

新闻热线:010—58884102  
E-mail:jy0231@sina.com

■责编 何晓亮 李 萍

# 北京7条高速公路将建14处公共充电桩

## 社会力量建桩收费标准正在研究

### ■数字车市

354万辆

通用汽车2014年其在华销量达到354万辆,同比增长12%,12月增幅超三成。去年12月通用汽车及旗下合资企业全年在中国市场销售了357375辆汽车,对比2013年12月的271002辆销量,同比大幅增长31.9%。

第100万辆

1月8日,华晨宝马汽车有限公司生产的第100万辆汽车在沈阳铁西工厂正式下线。成立于2003年的华晨宝马合资公司目前生产3个系列的国产车型,分别是宝马X1、宝马3系和5系。未来两年内,该合资工厂产能将由现有的30万辆提升至40万辆。

15亿元

1月5日,福田山东新能源基地在济南揭牌。坐落于山东潍坊高新区的新基地总投资15亿元,投产后有希望实现70亿元的年销售收入。该基地运营后预计年产能达一万辆,主要生产新能源公交、新能源团体车和校车等。

40个

日前,天津市新能源汽车充电设施网络建设被财政部确定为“政府和社会资本合作模式(PPP)国家示范项目”,计划到2016年全市建设公交充电桩40个、公共充电桩2000个,总投资约5.16亿元。

10%

上汽集团日前公布2014年12月份产销快报。2014年12月份,上汽集团汽车产量为496,814辆,销量为520,118辆。2014年1—12月份,上汽集团累计产量为5610,558辆,同比增长8.98%;累计销量为5,619,918辆,同比增长10.07%。

85万辆

长城汽车1月7日公告显示,公司2014年所有品类的总销量为730772辆,总产量为730570辆。公司将2015年度的销量目标定为85万辆,较2014年的总销量增长16%。

380万辆

据东风汽车公司最新快报显示,2014年1—12月份,东风汽车公司累计销售汽车380.3万辆,同比增长7.57%。其中累计销售乘用车324.3万辆,同比增长11.75%,销售商用车56万辆。2014年12月,东风公司单月销售汽车38.8万辆。

80万辆

在过去的2014年里,神龙公司实现整车销售704016辆,同比增28%。1月5日,神龙汽车公司正式对外公布其2015年目标——“整车产销80万辆”,其中东风雪铁龙品牌35万辆,东风标致品牌45万辆。

### 北汽多途径实现自主突围

随着中国汽车工业的发展,留给自主品牌汽车企业发展的空间已十分有限。但过去的一年中,北汽在品牌力羸弱、产品溢价不够强的背景下,打破中国消费者对固有的“傲慢与偏见”,成功实现逆势突围。

其途径之一,是消费者痕迹化展示。此次,北京汽车绅宝D70成功当选为APEC官方用车,让外资品牌霸占APEC中国会场成为了历史。与此同时,在国内多个大型体育赛事、音乐节等焦点事件中,北京汽车频频进入消费者耳目,也在消费者心中混了个脸熟。

专业性赛事体验也是有效的方法之一。北京汽车把“超值小车主”E系列(改款车型为绅宝D20)与绅宝D70送上赛道,分别参与CTCC中国房车锦标赛与华夏赛车大奖赛的争夺,打消了消费者对自主品牌的颇多顾虑。此外,还有圈子化营销。针对E系列等车型消费主力群体,北京汽车抓住了其“婚恋、宝宝、宠物”等三大生活关键词,通过与百合网、宝宝树、狗民网的强势跨界联动,推出了“E起幸福”系列活动,塑造了自己的产品文化。

这样,通过混脸熟、晒亮点、促深交,北京汽车逐步解决了消费者对自主品牌的固有认知,并通过精准扎实的营销手法,使目标消费群体能够从想到品牌递进为摸到产品,最终实现了购买力释放。

近日,北京首发集团、京投公司、公联安达公司、金地停车管理公司等单位分别与市电力公司签署建设协议,北京市将加快高速公路服务区、“P+R”停车场、桥下空间停车场、社会公共停车场等区域的公共充电设施建设,以解决消费者“里程焦虑”。

一直以来,北京市都在大力推动新能源汽车的普及,但结果尚不能令人满意。在牌号分配上,虽然配置给个人3000余个指标,但截至目前,摇号配置的新能源汽车上牌共320余辆,其中去年5月上牌216辆,上牌数量不及摇号中签数量的十分之一。不仅如此,本月将进行第三次新能源汽车指标配置,申请者数量首次出现下降。

有关部门分析,上牌比例低一方面与指标“6个月有效期”有关,还与“里程焦虑”有关。许多中签者尚在等待和观望,看是否有更合适的车型推出,同时忧虑新能源车的续航能力,怕充电桩布点不够,新能源车跑不远。

北京市科委副主任张继红表示,未来的新能源汽车供应将越来越丰富。与此同时,政府主导建设布局合理的公用充电服务网络,以及通过政策引导建设规范有序的自用充电设施等工作也在推进。

据了解,今年北京市将在7条高速公路建立公共充电桩,包括京哈、京开、京沪、京承、京藏、京港澳、机场南线。新建的充电桩

都位于高速公路在本市区域内的服务区中,共有14处。充电桩以快充为主,半个小时就能充满80%的电,续航里程可在100公里以上。因为纯电动汽车堵车时耗电较少,这样,开着纯电动汽车去郊区,也不用担心续航里程不够,半路“趴窝”。今后北京市还将与周边省市协商,加快推进建设京津冀一体化充电服务网络。届时,纯电动汽车将可以走得更远。同时,北京市还将积极推进技术创新,开展路灯充电桩、太阳能充电桩和立体停车场充电设施示范运营。

此外,今后“P+R”停车场、桥下空间停车场、社会公共停车场将广泛建立充电设施。目前,北京市已完成100个快速充电桩

及300个慢速充电桩建设,到2014年底将全面完成1000个充电桩建设,在五环内初步建成5公里半径快速充电网络。

除加密充电网络,未来的充电设施也将更加智能。全面建成智能充电服务管理平台后,能够实现充电桩状态实时查询、充电预约功能、充电导引等功能,方便公众预约、查询。

北京市科委表示,在电动汽车推广应用初期,超前规划布局充电基础设施,是电动汽车规模化推广的重要基础和前提。未来,本市还将引导社会力量参与公共充电设施建设。允许收取充电服务费用,目前正积极研究收费标准。(何文)

### ■政策播报

工信部

20家车企共64款新能源汽车被清出推广目录

工信部近日发布《车辆生产企业及产品公告(第267批)》。其中,《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录(第64批)》撤销了包括东风、吉利、奇瑞在内的20家车企共64款新能源汽车。此前《节能与新能源汽车推荐目录》清理工作工信部一直在进行,但发布清理目录尚属首次。从撤销产品的类别来看,大部分为客、货等商用车,以及垃圾运输车等专用车,占撤销产品总数的86%,其余产品则为纯电动轿车。

今后工信部是否会继续公布节能与新能源汽车推荐目录的撤销情况,工信部没有明确表示。不过,此次公布的清理目录将为企业敲响警钟,将彻底打消企业认为的只要进入《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录》就可以一直销售的误区。撤销目录的公布为消费者进行把关,同时也满足行业发展需要,明确产品优胜劣汰。

上海

自贸区正式启动平行进口汽车试点

上海市商务委官网日前发布《关于在中国(上海)自由贸易试验区开展平行进口汽车试点的通知》,宣布正式在上海自贸区启动平行进口汽车试点。这意味着长期处于灰色地带的汽车平行进口,将在上海自贸区率先实现正规化,同时消费者将有机会以便宜价格购买进口汽车。

按照《通知》,在自贸试验区开展平行进口汽车试点业务是指注册在自贸试验区内的汽车经销商,经商务部进口许可,从事进口国外汽车的经营。所谓平行进口车,指的是未经品牌厂商授权,贸易商从海外市场买回,并引进中国市场进行销售的汽车。这种渠道与国内授权经销商“平行”。平行进口汽车的售价比4S更便宜,但售后服务不像品牌经销商那么完善,这点之前一直饱受诟病。上海自贸区此番“正规化”试点,可补齐售后服务短板。

北京

超额淘汰39.1万辆黄标车

来自北京市环保局的消息,北京市提前超额完成国家下达的淘汰39.1万辆黄标车任务,标志着本市历时六年,终于告别“黄标车时代”,成为全国首个基本解决黄标车排放污染的城市。接下来,北京市将把国I、国II车和重型柴油车作为主要治理对象,以2006年前的老旧车为主。

北京市自2008年起集中治理黄标车。据市环保局通报,2014年11月底,北京市共淘汰老旧车42.6万辆,其中政府已拨付财政补助资金9.75亿元,为22.7万辆老旧车车主发放了补助。下一步,国I、国II车和重型柴油车治理成为重点。本市现有国II及以下标准车97.1万辆(其中国I及以下汽油车39.1万辆,国II汽油车58万辆),占全市560万辆机动车保有量的17.3%,其排放量占机动车直接排放总量的30%左右。

### ■谈车论道

## 电动汽车要厘清的五大问题

□董扬

第一个问题,地方政府应该不应该把电动汽车看成是巨大商机?

世界把电动汽车作为战略没有错,国家把电动汽车列为战略性新兴产业非常正确和必要,而各地方政府一哄而起地都将电动汽车看成是振兴地方经济的巨大商机却是十分错误。战略性新兴产业的特点是技术待发展、市场待形成、产业需扶助,可不是什么“大金娃娃”。地方政府招商引资成功是有条件的,必须是成熟的市场化的产品,必须有迅速扩大的市场。而地方政府将电动汽车视为近期内的巨大商机是不现实的。尽管现在也有个别城市以强制汽车生产企业使用本地电池为条件使本地电池企业得到一定的发展,但电池技术发展太快,如果没有世界一流的研发能力和长期巨额投入,这个电池企业不可持续。

第二个问题,将电动汽车当作超越传统燃油汽车、占领制造业制高点的机会也要慎重。

诚然,电动汽车是汽车技术发展的重要战略方向之一(与之并列的重要战略方向至少还包括移动互联)。但是,电动汽车仅仅是汽车动力系统的革命,传统汽车做不到一流,是做不好电动汽车的。而且,做好电动汽车需要比做传统汽车更强大的技术基础和积累。

做战略需要长期大量投入。在前述良好传统汽车的基础上,也需要二十年以上的努力,几百上千亿元的投入。现在,不少人在期待特斯拉和谷歌颠覆传统汽车,而我认为是技术实力最强的丰田和大众可以在电动汽车领域走得最远。丰田在混合动力汽车领域已取得的辉煌成就和即将批量投放市场的燃料电池汽车就是很好的证明。

第三个问题,开展电动汽车城市试点的目的是什么?

首先,应该不是在这些试点城市借势形成引领当地经济发展引擎的电动汽车产业,这在本文的前面部分已有论述。其次,也不可能减少当地的机动车排放污染。因为在当前补贴试点的条件下,电动汽车的数量不可能太多,其节能减排效果也有限。推广一万辆电动汽车代替达到国四、国五排放标准的汽油汽车,减排PM2.5的效果仅与淘汰二三百辆农用机械或黄标车相当。在全国开展电动汽车试点城市的目的,应该是跟上世界汽车技术发展步伐,在全国范围内形成一定规模的电动汽车市场,促进我国的电动汽车发展。

第四个问题,汽车生产企业应该不应该紧跟政策?

在当前的市场经济条件下,政府的政策是有形的手,而市场规律是无形的手。

企业应该更重视市场规律、产业发展规律。一些企业在解读政府政策时,把国务院颁布的《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020)》中确定纯电动为战略方向解读为国家只支持纯电动汽车,不支持插电式混合动力技术发展,因而忽视这个方向。这是极端错误的。企业应该首先从市场规律、产业发展规律出发做好自己的产品发展规划。其次,解读政策也应该全面解读,不应该只看到补贴。

第五个问题,发展电动汽车在现阶段应该注重国际竞争,还是国际合作?

之所以国际合作是主流,是因为从宏观上看,电动汽车尚处于战略发展阶段而非利益竞争阶段。从技术和产品层面看,技术发展快,未进入稳定阶段,现有产品——无论是电池还是整车——两年更新、五年换代。因此,以合作换取技术进步远比竞争更重要!

当然,合作并不意味着不考虑竞争,而是应从长远发展的角度来竞争。我们从竞争角度出发提出了外资设立电池生产企业必须与中国企业合资,而且股比不能超过50%的要求,意图是外资设厂要带动中国电池的发展。但是,已有不止一家外国公司采用与中国非电池资本合作的方式轻松绕过!

最终的问题,怎样看待电动汽车?从

何角度解决当前电动汽车发展中的问题?

一方面,由于石油资源有限,更由于全球限碳减排的要求,作为人类重要交通运输工具和能源消耗大户的汽车产品,将来必须以电力为主要动力。原因在于电动汽车效率高,便于使用各种清洁能源,还可以成为绿色智能社区中智能能源系统的重要组成部分。因此,电动汽车是国家乃至世界的战略发展方向。另一方面,又由于电动汽车技术还不成熟,综合性能、成本还不能与传统动力汽车相媲美,所以必须以试点形式推广,以求获得一定规模的市场。并以此市场为基础,推动产品性能的提高,推动工艺技术和材料的发展,推动市场模式的创新,推动成本的下降。

在这场为了人类共同未来的、全世界范围的、社会各界共同参与的宏大的公益行动中,企业应该承担起应尽的责任,不计较短期效益,贴钱费力开发好产品,还要和相关产业、相关企业加强合作;政府要承担责任,少收税费给优惠并出钱补贴鼓励销售和使用;有条件的使用者也在尽自己的社会责任,要不怕多花钱、克服不方便,充当志愿者的角色。而各试点城市应该做的是抛弃不现实的小算盘,全面贯彻落实国务院的要求,做好试点工作!

(作者系中汽协秘书长,有删节)

## 北京18米长新型电动公交车即将投入运营



近日,一批新型电动公交车在北京阜外大街公交场站内调试,即将投入运营。该款新型电动公交车车身长18米,车头造型别致,车身呈流线型,被称为“电鳐鱼”。

新华社发(刘宪国摄)



## 中汽中心:儿童安全座椅产品安全性总体欠佳

科技日报讯(何晓亮)日前,中国汽车技术研究中心(以下简称中汽中心)宣布了2014年度C-NCAP第四批车型评价结果。值得一提的是,这是中汽中心首次对24个儿童安全座椅产品进行评价试验。结果显示,当前儿童安全座椅产品安全性总体欠佳。

据悉,这24款产品分属不同生产企业,其中进口品牌3个,涉及ISOFIX刚性固定方式和车辆安全带固定方式。首批24个产品,其中幼儿用产品4个,学童用产品20个。中汽中心将评价结果分为四个档次:高于36分为“优秀”,

30—36分为“良好”,20—30分为“一般”,20分以下为“不推荐”,分别对整车C-NCAP评价的五星、四星、三星和二星,中汽中心给了其中12个产品以“不推荐”的评级。

中汽中心表示,24个产品中除2个从实体店购买,其余均通过网购方式或授权经销商购得,购买这批儿童约束系统产品的总费用约13.5万元。为避免假冒产品及确保试验顺利进行,该批评价试验用儿童约束系统购买到后,中汽中心按照规则向各品牌所有方发送产品确认函,通知相关

方面确认产品真伪,并在正式试验前一周在C-NCAP官网上发布试验通知,同时通知品牌企业。部分品牌企业对各自产品进行了确认并于试验期间到场参观试验。

中汽中心评价结果显示,儿童约束系统产品(儿童安全座椅)总体表现欠佳,仅少数产品获得较好评价。中汽中心相关负责人表示,主要原因是因为部分企业对产品技术水平和安全需求缺乏深刻的了解,另外,产品准入门槛不高,市场规范性不强,法规执行监督力度不够,3C认证刚刚开始,尚未形

成良好的市场秩序及竞争环境。

中汽中心表示,C-NCAP管理中心将组织行业开展技术交流,充分总结和分析一年来所进行的车辆及儿童约束系统产品评价的经验和问题,共同探讨下一步的规则改进和完善的方向。希望在为消费者提供准确、清晰的儿童座椅产品安全性能信息的同时,引导企业重视对产品安全性的技术开发及产品一致性的生产管理,快速提升产品质量,共同促进我国道路交通安全,特别是儿童乘车安全的改善。