

# 车企借广州车展猛推新能源车

政策助推下,新能源汽车将迎来发展高峰。11月20日,第十三届广州车展正式拉开帷幕。据统计,本届展会展出车辆总计1000辆,全球首发车36辆。其中包括纯电动、插电式混合动力和混合动力等十余款新能源量产车型上市,覆盖自主、进口、合资品牌,使新能源汽车成为本届广州车展上的最大亮点。

## 新能源车扎堆

此前广州车展上的新能源车始终是“雷声大雨点小”,多数量产的新能源汽车在同一车展上亮相,这在国内还是首次。据组委会透露,除了本届广州车展上新 能源汽车将设立独立展示区域,在中国进出口商品交易会展馆B区举办的电动汽车展览会也同时于11月20日-29日举办。《北京商报》记者在现场看到,包括大众、通用、丰田、宝马、奥迪、上汽、北汽、比亚迪、奇瑞、吉利、启辰等国内外新能源车品牌集中参展,带来了最新电动汽车产品。

## 大众延迟增持一汽-大众股权投资计划砍10%应对尾气门

大众汽车集团尾气排放造假门带来的负面效应仍在发酵,并且逐渐蔓延至中国市场。最新消息显示,大众将延迟增持合资公司一汽-大众股权,而五年规划的全球巨额投资也将削减10%,以填补尾气门造成的经济损失。

## 投资规划嬗变:砍掉10%VS缩短周期

知情人士向媒体披露称,大众汽车集团将削减战略投资,这也是自从2009年经济危机之后大众首度减少资本支出预算。外媒将这视为尾气门的作用结果,丑闻弱化了大众在工会中的地位。据悉,大众监事会将在当地时间11月20日批准削减投资的提案。而大众的重心将是筹集数十上百亿欧元资金,以度过最大的经济危机。

大众尾气门走向公众,从2015年9月18日美国环保局EPA的声明拉开序幕。EPA宣布,大众汽车在当地48.6万辆柴油动力车存在舞弊现象,该公司利用失效软件隐瞒了汽车有毒污染物排放量,从而通过污染物排放测试,实际上大众车辆排放超标将近40倍之多。随后大众确认全球涉及本次事件的车辆达1100万辆。之后各国相继宣布对大众尾气排放舞弊门密切关注,不少国家甚至着手调查。

尾气门给大众带来了巨大的经济损失。先是美国环保局表示可能将给大众开出每辆车3.75万美元的罚单,总计约180亿美元。随即大众股价暴跌,市值缩水近300亿欧元。除了美国政府开出的180亿美元巨额罚单,全球范围内1100万辆车的召回与整改维修费用,以及消费者及投资者可能要求的索赔也将代价不菲。分析人士给出的经济损失总额最高可达780亿美元以上。

今年第三季度,大众为尾气门支出67亿欧元善后维修资金,因此也迎来了十多年来大众乘用车品牌首次季度性的营业亏损。

面对和公司当下市值一个数量级、远超手头现金流的巨债,大众可谓“压力山大”。如何下调开支又成为焦点。和之前力求减少运营开支不同,此次大众终于如分析人士所预测,将目光转向了战略投资规划。按照2014年11月大众发布的最新五年投资规划,从2015年至2019年,大众将总计在全球各地投资856亿欧元,用于开发新车型、创新技术,增强汽车业务在未来五年内全球表现,年均172亿欧元;另外合资企业在中国市场投资220亿欧元,年均44亿美元。

根据分析师平均估算结果,大众未来投资规划有可能缩减10%之多。也就意味着可能856亿欧元下调为770亿欧元左右,年均约155亿欧元。不过即便如此,年均投资额也是2010至2012年的86亿欧元近两倍。

另外有知情者透露,大众可能一改五年规划的习惯,接下来用三年或更短的时间作为投资规划周期,以求提升规划稳定性。

## 一汽-大众增持再延迟

随着尾气门造成一系列影响,大众在最大市场中国也逐渐受到撼动,最典型的例子莫过于延迟增持一汽-大众的股权。

当前,一汽-大众的股比结构为一汽60%、大众30%、奥迪10%,中方占据明显优势。大众最近几年来一直明确表示有意增持一汽-大众股权,希望将其股权结构变更为大众-奥迪总计持股50%,类似上海大众由双方等比持股。到2015年6月,媒体爆料称大众增持一汽-大众已经尘埃落定,中方向大众出让9%股权,合资公司获得新款(一说三款)SUV生产权。

然而,11月18日,大众中国总裁海兹曼在广州车展前夕向媒体证实,增持一汽-大众的计划将延缓两到三年。

不过大众方面的增持意向依然未弱化。监事会主席潘师表示,到2015年年底之前可能就增持一汽-大众股权一事做出最终决定。而CEO穆伦则在10月28日宣称公司仍在试图提高所持一汽-大众股比。实际上延缓增持一汽-大众,这也是对投资计划重新评估的一部分。本质问题仍然在于尾气门带来的天价账单。一旦积弊爆发,又何谈进一步扩张和提升话语权? (石勃)

据悉,工信部日前发布的《重点领域技术路线图(2015年版)》,节能与新能源汽车被赋予厚望。因此,有业内分析认为,这将促进新能源汽车竞争机制的形成,刺激车企在新能源汽车上加大投入。

## 政策加码新能源

值得关注的是,自2012年国务院发布《节能与新能源汽车产业发展规划》以来,我国新能源汽车产业便开始步入发展的快车道。各部委在购车补贴、税费减免、金融支持、政策支持等各方面做出了一系列规定,建立了从新能源汽车研发、生产、购买、使用到监管等方面较为完善的政策扶持体系,催生了新能源汽车市场的繁荣。

今年我国出台多项利好新能源产业的政策,新能源车销量加速升温。4月,《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》正式发布,明确了未来五年新能

源车的补贴标准;1个月后,《关于节约能源使用新能源车船车船税优惠政策的通知》也下发,规定符合条件的新能源车型将减免车船税;9月底国务院常务会议确定支持新能源和小排量汽车发展措施。此外,为顺应国家汽车产业转型升级新方向,《中国制造2025》正式确定了新能源汽车十年发展路线图,设定了2025年中国新能源汽车年销量将达到汽车市场需求总量20%,自主新能源汽车市场份额达到80%的发展目标。

统计数据显示,今年前三季度,新能源汽车产销量分别为14.4284万辆和13.6733万辆,同比增长2倍和2.3倍。虽然增速明显,但目前国内新能源车的保有量不足50万辆,这与2020年保有量将达500万辆的目标相距甚远。

## 车企调高发展规划

政策的刺激下,各车企频繁发布新能源汽

车发展规划,部分企业还调高了未来发展战略。在19日举办的媒体沟通会上,大众汽车集团管理董事会成员、大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼表示:“中国是大众汽车最重要的市场,此次广州车展,纯电动车e-Golf、插电式混合动力车GTE等车型将亮相。”

作为新能源汽车产业的主要支撑,自主品牌也不甘落后。按照要求,到2020年,自主品牌新能源汽车年销量突破100万辆。吉利汽车在广州车展前夕正式发布新能源汽车发展战略,旨在2020年前后实现新能源车占销量比重90%以上。本月初,上汽集团发布消息称,截至2020年,该集团计划将新能源领域投资200亿元,投放30款以上车型。

业内人士认为,按照目前上汽、广汽、北汽、奇瑞等自主车企的规划,到2020年,自主品牌新能源车的产销计划将远超国家规划。虽然国家发展新能源车的决心很大,但企业还需根据自身的特点制定相应的产销规划。

(蓝朝晖)

# 中国品牌的SUV春天还能持续多久?



2015广州车展哈弗H8/H5经典版正式上市

10月份,中国品牌的SUV又迎来了一次爆发,哈弗H6史无前例的达到3.75万辆,宝骏560也突破3万大关,成为10月份SUV行业最耀眼的新星,传祺GS4、瑞风S3、哈弗H2、长安CS75一个个表现都不俗,中国品牌的SUV进入百花齐放的春天。然而,春天并不单是温暖的,它还留存着冬季的那一丝寒意,甚至会因一场寒流迅速转换成寒冷的冬季,所以现在考虑中国品牌SUV的成功还有些过早,它的春天也刚刚开始到来。

## 自主合资泾渭分明 严防合资虎视眈眈

从文末表中可以看出,10月份销量最高的车型中,中国品牌车型的售价区间主要集中在6万-16万这个范围,而合资品牌价格最低的本田CR-V却达到了17.98万,中国品牌SUV产品与合资品牌SUV产品的泾渭非常分明。低价的优势加上SUV本身所具备的的产品吸引力让中国品牌SUV在市场上如鱼得水,然而这并不代表中国品牌和合资品牌可以一直保持这个平衡。

2014年年底,本田缤智、本田XR-V、现代IX25等一系列小型SUV上市,而价格也降到了15万元以下,品牌的优势让这些几款小型SUV迅速走红,如今,这几款小型

SUV月销量均已过万。虽然因为价格原因,这几款小型SUV暂时无法对中国品牌SUV形成冲击,但却从侧面反映出合资品牌已开始关注并进入中国的SUV低价市场。面对合资品牌所漏出的野心,中国品牌能否凭借性价比优势维持自己的销量依旧是个未知数。

新车型:	两驱 182,800元
	四驱 203,800元
精英型:	两驱 208,800元
	四驱 223,800元
尊贵型:	四驱 243,800元

## 中国品牌冲高艰难 固守低价成为习惯

近日,网通社公布了广州车展上市新车情况,从目前所掌握的情况来看,中国品牌除比亚迪元因其新能源车的定位突破

中国品牌				合资品牌			
排名	车型	售价区间	销量	排名	车型	售价区间	销量
1	哈弗H6	9.98-16.28万	37541	1	大众途观	19.98-31.58万	20289
2	宝骏560	7.68-8.58万	30226	2	别克昂科威	21.99-31.99万	17295
3	传祺GS4	9.98-14.68万	21052	3	本田CR-V	17.98-24.98万	15790
4	长安CS75	10.88-16.38万	17948	4	日产奇骏	18.18-26.78万	15519
5	瑞风S3	6.58-8.88万	17220	5	福特翼虎	19.38-27.58万	11997

10月份中国品牌与合资品牌SUV销量前五车型对比

# 新能源产业火爆 汽车核心零部件匮乏成短板

今年以来新能源汽车市场的火爆程度超预期,综合数据显示,前10月国内新能源汽车产销量分别突破20万和17万辆。以至于浙商证券在其近期发布的研报中,将2015年新能源汽车销量目标定在33万辆,较此前的预计数字增长32%。按照业内预计,到明年新能源实现50万辆的销量应该“全无压力”。

中国在短短两年的时间内超越美国,跃升为全球第一大新能源汽车市场,按照国家规划,到2020年,新能源汽车的保有量将达到500万辆。数据之外,新能源汽车的使用途径也在不断地突破,新的商业模式正在崛起。不过,全国乘用车秘书长崔东树仍然认为:“冷眼看,国内新能源汽车行业的优势是局部的,整体情况与海外主流车企相比,仍有一定的差距。”

在此之前,全国政协副主席、科技部部长万钢在2014年天津泰达汽车论坛上指出,中国与国外的新能源汽车在技术上差距明显。比如在电池技术上,中国的单体电池技术有所突破,但在大型电池的系统集成和生产一致性上还有极大的改善空间;在电机

驱动控制系统、燃料电池的产业化方面也需要进一步加快研发。

而奇瑞新能源汽车技术有限公司总经理刘文心也在“中国新能源车政策与市场”研讨会上表示:“核心零部件环节的欠缺是中国新能源汽车发展的最大短板。”新能源汽车零部件产业的弱势,给新能源汽车产业发展带来了不确定因素。

动力电池就是非常关键的案例,从去年到今年,国内新能源汽车一直处于供不应求的状况,其最关键的制约因素便是动力电池的供应不足。国内主要的乘用车整车制造商,在选择电池时,都愿意用三星、LG等外资品牌电池,因为其在品质和一致性上,较国产电池更有优势。据记者了解,目前乘用车的动力电池中,国产品牌的占比仅为四成左右。

充电慢、续航能力差是制约消费者接受电动汽车的另一因素。宝马汽车集团大中华区总裁兼首席执行官安格Karsten Engel认为,只有当电池技术进一步发展,达到300~400公里的续航里程时,同时缩短充电时间,电动汽车才会真正得到普及。

按照此前国内的磷酸铁锂电池路线,要

达到上述续航里程,需要在车内装载大批量的电池,由此不仅影响车辆的装载效率,还会影响其动力。而曾在全世界风靡一时的特斯拉,从一开始便选择了三元锂电池。相较磷酸铁锂,三元锂电池能量密度高、续航能力强。科技部“863计划”节能与新能源汽车重大项目咨询专家组组长王秉刚曾公开表示,磷酸铁锂电池发展已到瓶颈期,三元锂电池是新能源汽车动力电池发展的历史趋势。而国内的江淮、奇瑞、北汽等车企已敏锐地捕捉到这一转向,开始尝试三元锂电池。

在电池路线上,虽然国内车企都纷纷转变思路,但从制造上看,国内电池品牌要取代外资,成为主流车企的供应商,依然需要漫长的时间。

技术之外,从经济性上看,国内新能源汽车与传统车比较成本,与国外主流产品相比依然不占优势。一辆日产聆风,在美国折合成人民币的价格为18万元起,与传统燃油车的价差不足一倍,而在国内,续航超过200km的纯电动车和燃油车的价差在2倍左右,新能源车经济性较差。

在记者看来,成本的问题一方面缘于规

## 2015广州车展 上汽商用车改名上汽大通

在2015广州车展上,上汽商用车有限公司正式宣布更名为上汽大通汽车有限公司。与此同时,并推出了旗下新款G10车型,指导价区间为13.38-26.98万元。

上汽大通G10也推出了一款全新的1.9T柴油发动机以取代现款车型上的2.4L汽油发动机,该款发动机最大功率为150马力,峰值扭矩达到350Nm。另一款汽油发动机为2.0T涡轮增压发动机,其最大功率225马力,峰值扭矩为345Nm。(付晓松文/图)



## 品质红岩 情系山区

这里,是一个地图上很小很小几乎找不到的地方;这里的风景秀丽,但却山路崎岖、颠簸;这里有一所位于大山深处的乡村学校;在这里有这样一群孩子,他们眼神中渴望能改变命运的知识,寒冬降临,他们却要忍受寒冷到天明,当别的孩子依偎在怀中撒娇的时候,他们的父母却远离家乡到外务工。

11月12日,上汽依维柯红岩商用车有限公司销售事业部党支部书记庞海泉,在贵州从江县副县长杨瑞刚、县妇联主席周盛梅、翠里乡乡长孟成等同志的陪同下,来到翠里乡三工区小学开展爱心活动。

在这次捐献活动中,上汽依维柯红岩商用车有限公司为三工区小学寄宿生送来被子85套(170床),捐献建设围墙资金4.583万元及学生学习用品等,共计5万余元。

活动中,庞海泉及红岩汽车当地经销商、用户代表与孩子们亲切交谈,了解他们的学习生活情况,并鼓励他们好好学习、立志成才、报效祖国。同行的贵州经销商在现场再次献出了一份爱心,决定现场资助3名同学。(钟睿)



模尚难以支撑,另一方面也由于我们的核心零部件主要集中在外资手中,产业链的议价能力不足。

因此,可以看到,目前国内销量较好的新能源汽车,基本上都是价位在15万元甚至以下的中低端产品,在30万元乃至以上的中高端市场,合资和外资品牌正蓄谋瓜分市场蛋糕。在购买动因上,如美国这样的国家,购买新能源汽车的推动因素主要是市场化因素,如油价的高低等,而中国则完全依赖于政策驱动。

在业内人士看来,未来新能源汽车能否实现产业化,取决于电池及整车关键技术成熟度、整车销售价格、充电便利性等三大关键因素。

因此,在国家“十三五”电动车产业发展规划中,加强对下一代电池、电机和电控技术的研发;在动力电池领域,加强新材料的开发应用,提早进行前瞻性的布局;聚焦电动车驱动技术的研发,重视新材料在电动汽车上的应用;进一步将汽车的电动化、轻量化和智能化相互融合已经成为未来产业发展的核心。(杨海鑫)