

2022年农村地区新能源汽车渗透率仅4%

车企乘政策“东风”掘金下沉市场

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

新能源汽车再度迎来利好政策。6月21日,财政部公告称,对购置日期在2024年1月1日至2025年12月31日期间的新能源汽车免征车辆购置税,其中,每辆新能源乘用车免税额不超过3万元;对购置日期在2026年1月1日至2027年12月31日期间的新能源汽车减半征收车辆购置税,其

农村电动市场前景广阔

有关数据显示,从2020年下半年、2021年、2022年新能源汽车下乡车型消费看,销量同比分别增长80%、169%、87%。

“受适用车型不多、流通渠道不畅、宣传力度不够等因素影响,农村市场的巨大消费潜力尚未有效释放。农村地区具备新能源汽车推广应用的诸多优势条件,开展下乡活动不仅对新能源汽车全面市场化拓展具有积极意义,也将为美丽乡村建设和乡村振兴战略注入新的动能。”在“2023新能源汽车下乡活动启动仪式”的视频致辞中,辛国斌如是表示。

自2020年7月起,工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家能

源局等部门连续三年开展新能源汽车下乡活动,引导新能源汽车消费市场下沉。有关数据显示,从2020年下半年、2021年、2022年新能源汽车下乡车型消费看,销量同比分别增长80%、169%、87%。

相关数据显示,三年来,下乡活动走过10个省(市),开展了17站活动,发布了6批下乡车型目录,近200款新车,下乡车型实现销售超400万辆。在中国汽车工业协会副总工程师许海东看来,农村汽车消费市场十分广阔,一定是未来增量

的方向。随着今年新能源汽车下乡活动的进一步深入,预计2023年中国新能源汽车年销量将达到900万辆。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,新能源下乡主要是为了拉动内需,其次是为了引导燃油车向新能源车转变。“未来农村发展新能源汽车市场的前景总体是好的,农村(市场)非常广袤,新能源汽车具有较高的性价比。”

上汽通用五菱相关负责人告

诉记者,农村及下沉市场拥有数量庞大的人口,消费升级和创收增收,释放出更多的汽车消费能力,这对我们发展新能源车提供了机遇;用户对低成本出行、便利出行的需求是客观存在的。

云度汽车副总经理兼营销负责人詹耿武告诉记者,未来,借助“新能源汽车下乡”政策以及相关基础设施建设的落实,这些地区的渗透率还有极大的提升空间,将成为驱动新能源汽车市场增长的主要力量。

记者了解到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

记者注意到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

记者注意到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

车企加码布局打出“组合拳”

售后服务的保障也是新能源汽车下乡的关注点。

面对下沉市场的广袤前景,各家车企也纷纷加码布局。橙仕汽车创始人、董事长刘传富告诉记者,早在2021年12月7日,橙仕汽车就参与过山东省济南市的新能源汽车下乡活动,提供橙仕01单排封闭式货车、橙仕01双排封闭式货车、橙仕X2单排厢式运输车、橙仕X2双排mini卡、橙仕X2单排栏板微卡等五款车型,携手政府给予农村用户双重补贴。

刘传富称:“我们的车辆除了在全国多个城市里广泛使用,也在山东莱芜、东营的农村中投入使用,在湖南长沙农村邮政快递,在广东、南通的乡镇配送体系中均发

挥着极大作用。”

而在2020年,云度汽车的新能源汽车产品就已入选《新能源汽车下乡活动第二批汽车企业及车型名单》,以实际行动践行“新能源汽车下乡”政策,推动新能源汽车普及。2023年年初,云度汽车焕新品牌形象,更名为“吉祥云度”,仍持续助力“新能源下乡”政策。

五菱汽车也在5月22日对外宣布,即日起,五菱宏光MINIEV家族至高直降13000元,新老用户选购均可享受优惠,以实际行动支持新能源汽车下乡。

上汽通用五菱相关负责人告

诉记者,从2020年起,五菱连续多年参与到了新能源汽车下乡活动,是汽车下乡活动的常客。为响应本次汽车下乡行动,五菱为参与下乡活动的不同车型推出了对应的政策和优惠,这些政策和优惠覆盖全国范围。

售后服务的保障也是新能源汽车下乡的关注点。《实施意见》提出,鼓励新能源汽车企业下沉销售网络,引导车企及第三方服务企业加快建设联合营业网点、建立配套售后服务体系,定期开展维修售后服务下乡活动,提供应急救援等服务,缓解购买使用顾虑。

刘传富告诉记者,橙仕汽车向

水平。

如何挖掘农村新能源汽车市场的消费潜力?不久前,国家发改委、国家能源局印发了《关于加快推进充电基础设施建设更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》(以下简称“《实施意见》”)。6月16日,2023年新能源汽车下乡活动正式启动,共计有69款新能源车型参与上述下乡活动。

记者了解到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

记者注意到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

记者注意到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

头部企业竞逐细分市场蓝海 新能源商用车驶入绿色发展快车道

新能源转型步伐提速

新能源汽车产业加速发展的情形下,商用车的新能源转型步伐备受市场关注。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)数据显示,2022年,我国汽车产销分别完成2702.1万辆和2686.4万辆,同比增长3.4%和2.1%,其中,新能源汽车产销分别达到705.8万辆和688.7万辆,同比增长96.9%和93.4%,市场占有率达到25.6%。

中汽协数据还显示,新能源乘用车产销分别完成671.6万辆和654.9万辆,同比分别增长97.77%和94.26%。而新能源商用车产销分别完成34.2万辆和33.8万辆,同比分别增长81.84%和78.89%。

梳理可发现,新能源商用车销

量增长的背后,商用车整体销量正在面临下滑之势,中汽协数据显示,2022年,商用车产销分别完成318.5万辆和330万辆,同比下降31.9%和31.2%,相比往年销量下滑明显。

“2022年,面对复杂严峻的环境,新能源商用车累计销量33.8万辆,同比增长78.9%,占商用车总销量的比例由2021年的3.5%提升至10.25%。”工业和信息化部装备工业一司相关负责人此前也如此表示。

而新能源商用车逆势增长的趋势,在2023年仍在延续,商联会数据显示,5月,新能源商用车销量25506辆,环比增长16.0%,同比增长31.4%,而在前5个月,新能源商用车累计销量达98445辆,累计同

比增长20.5%。

引发外界关注的是,新能源商用车逆势增长的原因何在?未来发展前景如何?

在业内人士看来,新能源商用车销量近年来持续攀升的背后,是“双碳”目标加速落地、行业绿色转型升级等多重因素综合影响的结果。

“汽车领域污染物排放主要来自商用车。”智研咨询数据显示,2021年,我国客车CO、HC、NOx、PM排放量占汽车排放总量的70.3%、71.6%、15.4%、8.9%,货车CO、HC、NOx、PM排放量占比分别为29.7%、28.4%、84.6%、91.1%。

智研咨询同时认为,在碳排放方面,根据中汽数据:2021年汽车领域直接碳排放量约7.7亿



对农村户籍居民在户籍所在地县域内购买橙仕新能源汽车,政府和企业给予双重补贴。 本报资料室/图

多方合力破局充电难题

目前我国县级以上公共桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

记者注意到,国家发改委新闻发言人孟玮此前在回答记者提问时表示,总体上看,我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段,总保有量相对较低,充电基础设施建设不足,经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。

根据中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长全宗旗介绍,目前我国县级以上公共充电桩总数仅占全国公共桩总数的9.45%,总体数量较少。

如何破解行业充电难题?实施意见提出,支持地方政府结合实际开展县乡公共充电网络规划,并做好与国土空间规划、配电网规划等的衔接,加快实现适宜使用新能源汽车的地区充电站“县县全覆盖”、充电桩“乡乡全覆盖”。合理推进集中式公共充电站建设,优先在县乡企事业单位、商业建筑、交通枢纽(场站)、公路沿线服务区(站)等场所配置公共充电设施,并向易地搬迁集中安置区、乡村旅游重点村等延伸,结合乡村自驾游发展加快公路沿线、具备条件的加油站等场所充电桩建设。

在“2023新能源汽车下乡活动启动仪式”的视频致辞中,辛国斌提到的“三个加强”之一便是“加强配套设施建设,优化使用环境。”具体来看,组织电力

企业、充电桩建设运营企业协同下乡,加强充电基础设施建设;鼓励地方政府以及汽车企业、金融机构等,进一步健全服务网络,加大优惠促销和金融支持力度,让农村居民喜欢买、放心用。

“广大农村地区仍存在公共充电基础设施建设不足、社区充电设施安装共享难、时段性矛盾突出等问题。五菱在提供新能源汽车产品的同时,也提供可以用家用220V供电插座充电的充电桩,解决新能源汽车对充电设施高要求的困难;同时我们积极推动自营充电设施建设能力,以建设私人充电桩的形式推动充电问题的解决。”上汽通用五菱相关负责人表示。

有关数据显示,截至目前,五菱自营充电安装服务体系已经覆盖超过150个城市,充电安装服务网点突破1500家,累计安装超过10万个充电桩。

盘和林认为,其一要提供充足的充电基础设施,主要是考虑新能源汽车的使用续航问题,可以采取微电网的方式,利用光伏等可再生能源来建设充电桩。其二是可以考虑一些充电设备,比如车载太阳能电板、家庭充电桩、移动电源等。其三要考虑农民的实际需求,比如部分农村地区地形复杂,普通的新能源车未必适合,要针对农村市场开发产品。

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在新能源乘用车迎来爆发性增长后,新能源商用车市场亦跨入发展快车道。

相关数据显示,2022年,新能源商用车累计销量33.8万辆,占商用车总销量的比例由2021年的3.5%提升至10.2%,而商联会数据,今年5月新能源商用车销量同比增长31.4%,渗透率9.7%,同比增长1.9个百分点。

巨大市场机遇下,不少车企竞相入局,相关信息显示,目前,吉利、长安、奇瑞等车企旗下品牌皆已发布新能源商用车产品,不仅如此,在新能源物流车等细分领域,甚至有不少新势力入局。

“新能源商用车市场还处于蓄力状态,潜力空间巨大。”6月28日,柳州五菱新能源汽车有限公司(以下简称“五菱新能源”)相关负责人对包括《中国经营报》在内的媒体记者表示,五菱新能源顺势推出菱势汽车品牌,开拓新能源物流市场,当日,菱势汽车品牌旗下首款车型菱势黄金卡正式上市。

“五菱新能源将秉持着自强不息的企业使命,追逐2030年销量100万辆的销量目标(国内市场50万辆+海外市场50万辆),致力于成为新能源汽车行业细分市场领先者。”广西汽车集团有限公司总裁、柳州五菱新能源汽车有限公司董事长袁智军如此表示。

在新能源商用车乘风而起的形势下,新能源物流车则有望成为下一个蓝海市场。

汽车产业服务平台NE时代数据显示,在2022年商用车销量中,客车占比为15%,货车占比为85%,而在货车领域,物流运输车辆一直占据主导地位,NE时代数据显示,在2019~2022年期间,物流运输车辆在整个货车市场占比为67%,而工程车辆占比、皮卡占比则远低于该比例。

而在政策支持、行业转型等多因素催化下,新能源物流车有望迎来大爆发。

政策层面,工信部、交通运输部、国家发改委等八部门此前联合下发《关于开展公共领域车辆全面电动化先行区试点工作的通

知》,提出在全国范围内启动公务用车、城市公交、出租、环卫、邮政快递、城市物流配送等公共领域车辆全面电动化先行区试点工作,试点期为2023~2025年。

更值得注意的是,上述通知提出,将环卫、邮政快递、城市物流配送等领域新增及更新车辆中新能源汽车比例提高至80%,这被行业认为在推进新能源商用车渗透率提升的同时,亦加速新能源物流车市场发展。

能链研究院数据显示,2020~2022年,新能源物流车销量分别为5.7万辆、13万辆、23.58万辆,呈现持续攀升之势,该研究院引用沙利文统计数据称,我国新能源城配物流车销量将从2020年的6.9万辆,增长至2026年的105.3万

辆,年均复合增长率约为57.6%,其中新能源渗透率将增长至2026年的41.8%。

而推出菱势汽车品牌五菱新能源,无疑希望抓住行业发展黄金机遇期。五菱新能源相关负责人介绍,基于市场需求和自身优势,五菱新能源公司专注于新能源商用车细分市场。

“全新品牌,全新战略布局,菱势汽车将聚焦新能源商用车市场,陆续发布混动及纯电车型,未来将全面布局微、中、大面车型,微、小卡车型及末端物流车等全矩阵产品,为用户提供创造性解决方案。”五菱新能源相关负责人如此向记者介绍。

以6月28日正式亮相的菱势汽车首发车型菱势黄金卡为例,五

菱新能源方面介绍,该款车型基于对油卡和电卡用车痛点的深刻洞察,菱势汽车创造性提出“混动小卡”解决方案。

据五菱新能源提供的信息,菱势黄金卡“大胆创新,不断突破,采用全新一代混动技术和开创性长头造型设计,一次性解决传统油卡动力性差、舒适性差、经济型差等痛点,同时又平衡了电卡购置价格和里程焦虑等不足,为用户带来全新的动力体验和驾乘体验”。

“对比传统油卡和电卡,作为‘混动小卡’的菱势黄金卡搭载黄金配置,在动力、能效、造型、路权等方面均具有越级优势。”五菱新能源方面介绍,如在经济性方面,菱势黄金卡可加油可充电,用油更

省油,用电更省钱,采用阿特金森循环,专用增程系统,热效率高达40.01%,节油率提升40%,工况法综合油耗仅3.6升/百公里。

不仅如此,在困扰诸多燃油商用车车主的路权方面,菱势黄金卡享有新能源绿牌,五菱新能源相关负责人介绍,“城区自由畅行不限行,将扩大小卡用户的货运半径和拉活场景,让用户载货拉活更合规,为用户创造更多收益机会,更舒心更安心”。

卡位新能源商用车赛道的五菱新能源,亦提出到2030年销量达到100万辆的目标,袁智军还强调,五菱新能源将布局商用、乘用车两大车型,而“菱势品牌的产品不止面向国内市场,还要走进国外市场”。