足燃油车降油耗要求。然而,很多车企在燃油车领域发展较快、产量高,但在新能源汽车方面发展较慢,造成负积分缺口大,不得不通过购买积分来达标。

今年初,长安汽车董事长朱华荣曾表

示,2020年国内六大汽车集团的双积分均为负值,且因新能源汽车积分价格不断上涨,致使车企出现普遍增亏的现象。“以长安集团为例,2020年因双积分造成的单车减利约4000元。”朱华荣介绍。

对此,崔东树坦言,购买新能源汽车正积分将增加成本支出,同时,实现燃油车油耗降低也需要增加成本支出,这使得车企普遍面临增亏压力。

而且,一段时间以来,新能源汽车正积分价格水涨船高。据了解,新能源汽车正积分价格已从2019年的800-1200元/分升至如今的3000元/分。近期有消息称,双积分垫底的一汽-大众将向特斯拉购买积分,价格为3000元/分。

根据2020年双积分情况,特斯拉、比亚迪、上汽五菱、北汽、广汽、江淮汽车新能源汽车正积分有大量富余,且燃料消耗量积分也均为正积分,这些企业在双积分交易中可以通过出售新能源汽车正积分获利,而双积分负分较多的车企只能投入更多资金购买。

汽车行业分析师任万付对记者表示,政策倒逼产业升级和转型。“双积分政策覆盖所有车企,在公开公平的规则下,不同车企不同的应对策略造成了如今的差异。”在他看来,目前汽车市场竞争激烈,因双积分政策多支出的成本难以嫁给消费者。

## 买积分不能实现节能降耗

据介绍,双积分政策旨在提升乘用车节能水平,缓解能源和环境压力,建立节能与新能源汽车管理长效机制,促进汽车产

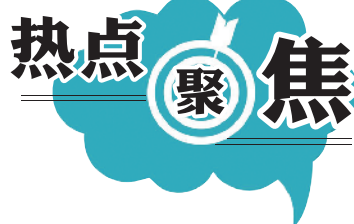
业健康发展。

除新能源汽车外,受访人士也对作为过渡车型的节能汽车表示看好。任万付指出,之前因为双积分政策强制考核时间较晚且交易价格不高,使得传统车企对节能汽车重视不够。然而,随着积分交易价格上涨,传统车企肯定会将目光投向节能汽车。

在新能源汽车独立研究员曹广平看来,发展节能汽车可以降低燃料消耗,增加燃油车正积分,是车企的又一发力点。崔东树也表达了相同的观点,但他也指出,节能汽车在实际推广中压力较大,还需得到消费者进一步认可。

双积分政策管理既考核车企的传统燃油车能耗,也对车企的新能源汽车发展情况进行考核。数据显示,2020年,我国新能源汽车产销量分别达136.6万辆和136.7万辆,同比增长7.5%和10.9%,连续6年位居世界首位;乘用车平均油耗较2016年下降达10%以上。

崔东树表示,车企应在提高新能源汽车产量的同时,做好燃油车降低油耗工作,而不是通过买积分来填补平均燃料消耗量负积分缺口。“大家都不买积分,这是我们最终的目标。”



## 企业透析

# 德系三强全力备战电动化

■本报实习记者 杨梓

近日,德系三强奔驰、宝马、奥迪(BBA)相继发布了2020年财报。总体来看,三家车企2020年销量和营收均较2019年有所下降。同时,三家车企进一步明确了电动化转型时间表及路线图。

## 奔驰营收领跑

财报显示,2020年梅赛德斯-奔驰乘用车销量为208.7万辆,同比下降13%;2020年宝马品牌的全球销量为202.87万辆,同比下降8.4%;2020年奥迪销量为169.3万辆,同比下降8.3%。

同时,2020年三家车企营收均有所下降,其中,奔驰营收超宝马和奥迪之和。数据显示,2020年奔驰母公司戴姆勒营收达1543亿欧元,虽然下降11%,但净利润达40亿欧元,同比增长48%。据了解,奔驰采取了一系列方法削减运营成本。戴姆勒股份公司及梅赛德斯-奔驰股份公司董事会主席康林松表示,预计今年公司全年销量、营业额和息税前利润将显著高于上年水平,其中奔驰乘用车及轻型商用车调整后销售回报率将达8-10%。

2020年宝马营收为989.9亿欧元,同比下滑5%,净利润仅为21.62亿欧元,下滑幅度达23%,税前利润率仅有2.7%。宝马预计2021年息税前利润率约为6-8%。此外,2020年奥迪营收为499.37亿欧元,同比下滑10.2%。

## 电动化转型提速

受全球汽车行业电动化转型热潮及欧洲碳排放政策日益严格影响,BBA再次强调电动化转型的决心。

康林松表示:“所有主要市场对我们各业务板块的产品一直有着强劲需求,电动化车型销量的迅速增长和新产品新技术的引入,让我们在电动化和数字化领域同样稳步前进。”

戴姆勒方面表示2021年将推出EQS、EQA、RQB、EQE等多款纯电动车型,助力市场启动,带动净利润提升。同时,该公司表示,未来将投资约100亿欧元扩大电动汽车车队,花费超过10亿欧元扩大电池生产,并购买超过200亿欧元的电池,以系统促进公司进入电力驱动的未来。

同时,从2025年开始,奔驰将基于MMA模块化平台推出更多电动化车型;到2030年,在电动车型占新车销量一半以上份额的同时,迅速减少内燃机车型投资,届时,内燃机车型数量将减少70%。

据统计,2020年宝马全球电动车销量为192662辆,同比增长31.8%,其中,纯电动车和插电混动车销量分别增长13%和40%。业内人士普遍认为,宝马的电动化效果最为显著。今年宝马的目标是在全球交付100万辆新能源汽车。

按照相关规划,宝马将在2023年前向全球市场推出12款纯电动车,保证在90%的细分市场为每一条生产线提供至少一款电动车。同时,宝马近日宣布,MINI品牌在2030年将成为纯电动品牌。宝马董事长齐普策表示,将把电动化、数字化、可持续发展转化为公司未来的竞争优势。

此外,在奥迪未来5年350亿欧元的投资计划中,电动化及混动方面的投资将达约150亿欧元。据悉,奥迪2021年将推出Q4 e-tron、Q4 e-tron Sportback等多款纯电动车,在2025年将至少推出20款纯电动车。

业界认为,奥迪转型最为彻底。近日,奥迪方面明确表示,将不再开发新的内燃机;到2035年,奥迪可能成为纯电动车品牌。

## 中国市场最受重视

虽然2020年全球车市起起伏伏,但

BBA在中国市场全部迎来正增长,而且,三家车企均将中国视为其电动化转型的关键市场。

齐普策指出,宝马在华市场的突破抵消了其在欧洲和欧洲销量的下滑。在中国市场,宝马累计销售新车77.7万辆,同比增长7.4%,同样,这也是宝马在华销量占比首次超过30%。宝马大中华区总裁兼首席执行官高乐表示,中国市场是数字化和电动化转型的最强引擎,宝马坚信中国将成为全球最大、最好的电动化市场。宝马一方面加大对中国市场电动化的投资,另一方面也将扩大本土合作。

2020年奥迪在中国市场销售新车70万辆,同比增长5.4%。奥迪董事会主席杜思曼在该公司全球年度新闻发布会上表示:“中国市场是奥迪未来成功的关键。”从2024年起,全新奥迪一汽新能源汽车公司将在长春投产基于PPE平台(与保时捷合作开发)的纯电动车型;到2021年底,奥迪将通过合资企业一汽大众实现12款新能源汽车国产。

另据统计,2020年奔驰(含smart)在华累计销售新车77.5万辆,逆势增长11.7%。业内人士认为,相较于宝马和奥迪,奔驰在中国的电动化转型稍慢一些,但正加速布局。据悉,该公司加快推进北京奔驰顺义新能源汽车工厂建设,将生产包括EQC在内的纯电动车型。

# 跨界造车拉伸产业链 质量监管要及时跟进

■王旭辉



近日,继阿里、百度等互联网巨头下场造车后,小米也宣布将进军智能电动汽车行业;恒大汽车联手腾讯、百度研发了H-SMART OS 恒驰智能网联系统;苹果将造车的主攻方向聚焦于软件定义汽车上……为抢占新能源汽车这一万亿级新蓝海,众多地产、手机、互联网等企业纷至沓来、跨界造车,势必带动诸多新理念、新技术、新设备进入汽车制造领域,实现融合发展,并延伸汽车产业链,同时,这也对新能源汽车质量监管提出了新要求。

其实,随着我国新能源汽车市场快速发展,有关新能源汽车的投诉事件也在同步增长。国家市场监督管理总局质量发展局此前发布的关于2020年全国汽车和消费品召回情况的通告显示,新能源汽车缺陷线索报告1173例,反映动力电池、电机、电控系统问题占缺陷线索的49.4%。

而且,随着汽车电动化、网联化、智能化发展提速,与传统造车相比,不仅增加了电池、芯片、车载系统等软硬件,还加快融合新能源、新材料和互联网、大数据、人工智能等多种变革性技术,持续提升消费者的驾驶体验。相比之下,电池、电机等问题“看得见、摸得着”,已暴露多年,多属于汽车制造领域,而逐渐暴露的人工智能等新技术应用问题,以及数据泄露等问题涉及面更广、更复杂,也更难监管。如近日河南郑

州Model 3车主因素要追尾事故前30分钟数据与特斯拉方面一度僵持不下,最终协调将数据和车辆送至第三方检测。

目前,我国执行的汽车召回管理办法中没有针对新能源汽车的详细规定,在2019年发布的《进一步加强新能源汽车产品召回管理的通知》中,也只是要求零部件生产者获知新能源汽车某些部件存在安全隐患的,要向市场监管总局报告并通报整车生产者,同时配合召回、停止生产销售相关产品。那么,对于融合新技术、新设备带来的软件更新、设备运维等问题,以及软件不稳定等引发的新能源汽车质量问题,应如何监管呢?而且,汽车数据泄露不仅关乎用户隐私、行驶安全,其涉及的道路网数据、导航数据、环境影像等具有地图测绘属性的数据还事关国家安全,这又如何管控呢?

因此,作为跨界融合创新的新能源汽车,对新技术、新设备的应用要持更加谨慎的态度,需经过更加严格的验证后,才能用到车上。同时,融合创新后的造车技术,不仅应符合汽车管理相关法律法规,也要与交通管理、地理信息、网络安全等领域的相关法律法规相适应。

当然,法规完善是一个复杂、系统的过程,需要普遍调研、汇总、分析、研讨,才能有所突破、贴近实际。但毕竟我国新能源汽车快速发展多年,已初步暴露出部分问题。因此,在行业即将大爆发的关口,相关工作需加快开展,才能有的放矢。工信部装备工业一司近日组织编制的《智能网联汽车生产企业及产品准入管理指南(试行)》提出,建立覆盖车辆全生命周期的网络安全防护体系。这对新能源汽车全生命周期的质量监管而言,无疑是一个好开端。

