

疫情影响下我国新能源汽车行业面临的困难及政策建议

■ 彭庆超¹ 孔诗洋² 孙萌³

摘要：受疫情影响，我国新能源汽车市场受到了较大冲击。本文从汽车生产商、汽车经销商以及消费者三个层面，分析了目前我国新能源汽车行业发展存在的问题，并提出了针对性的政策建议。

关键词：汽车行业 新能源汽车 充电桩 汽车消费者

一、引言

新能源汽车主要包括纯电动汽车、混合动力汽车、燃料电池汽车、超级电容车等几类。中汽协数据显示，2020年1-6月份新能源汽车产销分别完成39.7万辆和39.3万辆，同比分别下降36.5%和37.4%，同期汽车总产销分别完成1011.2万辆和1025.7万辆，新能源汽车产销占比分别为3.92%和3.83%。数据也表明，从3月份开始，新能源汽车产销呈现恢复性增长态势，降幅持续收窄，总体表现好于预期。《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》提出，2025年新能源汽车新车销量占比要达到25%，因此新能源汽车替代传统燃油车市场的趋势依然存在，全年新能源汽车在整体车市中的新车销量占比仍有望上涨。本文通过分析疫情对汽车生产商、汽车经销商以及消费者的影响，初步归纳了不同市场主体面临的主要困难，最后提出政策建议。

二、疫情影响下新能源汽车行业面临的问题

(一) 汽车厂商生产方面

受疫情影响，企业完全恢复产能难度大、零部件供应通道阻断、部分企业生产延迟、重要发展计划面临搁浅、政府补贴政策不规范等问题，导致汽车产量大幅下降。目前，部分企业正在政府的指导下有序复工复产，但仍面临以下困难。

一是零部件断供等问题导致部分企业宣布延迟交付订单。部分国内零部件供应商员工返岗率不高，完全恢复产能难度大，汽车制造商的生产经营受到冲击。此外，疫情的全球化将进一步加剧供应端对中国新能源汽车行业的冲击，供应链断裂将影响生产端库存储备，导致进口零部件断供，形成产销不平衡的恶性循环。加上近期国际航班停运，而全球范围内的轮船货运、飞机航班、铁路运输等都受到了直接影响而停摆，将直接影响新能源汽车的生产端。此外，零部件断供导致部分企业宣布延迟交付、上市新车。

二是受疫情影响，企业的发展计划受到冲击。很多新能源车企不仅生产端疲软，而且研发计划都出现了较大调整。当前全球疫情形势仍不明朗，汽车公司的重要发展计划仍不得不延缓甚至搁浅，研发计划将彻底被打

乱，重要计划只能延迟或直接停滞，与之相关的用户体验、资金回流、后续研发、融资等方面都受到了牵连。

三是企业面临资金紧张、融资难等经营困境。第一，企业经营的现金流出现困难。前期停工停产和生产效率降低无疑影响了各企业的量产交付进程，汽车销量也出现大幅下滑，而这也意味着企业的现金回流、研发、融资等都可能受到影响。因此，无论是国产的新能源汽车明星企业，还是新兴的新能源汽车品牌，都纷纷加码优惠力度，以期用“超低价”优惠，尽快回笼库存资金。第二，资本大量逃离，行业融资难。受到大环境遇冷与疫情的双重影响，今年资本会大量从风险裸露敞口较大的地方涌向那些被普遍视为相对安全的地方，如果资本对于汽车行业没有长远的研究，只是看到行业整体跌幅数据，就会因对行业丧失信心而变得谨慎。第三，地方政府的准入和补贴政策不规范，导致部分企业的投资积极性降低。比如有的地方要求配套地方核心零部件，设立本地企业，有的以备案为名设立地方小目录，有的要求公共交通必须采购本地新能源汽车等，导致地区不公平

竞争加剧，地区封锁现象抬头，部分企业处于观望状态。

（二）汽车经销商销售方面

经销商面临批发销量大幅下降，销售出口萎缩、市场份额丢失、线上营销难以发力、补贴政策作用有限等问题。目前通过政策引导、营销模式创新、完善售后服务等方式，各新能源汽车经销商积极应对疫情对市场的影响，但是汽车经销商仍面临以下问题。

一是线下销售活动难以开展，销量下滑明显。疫情首当其冲影响到供应链和销售体系的安全和稳定，营销体系不能正常运行，导致市场丢失或被替代。在疫情防控的大环境下，整车企业复工滞后无法及时满足市场需求，将面临失去部分终端客户的风险。经销商线下营销活动难以开展，集客难度大大提升，同时部分经销商运行困难，生存压力巨大，存在退网、转网的可能。

二是经销商线上营销难以发力。在疫情防控的大环境下，经销商线下营销活动难以开展，因此不少新能源汽车厂商以及经销商，都期望通过线上卖车的方式找到一根救命稻草。但是汽车作为一种价值较高又极注重体验的商品，线上卖车模式一直不温不火，难以发力，线上营销对销量产生的影响可谓杯水车薪，带来的销量非常有限。

三是海外疫情影响新能源汽车出口。我国是汽车制造大国，也是全球重要的汽车零部件及原材料生产基地，每年都有大

量的汽车和零部件进出口贸易，海外疫情蔓延不可避免对我国汽车贸易和供应链运转带来冲击，同时也极大冲击了国外新能源汽车的销售市场。

四是政府补贴政策作用有限。此前国务院召开常务会议，会议确定将新能源汽车购置补贴和免征购置税政策延长2年。此项措施出台的作用，更多体现在“稳定”二字，对于销售端刺激有限，对于原本持币观望的人来说，反而延后了购买欲望。归根结底，主要还是新能源汽车太过于依赖补贴和免征购置税的缘故。因此，单纯依靠汽车购置补贴和免征购置税政策所带来的新能源汽车销量可能非常有限。

（三）消费者消费方面

疫情已经严重影响各行各业人员的收入，导致汽车消费能力受损。此外，新能源汽车产品不够成熟，品质令人堪忧，使用成本居高不下，售后配套不完善，充电困难便利程度低等问题也进一步阻碍了新能源汽车消费市场的回暖。

一是疫情期间消费者收入缩水，购车计划延迟。受疫情影响很多人不能正常复工，收入锐减。此外很多企业面临破产、裁员、降薪等危机，这会使很多人和企业对未来的收入预期持续降低，因而使得更换、购买新车的需求遭到抑制，这对上半年的汽车市场将产生重大影响。从国内市场看，短期内人员出行和公共交通需求受到抑制，旅游客车市场受到的影响尤为明显。从海外

市场看，疫情在全球范围内加速扩散，不确定性急剧升高，各国为控制疫情传播可能会严格限制人员流动和交通运输。总之，疫情导致需求端受到一定冲击，不少企业的订单可能会延后或减少，消费市场完全恢复可能还需要较长时间。

二是新能源汽车不够成熟，品质令人堪忧。电池是新能源汽车的核心技术之一，目前新能源汽车动力电池能量密度仍然较低，续航里程较短，无法满足长途运输的需求。而到冬季电池性能将会大幅下降，续航里程进一步减少，充电时间进一步延长，影响车辆使用效率。此外，新能源汽车自燃火灾事故频发。回顾2018年，新能源汽车迈过百万大关时召回了13.57万辆，召回比例高达13.46%，其中新能源汽车自燃就有40起。2019年新能源汽车召回33281辆，其中动力电池问题占比高达18.68%。

三是新能源汽车使用成本居高不下。新能源汽车成本中主要是电池成本，经测算，在无补贴的情况下，同等载货重量和运输里程的条件下，新能源汽车整体成本较燃油车要高出不少。此外，国家发改委于近期下调了汽柴油价格，使得全国大部分地区油价重回“5元时代”，油价下跌给本身投入就比较高的新能源汽车行业带来新的压力。如果原油价位进一步降低，电动车和燃油车每公里的运行成本差距将进一步缩小，再考虑到充电成本和时间问题，新能源车的吸引力进一步下降。

四是售后配套不完善，充电桩充电难，便利程度低。媒体广泛报道，新能源汽车故障多、返修率高，运营商售后问题严重，且车企、维修网点、运营商三者，在维修费用分摊上不明确。调查发现，不少新能源汽车车主反映电动汽车易买难修，维修费用高，维修等待时间长。此外，虽然全国大部分地区均有一定数目的充电桩建设量，但主要还是在北京地区、东南沿海以及长江中下游地区，西部和北部的建设区域仍然较少。即使在同一个城市，部分地区利用率可达到70%，部分地区却极低，有些充电桩甚至成了僵尸桩。统计数据显示，北上广城市地区充电桩利用率达70%，但二三线城市的利用率却极低。

三、政策建议

(一) 加大金融支持力度，助力新能源汽车厂商渡过疫情难关

一是金融机构简化审批流程，特殊时期特事特办，让企业尽快用上信贷资金。不盲目抽贷、断贷、压贷，可予以展期或续贷，通过适当下调贷款利率、增加中长期贷款等方式，确保企业能够正常生产经营，渡过疫情难关。二是加大信贷支持力度，降低融资成本。落实好人民银行总行再贷款、延期还本付息和加大信用贷款的相关政策，及时为符合条件的困难企业提供资金支持。鼓励金融机构对相关产业链企业贷款给予临时性延期还本付

息安排，舒缓企业资金压力。对受疫情影响较大的企业给予减税等政策倾斜，或推迟缴税时限，防止企业资金压力过大。降低企业在水电、社保等方面的费用，帮助企业降低成本。三是加强金融创新，综合运用信贷、保险等金融产品，为企业提供综合、全面的金融服务。探索厂家与金融机构新的合作模式，及时对接经销商及客户，为汽车经销商和客户搭建一条龙的金融服务和特殊政策支持。

(二) 积极研究出台政策，提振有效需求，稳定汽车市场信心

一是推出一系列促进新能源汽车消费的政策措施，提供更有针对性的信贷政策和更简便的检测和上牌服务，在开展汽车销售主题活动和企业广告宣传上给予更大的支持。二是在购车补助方面，对购买自主品牌并在国内销售落籍的汽车，每辆给予购车价格一定折扣的一次性补助。三是松绑汽车限购等汽车消费的政策，尽快推出高排放老旧汽车淘汰更新政策，释放一部分老旧车存量指标，通过设置补贴奖励及购车时限，在年内转化为新购汽车消费贡献。四是制定新能源车运营补贴政策。针对物流运输、公共交通等行业使用新能源汽车较为广泛的现状，根据运营里程制定专门的运营补贴政策，进一步提高各个行业采用新能源汽车的积极性。

(三) 制定有针对性的产业扶持政策，助推汽车产业转型升级

一是在疫情结束后，加大

招商引资力度，助推汽车产业转型升级，对于转移后的产业链进行修复，帮助企业维护上下游合作伙伴。建立安全保障与应急救援机制，加大对缺陷汽车产品召回和处罚力度等。二是动态调整推荐车型目录门槛、设置地方财政补贴不得超过中央财政单车补贴额的50%等，防止各地恶性竞争。同时可以建立鼓励柴油货车置换及淘汰的补贴机制，鼓励企业置换。三是加强产融合作，推动整车及电池企业加快高性能技术和产品的研发。建议给予整车企业和电池企业科研经费支持，推动整车生产企业加快新一代高性能产品的开发。通过新能源汽车技术创新和电池优化，不断降低用户购车成本，满足企业中长距离用车需求。■

参考文献：

[1] 陈琦. 补贴政策延长，新能源汽车市场迈入调整期[J]. 汽车与配件, 2020,(8).

[2] 罗兰贝格管理咨询. 中国新能源汽车发展与挑战[J]. 汽车与配件, 2020,(8).

[3] 宋扬. 行政法视角下新能源汽车碳积分制度完善探究[J]. 生态经济, 2020,36(04).

[4] 汤思佳. 中国跨越式发展新能源汽车的路径研究[J]. 南方农机, 2020,51(07).

(作者单位: 1. 中国人民银行宜昌市中心支行; 2,3. 中国人民银行秭归县支行)

责任编辑: 张捷