

新能源汽车需“政策推+市场拉”

2015年我国新能源汽车产业总的来看“形势喜人，成绩可嘉”，但“挑战和困难也不少”。

从销量来看，2015年新能源汽车是爆发式增长，全年销量突破了30万辆，稳居全球第一。这个数字是2014年的3.4倍。数字背后到底说明了什么？

首先，国家把电动汽车作为一个发展战略，推进和促进的政策体系已经比较完善、比较全面。无论是从产业发展角度、激发用户角度，还是从基础设施完善、商业模式开拓等方面政策都已涉及且力度较大，产生了很强的激励作用。

其次，这个数字说明中国的电动车技术在走向成熟的过程中不断进步，从基础的技术来看，已经得到了市场认可。30多万辆电动车能卖出去，用户能够接受，表明我们的技术已经具备了相当的基础条件。

第三，这个数字背后还反映了中国各个城市和全社会对电动汽车，或者是新能源汽车的认同程度在提升，潜在用户在扩大，这是很可喜的。这样一个颠覆性的，或者是一个替代性的技术能在社会上得到相当程度的认同、认可，非常不容易，这是必须要闯过的一关。现在，我们已经迈出了重要一步，过了第一个重要的坎儿。地方政府掏真金白银，拿出很多资源，为电动汽车的后续发展奠定了一个比较好的基础。

但是新能源汽车当前面临不少的挑战和困难。有的企业对电动汽车热情度较高，有的汽车骨干企业发力不够，相对比较迟缓。一些后起的车企，比如像比亚迪，把电动车当作了一个公司的长期战略在做。事实上，骨干车企都深度参与了电动汽车的“863”等规划，但真正开始做的时候，还是比较犹豫。

2015年中国新能源汽车产销辆稳居全球第一，但是中国电动汽车军团的实力没有超过跨国公司，当前中国电动汽车的产量和市场规模都超过了德国，但这只不过是德国的汽车企业在电动汽车上还没开始发力，并不能认为我国在技术上实现了超越。在电动汽车的技术积累上，我们的差距还很大。

现在之所以有这么大的销售规模，是政策驱动的结果，不完全是市场。特别是在和主流燃油车相抗衡的领域，政府补贴起了很大作用，如果政府补贴马上撤掉，电动车市场会受很大影响。电动车市场还没有完全启动，未来竞争的道路还很长，真正走到最后、能够获胜的企业，是有良好技术支撑的企业，而不是那些拼拼凑凑搞出一个车子、四个轮子能转的企业。因此，企业要把电动车作为一个长期战略，必须要夯实自己的技术基础。

目前，电动车仍是一个对政策高度依赖的市场，但是这个市场应该开始逐渐变化。国家的激励政策开始出现退坡，逐渐把政策性市场变成政策和市场双驱动的市场，而不是单驱动。

地方保护问题，虽然国务院高度重视，但是有的地方没有完全解决。在市场规模还比较小的时候，怎么样能使一些有竞争力的企业脱颖而出，必须要有一个开放的市场。地方保护带来的结果，就是有竞争力的企业得不到充分发展，或者缺乏竞争力的企业失去了参与竞争的机会，两败俱伤。不要以为，政府保护一下，它就能过得了。在这方面应采取进一步的措施，通过各种方式来解决市场分割的问题。

因为汽车动力技术的变革是全社会的一个大变革，产业链很长，涉及到诸多部门、行业和产业。如果要使国家战略能够实现，必须要让企业把这件事情作为自己的战略，其必要条件就是有一个长期的预

期。

当前，政策上的顶层设计问题国家正在陆续解决。补贴政策现在在慢慢退坡，接下来可能是燃油消耗量限制标准问题，还有一个零排放的标准，到底是哪一个、怎么弄，这需要进一步深入研究。因此，新能源汽车市场如何由政策驱动转向政策、市场双驱动，这应该考虑。