

企业写真 | Qiye Xiezhen

节能减排 中国汽车业如何借机“弯道超车”

杜悦英

眼下，中国汽车业正在面临一场源自于节能减排压力的行业变革，一揽子相关政策密集出台或正在酝酿。仅最近几个月，就有《北京市老旧机动车淘汰更新方案》、节能汽车补贴油耗门槛提高等针对终端消费层面的政策出台，加之氮氧化物、温室气体等“十二五”污染物减排目标已明确需要由汽车行业落实部分指标，这场行业变革已是箭在弦上。

事实上，中国汽车业在应对气候变化、缓解资源环境压力、完成减排指标等诸多压力下，节能减排的组合拳正在发挥日益强劲的作用，相关政策标准的出台也在计划之中。“中国已经在考虑实施燃油经济性标准和温室气体排放的相关标准。”一位接近环保部的消息人士日前对中国经济时报记者透露。

新标准倒逼企业进步

燃油经济性标准和温室气体排放相关标准对于中国企业来讲或许还是新鲜词，但对于欧盟、日本、美国的汽车厂商来说，相关标准给企业带来的酸甜苦辣，他们已然毫不陌生，相对落后的国家正在尝试突破标准，进行改变。

以美国为例，长期以来，美国汽车业的燃油经济性标准和温室气体排放相关标准在主要发达国家中一直处于落后状态，根据能源基金会提供的数据显示，美国乘用车的温室气体排放量平均为每公里 220 克 CO₂ 当量，中国为每公里 185 克 CO₂ 当量，欧洲为每公里 140 克 CO₂ 当量，日本则为每公里 130 克 CO₂ 当量。而去年至今，在标准原本最为落后的美国，新标准接



连亮相：2010 年 5 月，美国政府完成了模型年 2012 - 2016 年乘用车温室气体和燃油经济性标准的制定；2011 年 8 月，政府完成了重型车辆温室气体和燃油经济性标准（模型年 2014 - 2018 年）的制定，标准规定，和 2010 年基准车辆相比，到 2017 年长途卡车排放量要减少 9% - 27%。

根据上述标准，美国 2025 年拟达到排放每公里 107 克 CO₂ 当量，而中国的既定目标则是 2020 年每公里排放 117 克 CO₂ 当量，“美国现在准备超过中国，在 2025 年成为一个在汽车业节能减排上走得远的国家，除非中国继续采取有关行动。”能源基金会高级副主席兼中国可持续能源项目总裁林江对记者表示，在国际舞台上，中国汽车业眼下正处于由大转强的关键阶段，中国在节能减排的相关政策上能否快马加鞭，进而倒逼企业提升技术、

控制成本，将成为参与未来竞争的关键。而在这一过程中，美国似乎希望通过新标准的制定，来重新夺回在金融危机中日渐削弱的全球行业主导地位。

林江认为，经济全球化势必带来各国汽车业之间的交融，在中国公司走出去，国外公司走进来的过程中，核心竞争力愈加重要。中国车企需要以更好的产品和更新的技术来适应未来全球市场的变化，而在这一过程中，竞争会进一步加剧，竞争压力下，必然包含起于政策层面的技术要求。

一些企业担心，为满足新标准而进行的新的技术改造等，将增加企业成本，对此权威人士则并不认同。国际清洁委员会的董事会主席 Michael Walsh 表示，新标准推出是一种动力，将倒逼企业进行技术攻关，而在这一过程中，企业会挖掘新技术，互相竞

争，降低成本，根据以往其他行业的经验，从最后结果看，所花费的成本远远低于当时预计的成本，省油带来的经济效益将远远超出成本提高的幅度。

对于长期的节能效果来说，电动车技术和燃料电池技术都是厂商们不断研发的方向，而且随着汽车产销量不断上升，电动车和燃油电池车技术能够带来显著的节能效果，可能达到 50%、60%甚至 70%。

中国企业能否“超车”

对于中国汽车业来说，节能减排因素带来压力愈加凸显。除了一直备受关注但尚未最终出台的《节能与新能源汽车发展规划》外，在国际市场，有来自欧盟等地区整车形式认证的内容中的环保相关条款；在国内市场，则有《北京市老旧机动车淘汰更新方

案》、节能汽车补贴油耗门槛提高等最新政策，剑指严控机动车污染排放。

中国经济时报记者在采访中也了解到，汽车企业对于节能减排新政大多给予积极支持。以“北京市老旧机动车淘汰更新”为例，记者日前从亚运村汽车交易市场主办的信息会上了解到，该系统运营至今已两月有余，运行平稳，越来越多的车企加入备选行列。截至记者发稿，该平台已有 35 家车企的超过 1500 个车型可供消费者选择。平台启动初期未参与的大众、通用等主流车企，也已承诺加入，据北京市环保局副局长杜少中 10 月 13 日在“2011 年全国环保局长石家庄论坛”上透露，一汽大众速腾、宝来、捷达 3 个品牌 23 个车型已上平台，一汽轿车品牌和上海通用旗下车型也即将登陆。据北京环境交易所王鹏宇介绍，截止到 10 月 9 日，北京市老旧机动车淘汰更新系统咨询浏览总量已达 1321039 人次；系统共接到补助申请 24150 例，其中通过审核的有 21770 辆。在此基础上，共申请新车奖励凭证 2687 张，已有 2058 人使用企业奖励并通过平台购买了新车。与 8 月份相比，系统在 9 月份的运行过程中咨询浏览量、申请量、奖励凭证申请量和兑现量等数据均有所上升，上升比例分别达到 123%、77%、348%和 550%。

对于中国车企能否借标准之力实现“超车”，业内人士分析称，这最终取决于汽车、石油、环保三个行业的利益博弈结果，即政策何时出台，力度会有多大。但是从企业角度看，中国汽车企业应当吸取美国汽车巨头当年的教训：主观上，不应当逃避新标准带来的新压力，而应当视为转型的动力，积极适应，只有提供消费者真正需要的车型，中国车企“超车”才能变为现实，其国际竞争力和永续发展方可获得保证。

郑州日产 借“帅客”驶入大众视野

“帅客瞄准的就是微客升级换代的市场。”郑州日产汽车有限公司(下称“郑州日产”)总经理郭振甫日前接受记者采访时表示。正处于产品战略转型关键时期的郑州日产试图借帅客上市再探大众车市。

郑州日产此次上市的帅客分别为舒适型和标准型，其中帅客 1.5L 标准型售价为 65800 元，舒适型售价为 71800 元。此外，作为升级置换的条件，如果原有的微客报废或作为二手车转让，还可享受郑州日产给予的 6000 元升级置换补贴；扣除补贴后两款车售价分别为 59800 元和 65800 元。“补贴后帅客的价格已经进入到高端微客 4 万 -6 万元的价格战区段。”郭振甫说。

郑州日产副总经理郝身健告诉记者，补贴行动是与供应商、经销商共同达成的，考虑到总投入和现实承受能力，补贴数量定在 5000 辆。“我们想用这 5000 辆车告诉消费者，帅客就是未来替代微客的升级换代车。”

由于缺少大众类车型，郑州日产过去几年一直徘徊在大众视野之外，但按照其五年中期事业规划，郑州日产的总体思路是逐渐从“小众”转变为“大众”，营销模式从“大宗”转变为“大宗 大众”。2010 年 6 月，随着 NV200 这款带有大众车型特征的新车上市，郑州日产“LCV 专家”的定位正在被小心翼翼地突破。此次帅客的上市无疑是郑州日产转身大众的进一步尝试。

(唐黛)

斯巴鲁公布五年计划 拟开辟中国市场



斯巴鲁总裁吉永泰之日前公布了斯巴鲁集团新五年计划：2016 年之前，全球销量增至 90 万辆，其中中国市场销量为 35 万辆，推出 XV 小型跨界车、BRZ 轿跑车及斯巴鲁的第一款混合动力汽车来扩大其用户群。

由于受到 3 月日本特大地震与海啸的影响，斯巴鲁汽车集团部分工厂被迫停产，零部件供应紧张，美国销量锐减。直至 9 月份，销量仅上升了一个百分点，而整个汽车行业上升了 10%。近几年斯巴鲁汽车销量一直高于美国汽车行业平均水平，去年美国销量为 26 万辆。吉永泰之表示，今年由于受

地震影响库存有限，将保持销量在去年水平。而由于新款翼豹等斯巴鲁新车型的推出，明年预期销量为 30 万辆。斯巴鲁车型阵容将全面更新，一年更新一款车型，此外还会推出 XV 与 BRZ 轿跑车等新车型，扩展更多用户。

据悉，斯巴鲁集团目前年产能为 62 万辆，为实现 2016 年 90 万辆的销量目标，产能还要继续提升 20 万辆，此外在日本还有约 8 万辆代工生产的小型车。因此，为实现 90 万辆销售目标，斯巴鲁日本本土产能需由 46 万辆提高至 50 万辆。

此外，吉永泰指出，目前斯巴鲁海外市场主要是美国，年产量约为 16 万辆。为实现 90 万辆的销量目标，斯巴鲁计划开辟中国工厂，年产能将为 15 万辆，并将同时将美国产能提升为 17 万辆，届时斯巴鲁的海外年产能将达到 32 万辆。

(搜狐汽车)



中国重汽“重磅”登陆 东营国际石油石化装备展览会

日前，在有 15 大类、3000 多个品种参展的第四届中国(东营)国际石油石化装备与技术展览会上，各企业纷纷亮出了自己的得意产品与看家技

术。来自国内重型汽车龙头企业——中国重型汽车集团有限公司下属的卡车公司、特种汽车公司、泰安五岳专用

汽车、专用车和特种车辆共计有 6 辆汽车精彩展出，有力地展现了中国重汽做足“重”的文章，实现“特”的发展目标。本报记者 赵健 摄影报道

公车采购新规出台 合资 B 级车几乎悉数出局

最新出台的《党政机关公务用车配备使用管理办法》(以下简称《办法》)将于近日付诸实施。

《办法》对党政机关公务用车、省部级干部公务用车的配备使用管理办法，令公车改革再度引发关注。

其中备受关注的，是一般公务用车采购标准将由 20 升排量、25 万元以下的标准，下调至 18 升排量、18 万元以内。此次公车采购新规，几乎令合资品牌的 B 级车全部出局，对不具备价格优势的自主品牌车型可谓重大利好。各自主品牌也纷纷出招，布局“双 18”标准下的公车市场，力图翻身。

自主品牌良机显现

在中国，长期以来公务用车采购的近 90%都是合资品牌。而根据国家支持和自主品牌汽车企业的政策，未来自主品牌在公务用车采购中所占比例将上升至 50%以上，此次公车采购新标准中更明确，“党政机关应配备使用国产汽车，对自主品牌和自主创新的新能源汽车，可以实行政策优先采购”。

从目前的中高级车阵营来看，18 万至 25 万价格区间基本被合资品牌车型所占据。自主品牌在中高级公车市场所占比例不高。相反，标准下调至 18 万元后，不少主流合

资品牌基本被排除在外，这也给自主品牌让出了巨大的市场空间。而自主品牌在 2011 年国内过得并不顺心，根据汽车工业协会统计数据显，2011 年 1-9 月，乘用车自主品牌共销售 44529 万辆，同比下降 0.80%，占乘用车销售总量的 42.26%，占有率较上年同期下降 3.09 个百分点。自主品牌显然也需要公务用车采购来刺激销量的提升。

各出招数谋略布局

国家公车采购在同等质量下，做出了明显优于自主品牌的选择，这样明显的政策信号作用于市场，

产业时评 | Chanye ShiPing

汽车节能 尴尬难免

李永钧

自 10 月 1 日起，中国最新的节能汽车推广补贴政策开始施行，这项由工信部公布的政策显示，从 10 月份起，节能汽车入网产品的平均百公里油耗将从 6.9 升降低至 6.3 升，单车补贴 3000 元的标准则不变。

根据工信部网站历次发布的节能汽车产品入围补贴名单统计，在新政施行之前，总共有 427 款车型可享受节能补贴，已基本覆盖 1.6L 及以下排量的在售主要车型。而 10 月 1 日新政施行后，按照新的油耗标准统计，将至少有七成的车型会被淘汰出局，不能继续享受补贴。

据公布的第一批享受补贴的节能车型名单显示，仅有 37 款车型入围，而在原来以百公里油耗 6.9 升的标准衡量，有多达 70%左右是自主品牌车型，因此随着节能补贴新政的出炉，自主品牌企业的销量将会遭遇非常大的负面影响，不得不在夹缝中求生存。

按照新的 6.3 升 / 百公里标准衡量，现行的列入“节能产品惠民工程”目录的车型中，朗逸 1.6、悦翔 1.6、威志 1.5 等原有达标车型均达不到新标准；即使像颐达 1.6 和飞度 1.3 这样的合资小车也不达标；更有甚者，连来自欧洲的最新成熟车型高尔夫 1.6(自然吸气发动机)也达不到新标。

这一新政出台后，市场反应强烈，由于可选择车型大幅缩减，小排量车型交易量立即走低。据北京亚运村汽车交易市场中心统计，10 月 1 日—7 日的黄金周长假中，该市场的累计交易量比去年同期下降 20%。特别是受节能惠民补贴政策变化影响，1.6L 以下车型交易量较去年同期下降高达 61.5%，而 1.6L 以下自主品牌车交易占比更从去年的 50%下降至 26.8%。

业内人士认为，6.9 升和 6.3 升中间的差异不仅是数字的差异，而是在内涵、技术上应该存在巨大的差异。燃油消耗控制方面的有关政策收紧意味着节能减排的压力正在日益增大，对于中国自主品牌汽车来讲，将面临更大的生存压力，而这也正是中国汽车工业实现转型升级的困惑。中国自主品牌汽车企业应该学会在缺少政府政策鼓励的情况下从容应对市场竞争。

从节能减排的角度说，中国汽车工业一直在努力追随发达国家的脚步，虽然近 10 年来，中国已经淘汰了含铅汽油，汽车排放标准也在不断提高，但与国际成熟汽车市场相比，中国仍有进步空间。对于如何才能更加有效地节能，眼下仍然面临尴尬。

自主品牌经营者马上给出了反应。

上海汽车于 9 月份推出的全新荣威 750，在上海已经作为公务员配车使用。同样在今年 9 月，传祺的 1.8L 车型正式上市，正好贴合新标准的要求。比亚迪、奇瑞等一直朝此方向努力的品牌也非常关注这一标准的出台。吉利、华晨也都对公车市场摩拳擦掌，瑞麒 G 6、尊驰 1.8T、远景、帝豪等车型的换代上市均是自主品牌打出的“招数”。业内人士分析，在新政面前，合资品牌绝不会坐以待毙，政策的执行力度也有待时间考量。自主品牌在抓住这个契机的同时，应提升自身的硬实力与服务，才能真正在公车市场上获得利好。

(南都)