

中国新能源汽车 技术路线图清晰可辨

策划语:

整个“十二五”期间,国家将优先并重点扶持发展纯电动汽车、插电式混合动力汽车,大幅提高电动汽车(包括纯电动汽车、插电式混合动力汽车)的累计产销

量,并基本上确定了以动力电池、电机和电控技术为发展电动汽车需要突破的三个核心技术方向。

这一技术路线图清晰地勾勒出我国新能源汽车的美好蓝图:计划在2015年实现电动汽车的市场保有量达50万辆以上,节能型混合动力汽车保有量达100万辆;到2020年,电动汽车市场保有量将达500万辆,节能型混合动力汽车占乘用车产销量的50%以上。

新政 XinZheng

新能源车 标准出台 车企应混合动力和纯电动“两手抓”

钟良

近日,经信部、科技部、国家发展改革委等多部门反复论证,我国新能源汽车范围划分为插电式混合动力汽车、纯电动汽车、燃料电池汽车,而非插电式混合动力汽车(即普通混动汽车)被划为节能汽车,不算在新能源汽车范畴内。

按照现有政策,节能汽车只能

享受3000元的财政补贴。而插电式混合动力乘用车每辆最高补贴可达5万元,纯电动车可达6万。同时,按照《中华人民共和国车船税法实施条例(征求意见稿)》的规定,对纯电动汽车、燃料电池汽车和插电式混合动力汽车免征车船税,其他混合动力汽车只享受按照同类车辆适用税额减半征税的优惠。

财政补贴缺位以及相对于传统

燃油车来说价格太高,让普通混合动力汽车在私人消费市场还难以打开局面。初步统计,目前我国只有丰田、通用、长安、本田等少数企业推出或者曾经推出过混合动力车。而且丰田普锐斯、本田思域混合动力、君越混合动力等已经相继停产,目前市面上销售的混合动力乘用车仅有凯美瑞混合动力、长安杰勋混合动力以及雷克萨斯等豪华品牌混

合动力产品,但销售业绩也未达预期。

支持者认为,混合动力汽车是现阶段中国节能与新能源汽车发展的必经之路,应该建立以节油率为主要指标的财政支持政策,才能推动节能与新能源汽车产业进入快速发展的轨道。虽然普通混动汽车作为“非新能源汽车”成为铁定事实,但由于《节能与新能源汽车产业发

展规划》一直尚未出台,车企依旧对普通混动汽车可能获得的政策红利怀有畅想。在此基础上,业内似乎认为:决策层或会将产业政策和科研政策区分对待。

所以,基于既有的技术和市场,车企则多两手准备:采取混合动力和纯电动两手抓的策略进行自己的战略布局。

经验 JingYan

欧盟国家 目标明确 推广新能源汽车 《清洁能源与节能汽车欧洲战略》定下两大目标

去年,欧盟公布的《清洁能源与节能汽车欧洲战略》定下两大目标:一是以传统发动机为基础不断提高效率和清洁度,二是开发超低排放的新能源汽车。具体措施是通过立法控制排放,鼓励银行投资加强科研支持,通过税收提高清洁能源汽车的市场占有率。欧盟还着重对电动汽车作出部署,提出制定电动车的共同标准,鼓励建立面向大众的充电站,推动智能充电电网的发展,促进电动车电池的开发研究和回收利用等。

前景目标多

欧盟委员会工业和企业事务委员安东尼奥·塔亚尼认为,欧洲汽车行业发展将迎来转折点。目前,欧盟新能源汽车发展仍处于起步阶段,虽然各种新能源概念车种类繁多,但市场份额低,配套设施欠缺,消费者信心有待提振。

欧洲汽车制造商协会高层主管彼得·多莱西表示,欧盟市场每年售出1400万辆新车,新能源车不足1%,其中包括电动车、混合动力车、氢能汽车等。尽管欧盟目前鼓励多种清洁能源技术的发展和汽车厂商的创新,市场总体上也比较开放,但政策方向不够清晰,目标太多太杂,令汽车制造商无所适从。

多莱西说,发展电动汽车需因地制宜,充分考虑欧盟各成员国的能源构成,比如煤炭丰富的国家若用煤发电,再支持电动汽车发展,能耗和温室气体排放总量依旧难以减少。此外,电动汽车的电池能力和充电设施建设是一大障碍,因此欧盟必须加大技术研发和对基础设施建设的投资。

在使用方面,由于电动汽车仅适用于短途旅行,尽管欧洲民众环保意识强,但从实用性考虑,目前大多数家庭不愿将现有的传统汽车更换为电动汽车。因此要推广新能源汽车,其所需的基础设施、税收及补贴政策都需要进行广泛而长期的投入和调整。

变相“劝退”传统汽车

欧盟多年来大力提倡节能减排,民众的环保意识较高。在目前新能源汽车尚未成为市场主流的情况下,各成员国政府比较注重控制现有汽车的数量并改善传统汽车的减排水平。

注重公共交通。以欧盟总部所在地布鲁塞尔为例,地铁、轨道、电车等公共交通四通八达,而且每逢重大节日,公共交通一律免费。布鲁塞尔每年还举办一次“无车日”活动,普通社会车辆禁止通行,公共交通对所有市民免费开放。

鼓励自行车出行。比利时多年来坚持实行自行车出租半小时内免费的制度,城市街头和路边都有固定的自行车停放点供自由租借和归还,自行车租赁的月卡或年卡费用相较于其他交通方式也便宜很多。在哥本哈根欧洲环境署的办公大楼,约有170个自行车停车位,但汽车停车位只有一个且专供一名残疾人员工使用。

限制汽车使用。目前,欧洲一些国家和城市正逐步采取一些“消极”手段变相“劝退”私家车。部分城市限制新建购物中心与商务大楼的停车面积,街道两边的停车位越来越少,甚至德国慕尼黑这样的传统汽车城市也逐渐转变为“步行者的天堂”。伦敦、斯德哥尔摩等地已规定私家车车主须支付交通拥堵费才能驶入市中心。近年来,德国部分城市实施“环保地带”计划,即“环保地带”仅允许低排放车辆驶入。

(文 文)



丰田新能源车

初步统计,目前我国只有丰田、通用、长安、本田等少数企业推出或者曾经推出过混合动力车。而且

徐旭忠 田建军 李志勇

当前,一些地方政府和企业打着“低碳”、“节能”、“环保”的旗号,热衷上项目,铺摊子,跑马圈地,纷纷进军电动汽车领域,电动汽车行业发展出现“虚热”症状,潜藏巨大市场风险,应引起足够重视。

投资风险

目前,电动汽车在我国尚属研发阶段,离产业化还有一定距离,在技术尚未成熟、路线尚未确定的前提下就大规模进行产业链建设投资,风险很大。例如,在发展混合动力汽车上业界就存在争论。作为在日本上市已达十数年,累计销售量超过200万台的混合动力汽车,因为技术的相对成熟,在国内有大量拥趸,包括长安、一汽、奇瑞、比亚迪等在内的厂商纷纷研发并推出混合动力汽车产品。一位汽车企业负责人认为,纯电动汽车的各项技术尚未过关,短期内无法实现产业化,而混合动力汽车技术较为成熟,可适当发展。

东风汽车股份有限公司总经理助理朱文灿说,当前,一些地方政府为追求政绩,提升城市形象,打着“低碳”、“环保”、“节能”等名义盲目上电动汽车项目。由于电动汽车目前没有标准,有技术没技术的都可以上,于是一些游资圈项目、圈土地,然后

把脉 BaMai

风险 中国电动汽车发展的三道“坎” “虚热”居高不下

转手一卖,趁机大赚一笔。风险则留给了后来者,甚至地方政府。

资源风险

不加选择,一窝蜂地进行电动汽车及配套产业的投资,同样也留下了巨大资源浪费的风险。

2010年初,奇瑞纯电动车M1-EV正式进行示范运营,大规模量产尚无明确时间表,但电池配套企业却蜂拥而至,提前布局。近两年,在安徽芜湖奇瑞汽车公司周边,已经有100多家电池配套商陆续在当地建厂。

有关专家称,事实上,国内电池技术尚未成熟,处在研制试验阶段,大规模产业配套为时尚早,方向不明朗,配套选择失误必然带来新一轮资源浪费。

电动汽车充电设施建设也出现了“跑马圈地”之势,引起业内人士和专家担忧。以国家电网为例,根据规划,国家电网将分三个阶段大力建设充电站和充电桩。第一阶段(2010年)充电站主设备总投资规模将达到

3亿元,在27个网省公司建设75座充电站和6209个充电桩,初步建成电动汽车充电设施网络架构。在此后至2020年的两个阶段,国家电网将分别投资140亿元、180亿元,共建成电动汽车充电站10000座,同步全面开展充电桩配套建设,建成完整的电动汽车充电网络。

清华大学汽车工程系教授陈全世表示,能源企业投资充电站热情高涨,对推进电动汽车产业发展来说是个好消息。但在国家标准没有建立的情况下就大规模建设充电设施,有的可能以后得推倒重来,势必造成巨大资源浪费。他指出,充电站建设必须科学规划、战略布局。

一位国内整车企业负责人表示,如果当地没有成熟需求,那些“耗费数千万元建成的充电站和充电桩就将成为摆设”。

消费风险

由于缺乏技术标准,有技术没技术的都可以上项目,纷纷争取享受国

家补贴,从中分“一杯羹”,导致一些不成熟的产品大量进入市场,为市场消费埋下了隐患。

据了解,目前我国共有208款电动汽车进入汽车新产品公告,其中有73款混合动力汽车、126款纯电动汽车和9款燃料电池汽车。然而,进入公告的208款车型,实际产量不到一万台,且大部分是在示范实验阶段,良莠不齐。

调研中,记者发现,在一些企业申报的新产品中,不乏临时找几家零部件厂临时拼凑的例子,其产品不仅没有核心技术,而且基础材料都是从国外进口的,申报的材料甚至造假痕迹明显,却最终能够堂而皇之地公告,拿到“准生证”。怪不得会出现个别地市的领导,为当地企业上工信部的新产品公告,带队到北京开展公关,竟放出豪言,开出了1000万元的天价回扣。

北汽新能源汽车有限公司总工程师廖越峰说,目前,全国共有140多家具有汽车生产资格的汽车厂,其中轿车约20-30家。按照规定,申请

新能源汽车产品资质和上汽车新产品公告,必须并购上述企业才行。于是,这些企业便被盯上了,成了游资炒作的对象。

业内人士表示,在电动汽车技术尚未成熟的情况下,对电动汽车进行高额补贴,让不成熟的产品大规模走向市场,不仅会造成资源的极大浪费,而且会拔苗助长,为市场消费留下质量、安全隐患,对市场培育不利,对电动汽车产业的长远发展产生不利影响。

专家认为,我国应重视当前电动汽车发展中的“虚热”现象,一是要抬高门槛,加强新能源汽车产品的准入管理,避免电动汽车成为游资炒作的对象,钻政策的空子。二是要加强汽车项目的引资、并购和合作管理,鼓励有技术、有实力的企业进入电动汽车行业,提高电动汽车发展水平。三是加强对电动汽车产品示范运营管理,实行优胜劣汰,防止不成熟的产品大规模进入市场,为促进电动汽车产业化创造良好的市场环境。

稳健向上 领跑行业 东风商用车前7月销售量同比增长14.7%

陈智慧

上半年,面对国内中重卡市场下行的不利局面,东风商用车公司却仍然取得了市场份额的增长,并取得合资以来中、重卡首次位列行业第一的成绩。下半年伊始,东风商用车公司依然保持稳健向上的经营态势。据经营快报显示:该公司7月销售汽车22万辆,前7月累计销售21.5万辆,

同比增长147%,销售量和增幅远超行业水平,为下半年销售目标的达成抢得先机。其中,东风品牌中、重卡7月销售14万辆,前7月累计销售154万辆,继续领跑行业。

受宏观经济持续走弱影响,国内行业市场高开低走,中重卡需求下降。在重卡市场,东风商用车公司7月销售超过1万辆,成为当月唯一突破万辆大关的企业,前7月累计销售

达11.6辆。在中卡方面,东风天锦连续突破月销4000辆大关,前7月累计销售38万辆。在销售淡季,东风商用车紧盯市场走势,通过及时调整销售战略,持续打造DCSW营销模式,不断推动价值营销,依然保持行业领头羊的位置。

合资以来,公司借鉴先进管理理念和模式,通过导入、学习和本土化开发了KPI考核、QCD改善、CFT、

V-UP等管理方式,企业管理水平和效率不断提升,运营能力不断增强。7月,东风商用车公司本部销售超过1万辆,前7月累计销售近11万辆,同比增长6.9%。东风商用车子公司也有不俗业绩,东风柳汽前7月销量同比增长41%,增速持续走强。其中,东风柳汽旗下MPV一直保持高速增长,同比增长160%。

在市场趋缓的环境下,东风商用

车公司取得这些成绩难能可贵,表明东风商用车核心竞争力的提升,应对市场波动和抵御市场风险的能力得到增强。公司相关负责人表示,东风商用车将继续推进DCPW(东风商用车生产方式)和DCSW(东风商用车营销模式),持续提升制造能力和营销能力,放眼未来,稳健运营,于逆势中实现发展,持续强化公司可持续发展能力。

(文 文)