

新能源汽车： 车企未来发展的方向



4月14日,为期9天的第117届纽约国际车展在纽约贾维茨会展中心拉开帷幕。来自欧洲、美洲、亚洲的知名汽车品牌纷纷推出新车型,从经济实惠型到高端豪华型,展现更多、更全、更新的生产模式、研发能力及产品成为参展重点。与此同时,多款纯电动车、插电式混合动力车及油电混合动力车等新能源车型的集中亮相也成为本届车展一道亮丽的风景,预示着世界车企未来重要的发展方向。

新能源项目成为众多车企的必争之地

作为各大汽车品牌宣传推广的重要渠道,参加国际车展是各个汽车企业每年都要上演的重头戏。纽约国际车展诞生于汽车行业十分活跃的美国市场,迄今已有上百年历史,展期一般为9天,每年都吸引超过100万人次参观,无疑对各个汽车制造商都极具吸引力。

在本届车展上,各大汽车厂商不约而同地推出了自己的新能源车型,规模均超过前两届。大众、宝马、奔驰、福特、雪佛兰、本田、日产、现代和起亚等推出的新能源车型超过10个。例如,大众旗下的唯一纯电动车“电动高尔夫”、宝马的iPerformance系列、奔驰的Smart车型、雪佛兰的Bolt EV、本田的Clarity以及起亚的Soul EV等等。

“社会的进步、科技的发展,以及人们对环保需求的增强,是新能源汽车近些年来引起世界关注的主要原因。”德国大众产品专家斯派塞在接受本报记者采访时如是说。他说,因为环保、替代能源等因素的驱动,市场需要提供更多的产品选择。以“零污染、零排放”为主要特点的纯电动汽车就是一种成本更低且能量转换效率更高的产

品。“电动高尔夫”是德国大众公司目前唯一一款纯电动汽车,到2025年,大众计划推出8款完全不同的纯电动汽车,相信新能源汽车将成为未来汽车发展的方向。

被认为是特斯拉潜在竞争对手的路西德汽车公司(Lucid Motors)市场部经理大卫·萨尔古耶罗在接受本报记者采访时说:“节能减排、绿色环保的新能源汽车符合现代人的环保理念。随着全球排放标准日益严苛、常规能源的日渐匮乏,越来越多的车企开始发力新能源项目,并寄希望于依托新能源车型逐步减少碳排放以及对常规能源的依赖。油电混合动力、纯电动、插电混动、太阳能、天然气以及氢燃料电池等新能源项目必将是众多车企的必争之地。”

新能源汽车普及离不开政府的政策支持

最新统计数据显示,美国电动汽车的销量2017年1月创新高,达到12万辆。其中,插电式混合动力汽车比去年同期增长了86%,纯电动汽车增长了41%。

雪佛兰销售代表托尼·福廷告诉《人民日报》记者,加利福尼亚州是美国目前新能源汽车的主要销售市场。虽然美国电动汽车的销量有所上升,但市场规模依然很小,约占美国汽车总销量的1%。他说,由于消费者对新能源汽车不了解,包括对电动汽车电池技术、续航里程能力以及配套设施建设滞后等因素的顾虑,尽管消费者需要更多选择的机会,但在短时间内不会完全接受新能源汽车,这是制约新能源汽车市场占比的重要原因。

福廷指出,不少车企已经推出或者准备推出纯电动车产品,但其市场接受度依然有限。此

外,从汽车生产商而言,其在传统的燃油汽车销售领域仍有较大的利润和盈利空间,因此,也并不急于推进新能源汽车项目。

福廷认为,新能源汽车的普及离不开政府的政策支持,但毫无疑问,新能源汽车将是汽车制造业未来前进的方向。

中国将成为全球最大的新能源汽车市场

美国波士顿咨询公司在一份研究报告中预测,到2020年,中国将成为全球最大的电动汽车市场。未来10年中国会有500万辆电动汽车上路行驶,大约相当于同期新车总销售量的7%。

目前,美国的通用、福特,德国的大众、宝马,日本的丰田、本田,以及韩国的现代和起亚等都在下大力气加速研发,推出新一代新能源汽车。包括中国在内的亚洲地区,新能源汽车市场正在蓬勃发展。现在很多汽车品牌都在积极寻求在中国的电动汽车发展之路。

萨尔古耶罗说:“自动驾驶技术、电动汽车电池技术、汽车分享等各种技术和理念的创新层出不穷。汽车制造商也在持续投资,改进燃料效率,提供更多电动汽车供用户选择。随着科技的进步,制约新能源汽车行业发展的电池技术必然将会取得突破。”

萨尔古耶罗说:“中国市场对路西德汽车公司的发展非常重要。中国政府重视环境治理,强调将增加清洁能源汽车的保有量。按照中国政府的计划,到2018年,中国在公路上行驶的电动汽车数量将达到汽车总量的6%,这也成为我们必须关注中国市场的一个重要原因。我对新能源汽车的未来前景感到乐观。”

(任保)

新版汽车销售管理办法出炉 4S店不再一家独大

商务部日前正式公布了《汽车销售管理办法》,并将于7月1日起正式施行,推行了近12年的《汽车品牌销售管理实施办法》也将同时废止。业内人士和专家表示,未来汽车销售将不再只是单一的4S店渠道,汽车超市、汽车卖场、汽车电商等新的汽车销售模式未来或将大行其道,更多社会资本将进入汽车销售领域。消费者购买汽车和后期维修保养的费用也将会降低。

据介绍,目前汽车销售领域所遵循的是2005年出台的《汽车品牌销售管理实施办法》。其确立了汽车品牌授权销售体制,要求销售汽车必须获得品牌授权并实行备案管理。这使得各个汽车品牌企业构建了以4S店为主体的汽车流通网络,在前期对于推进国内汽车市场发展起到了推动作用。但随着国内汽车市场飞速增长,汽车年产量已经达到2800万辆,单一品牌授权销售体制已经越来越不能适应市场的需要。

汽车销售管理办法的正式发布,从根本上打破汽车销售品牌授权单一模式,汽车流通体系真正进入社会化发展阶段,重新调整了厂家与经销商的关系,强化现有市场的规范运行。

与之前的品牌销售管理办法相比,新的汽车销售管理办法打破了品牌授权销售单一模式,推进授权销售与非授权销售并行,实行多样化销售模式,着力引导规范汽车供应商与经销商的交易行为,并且取消了总经销商和品牌经销商备案管理制度,强化事中事后监管。在新办法中,经销商可以出售未经供应商授权销售的汽车,供应商不得限制经销商为其他供应商的汽

车提供配件及其他售后服务。同时,供应商不得规定整车、配件库存品种或数量,或者规定汽车销售数量。

中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长苏晖表示,取消授权备案制,把汽车作为一般的流通性商品对待,放宽市场准入,有利于市场竞争,新办法允许授权和非授权模式同时存在,未来市场渠道将进一步多元化,必将有效推动汽车销售市场更加活跃。

新办法的发布不仅改变了现有汽车销售领域的格局,更重要的是为更多进入汽车销售市场的主体打开了大门。北京运通国融投资有限公司总裁李斌表示,新办法出台后,打破了之前4S店一家独大的模式,供应商和经销商的选择都比以前更多,更多的社会资本将会进入汽车流通行业。

实际上,已经有很多外来者开始布局汽车销售。进来,包括国美、苏宁在内的传统消费电子的零售企业都开始争相进入汽车销售领域。日前,国美在线对外发布了新一年汽车战略合作招商方案,内容涵盖新车、二手车、后市场、汽车金融等领域,其中包括与行圆汽车在全国共建4000家独立门店。而在家电超市卖车,在美国早已不算什么新鲜事。美国第二大零售商好市多的年度售车规模已突破40万辆,且正在逼近美国最大经销商集团。排在Costco之前的沃尔玛最近也按捺不住,近期也发布了售车计划,联合美国最大的汽车经销商AutoNation以及数家合作伙伴共同启动汽车销售项目,预计每家沃尔玛超市每年销售新车和二手车1000辆。

(经济参考报)



到2018年,中国在公路上行驶的电动汽车数量将达到汽车总量的6%