

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 叶然

资格证号： 91040039

专业名称： 西方经济学

拟定学位论文题目：财政补贴对新能源汽车消费市场的影响研究

报告日期： 2022-7-30

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  **要解决的问题：**新能源汽车是战略新兴产业，发展新能源汽车是促进节能减排的有效措施，也有助于促进国家能源转型，助力实现碳达峰、碳中和。同时，作为居民大宗消费，对于拉动我国经济，稳定经济基本盘和保障改善民生方面具有重大的意义。因此，近年来我国实施了各种政策手段推动新能源汽车消费市场的发展，促进新能源汽车消费增长，比如财政补贴和税收减免等，这些政策在新能源汽车消费市场发展的不同阶段分别起到了不同的作用。通过对需求端和供给端的财政补贴和税收减免政策，分别从直接降低新能源汽车产品价格角度和降低制造成本进而降低新能源汽车产品价格角度方面发挥作用，尤其是财政补贴持续时间长，各个阶段变化大，影响很大，它与新能源汽车消费市场的增长呈现怎样的关系？ 即是论文要解决的核心问题。  **理论意义：**通过财政补贴对新能源汽车消费市场的影响的分析，总结财政补贴对产业发展的影响，进而为制定和调整促进产业健康发展的产业政策服务。  **现实意义：**通过分析财政补贴对新能源汽车消费市场的影响，总结政策的利弊，找出适合各个阶段发展的补贴政策，为促进新能源汽车产业健康有序发展提供参考。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  进入21世纪以来，全球能源与环境问题日益严峻。新能源汽车的使用可以降低对石油等传统能源的依赖，减少二氧化碳的排放，助力我国实现能源转型，进一步助力我国实现2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”目标。另外，汽车产业是我国国民经济的至关重要支柱产业，在国民经济和社会发展中发挥着至关重要作用。2021年我国汽车销量2625万辆，占世界汽车市场份额已经接33%，这比美国、日本、德国、法国的市场份额加起来还多，连续13年蝉联第一，我国俨然早已经成为全球最大的汽车消费市场。但是，我国传统汽车产业关键技术发展水平与世界领先的汽车大国（美、日、德等）存在较大差距，比如内燃机技术等。在此背景下，发展新能源汽车是我国实现“弯道超车”，达到世界先进水平，走向真正汽车强国的重要机遇。因此，我国将新能源汽车产业列入“十三五”国家战略性新兴产业发展规划，在政策支持、技术研发、资本投入、行业标准等方面全面发力，推动新能源汽车产业化进程。  我国新能源汽车发展经历了四个阶段（2009 ~2012 年）：这个阶段是“十城千辆”的示范应用阶段；二是推广应用阶段（2013 ~2015 年），在第一阶段示范推广经验基础上，2013 年我国将推广应用城市范围扩大到39 个城市和城市群，大幅提高了推广应用的数量要求；三是量质兼顾阶段（2016 ~2018 年），为稳定行业预期、确保补贴政策延续性，2015 年我国发布了2016 ~2020 年新能源汽车补贴政策，但受骗补事件影响，2016 年我国重新调整优化了补贴政策，2017 年，我国发布双积分政策，以建立补贴退出后的市场化机制。2018 年，根据行业发展情况，我国进一步提高了补贴技术要求，并完善了补贴标准。四是高质量发展阶段（2019 年开始），我国新能源汽车产业发展进入质量全面发展阶段，连续保持全球新能源汽车产销第一，新能源汽车产品也被广大普通消费者普遍接受。通过这四个阶段的发展，我国新能源汽车市场取得了良好的成绩，从2014年新能源市场渗透率不足1%到2022上半年渗透率超过20% ，中国新能源汽车销量呈现爆发式增长。  在新能源汽车发展的不同的阶段，我国的财政补贴也随着不同的发展阶段发挥不同作用。第一阶段，产业刚刚起步，为促进新能源汽车的示范应用，我国逐步建立了以财政补贴为主的支持政策体系，推动了我国新能源汽车产业从无到有，逐步发展壮大。中央政府和地方政府纷纷出台各种补贴政策以刺激汽车生产厂家和产业链企业创新发展。这一阶段新能源汽车仅仅是示范阶段，普通消费者对新能源汽车的认知几乎没有，这个阶段的推广也主要以技术推广为主，销量忽略不计。第二阶段，在中央和地方双重补贴的催生下，新能源汽车由最初的“十城千辆”扩张到了全国多个城市。但在高额补贴的刺激下，为快速推出产品获得高额利益，出现了拼装组装事件进行骗补。这个时期新能源汽车主要面向公共领域，如政府采购。新能源汽车的推广刚开始面向普通消费者，普通消费者开始对新能源汽车有初步认识，这三年我国新能源汽车销量分别为1.8万辆、7.5万辆、33.1万辆，总体不高。由于高品质产品缺乏，消费者的接受程度有限。第三阶段，为促进新能源汽车产品质量的全面发展，发挥市场配置资源的作用，财政补贴力度持续退坡、细化、逐渐对产业发展中一些违背市场经济规律的现象进行了约束，优化了新能源汽车的产业发展的市场环境，使得新能源汽车产业的发展真正走向市场化。这个阶段，消费者对新能源汽车的接受程度逐渐加大，在限购等条件的影响下，对新能源汽车的购买逐渐自主化，新能源汽车消费市场开始真正打开，销量分别为50.7 万、77.7万、125.6万辆，同比增长分别为53.2%、53.3%、 61.7%，但普通消费者对产品的评价普遍不高。第四阶段，新能源汽车财政补贴向普通消费端倾斜，从促进产品品质端和私人购买端全面促进广大消费者对新能源汽车的接受程度和购买力度。由于多年的技术研发和积累，新能源汽车技术创新等政策的引导，消费者的需求引导，再加之造车新势力的进入，产品力快速提升。2019-2021年中国新能源汽车销量分别是120.6万辆，136.7万辆，330万辆。虽然2019年是十年来首次下滑，但私人消费市场占比达到7层。2021年中国新能源汽车市场超越欧洲市场（218万辆）和北美洲市场（70万辆），居全球新能源汽车市场第一位。  从这四个阶段发展情况来看，财政补贴在不同时期有侧重，标准由原来的粗放式逐渐细化、且随着消费市场的逐渐打开，财政补贴的方式更具有针对性，且更加丰富。总体来看，财政补贴也在不断摸索、调整、优化，与市场的贴合度更高。中国新能源汽车消费市场发展不仅在量上不断快速提升，在质上更是赶超欧美，真正参与世界汽车强国的竞争。  近年来，对新能源汽车产业政策尤其是财政政策的研究很多。总的来说，财政补贴政策对新能源汽车消费市场的发展具有正向作用，对销量结构的影响，中期更加显著，但确为后期市场化发展奠定了基础。通过政策影响评估发现，我国新能源汽车产业补贴政策在实际执行中出现了一些难以预料的负面影响，不利于产业的健康发展。一是破坏了市场公平竞争，比如出现了地方保护，造成了市场分割，严重影响整个产业健康发展，如北京、上海、深圳等实行小目录备案制度，其他城市要求采购当地的电池、电机等零部件。二是导致了骗补行为，政策制定时调研基础工作不足，部分车型补贴资金过高，导致企业对政策依赖性增强。由于高额的补贴诱惑，企业降本增效动力不足，不少企业为了快速推出产品骗取国家补贴，对产品投入不足，粗制滥造，甚至进行简单组装。三是造成产品安全上的负面效应和创新不足。现行政策为鼓励和支持领先企业和产品，提出了过细的产品技术标准要求，尤其是对动力电池比能量的较高要求，导致企业片面追求提升动力电池比能量，而牺牲了电池的安全性、可靠性等其他性能，增加了产品安全隐患，四是过于细致的标准和要求，导致企业创新空间缺乏，在整车和核心零部件产品创新方面动力不足。  在政策优化和建议方面，普遍观点认为，一方面应该重点在创新层面给予支持，如技术创新、模式创新、金融创新。另一方面财政补贴加快退出，让市场充分竞争，让消费者真正购买到具有竞争力和满足消费需求的产品。  现有文献对新能源汽车补贴政策以及政策对消费市场的研究不少，但均是以理论分析为主，缺乏实证研究。本论文主要通过文献研究法来梳理新能源汽车发展现状及相关补贴政策背景，并通过理论分析寻找财政补贴对普通消费者消费行为的作用机制。然后提出本论文研究的假说，通过实证研究，再通过面板数据实证检验假说并进行检验，然后提出财政补贴对新能源汽车消费的影响是如何的结论，进而为新能源汽车产业发展的补贴政策提出合理优化建议。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  **论证方法：**文献分析法、实证分析法、案例分析法  **数据：**新能源汽车销量数据、财政补贴数据、税收减免数据  **数据来源：**工信部、公安部、乘联会、汽车工业协会、国家统计局、财政部 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  财政补贴对新能源汽车消费市场的发展起到了积极的推动作用。尤其是近年，从2014年新能源市场渗透率不足1%到2022上半年渗透率超过20% ，中国新能源汽车销量呈现爆发式增长。但是，在发展的过程中，由于早期政策不够成熟、持续性不足、相关标准滞后、监管力度不足，产生了企业骗补、产品质量低下、消费市场发展缓慢等一些列问题。随着不断调整政策对象、力度、细化标准等，补贴政策不断完善与成熟，且政策的延续性更好，未来在政策优化方面还有很多优化空间。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  补贴政策影响对象上从消费需求端和消费供给端两方面进行分析，总结财政补贴在新能源汽车发展的不同阶段的不同政策选择及所起的正反方面影响，全面深刻。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  陈琦，“新能源汽车消费潜力，还能挖多深？”，2022年第13期，54-55页。 王潇一，“我国新能源汽车消费的制约因素及对策建议——基于“双循环”新发展格局的思考”，《中国市场》，2021年第18期，22-25+39页。叶露露，“新能源汽车消费促进政策对潜在消费者购买意愿的影响”，《中国管理科学》，2021年第十期，151-164页。 何若晨，“财政补贴与税收政策对新能源乘用车需求端的影响研究”，《硕士学位论文》，2020年。 高新伟，“新能源汽车消费激励政策的实施效果研究”，《河南科学》，2020年第8期， 1315-1323页。  祝月艳等，“基于政策效果评估的后补贴时代新能源汽车政策体系设计建议”，《汽车工业研究·季刊》，2020年第4期，第50页至55页。  陈舒然，“新能源汽车补贴政策效果评价与政策优化研究”,《硕士学位论文》，2019年。 周燕，“财政补贴与税收减免——交易费用视角下的新能源汽车产业政策分析”，《管理世界》，2019年第10期，133-149页。 白雪，“新能源汽车推广影响机理研究”，《博士学位论文》，2018年。  陈春梅，“我国新能源汽车产业政策的作用机制及效应评估研究”,《博士学位论文》，2018年。  聂新伟，“我国新能源汽车消费补贴政策的演变及效果评析”，《中国物价》，2019年3月，第16页至18页。 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：财政补贴对新能源汽车消费市场的影响分析  主题词：财政补贴、新能源汽车、消费市场  第1章 绪论（引言）  1.1 研究背景和意义  1.2 主要研究内容和范围  1.3 已有文献的不足  1.4本文主要观点  第2章 文献综述  2.1 财政补贴的类别及意义  2.2财政补贴的作用机制  2.3 新能源汽车产业财政补贴评价情况  第3章 财政补贴对产业发展的理论探讨  3.1 财政补贴的重要性  3.2 财政补贴在产业发展中的理论实践  3.3 财政补贴的制定和优化  3.4 我国新能源汽车相关财政补贴分析  第4章 财政补贴对我国新能源汽车消量的实证分析  4.1 实证假设  4.2 数据来源与变量选择  4.3 研究假设  4.4 模型构建  4.5 实证检验及结果分析  4.6 稳健性检验  第5章 结论和建议  5.1 研究结论  5.2 政策建议 |