

深挖潜力 开拓汽车消费更大空间

□ 本报记者 邵志媛

汽车业是国民经济重要的支柱性产业,也是我国拉动内需、扩大消费的重要领域。今年前5个月我国汽车销量累计1061.7万辆,同比增长11.1%,累计产销增速比前4个月继续加快。为进一步促进汽车消费,近来政策暖风频吹——6月2日召开的国务院常务会议明确,要延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策,构建高质量充电基础设施体系,进一步稳定市场预期、优化消费环境。商务部办公厅近日印发《关于组织开展汽车促消费活动的通知》提出,将在6月至12月统筹开展“百城联动”汽车节和“千县万镇”新能源汽车消费季活动。

当前我国汽车消费市场的潜力如何?新能源汽车下乡对促进汽车消费具有怎样的意义?释放农村新能源汽车消费潜力还需打通哪些堵点?进一步激发汽车消费活力,政企需如何发力?国际商报特邀业内权威专家,从更深层次看汽车市场,为中国汽车消费支招献策。

专家圆桌

- 宋向清** 北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任
- 张翔** 江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长
- 高强** 智点智能新能源汽车有限公司市场总监
- 洪勇** 中国数实融合50人论坛智库专家

(排名不分先后)

1

有分析称,我国汽车消费的潜力并没有被完全释放出来。您怎么看当前我国汽车消费市场?

洪勇:我国汽车消费市场的潜力非常大。尽管目前中国已经是全球最大的汽车消费市场,但仍有许多潜在的消费者未进入市场。特别是在部分三、四线城市和农村地区,由于交通不便、经济水平较低等原因,汽车普及率仍然相对较低。此外,随着人们购车观念的变化和生活水平的提高,更多的人开始注重汽车品牌、性能、燃油经济性等因素,这也为我国汽车市场提供了更多机会。

高强:我国已经连续多年为全球最大汽车市场,近年来受疫情等因素影响,增速略有下降,但年销量依然保持在2500万辆以上。从销量结构来看,我国汽车消费大部分集中于二、三线城市和部分经济发达的区域,而三、四线和偏远地区的市场需求尚没有充分释放。考虑到经济发展以及人们出行需求的提升,这些区域的汽车消费都具有非常大的潜力和提升空间。

宋向清:中国汽车消费市场潜力巨大,汽车产业前景十分广阔。疫情过后中国经济的恢复和发展逐步加快,这也将加快提升居民的人均收入,激发居民对汽车等大件消费品的消费欲望。同时,政府不断加大汽车消费相关政策的支持力度,并陆续将涉及汽车尤其是新能源汽车的研发投资、补贴政策等激励措施纳入集成电路、人工智能、新型材料等国家战略规划,这些积极引导和扶持汽车行业高质量发展的政策激励,将极大提振汽车产业和汽车消费的信心,为汽车市场的发展带来新的利好和机遇。

张翔:2022年我国汽车保有量已达3.2亿辆,千人拥有约226辆,基本实现家家有车。据预测,我国千人汽车保有量饱和点是400辆~450辆。若千人保有量按照450人计算,未来汽车保有量将达到6.3亿辆,比2022年将增长近一倍,可见我国汽车市场的增长前景十分广阔。

张翔:推动新能源汽车下乡,是当前新能源汽车市场发展的重要方向。中汽协数据显示,2020-2022年,参与下乡活动的新能源车型销量增速分别为80%、169%和87%,增速高于新能源汽车的整体销量增速,累计销售410多万辆,对整个新能源市场的销量贡献较大。对新能源汽车来说,当前农村市场是一片蓝海,亟待挖掘。

行条件。
释放农村新能源汽车消费潜力,需要打通一些堵点。首先要加强基础设施建设,如充电桩、换电站等,解决新能源汽车充电难的问题。其次要提高农村地区的购车补贴力度,吸引更多消费者购买新能源汽车。再次要加强宣传推广,提高乡村消费者对新能源汽车的了解和认知程度。

2

近期,促进新能源汽车消费的利好消息不断。继国务院常务会议提出延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策后,多部门表示将加快推动新能源汽车下乡。您认为新能源汽车下乡对促进汽车消费有哪些意义?释放农村新能源汽车消费潜力还需打通哪些堵点?

洪勇:新能源汽车下乡将进一步促进汽车消费。一是可以拓展汽车市场,从而增加销量和利润。二是新能源汽车比燃油车更环保、更节能、更安全,符合当前社会节能减排、环保发展的要求。三是新能源汽车下乡可以促进农村地区的经济发展,改善农民的生活条件。

高强:我国汽车市场正处于转型升级的关键节点,新能源汽车及相关产业链渗透率的提升将有力地推动汽车产业稳步迈入新发展阶段。当前激发农村地区新能源汽车消费的瓶颈和堵点主要体现在三个方面。其一,当地人对新能源汽车认识不多,接触

3

业内人士认为,下半年国内新能源车市场将由传统淡季向旺季转移。进一步激发汽车消费活力,您认为各方还需如何发力?

洪勇:首先应继续加大政策优惠力度,如减少税费、提高购车补贴等,降低消费门槛。其次要加强产品创新和品牌建设,提高消费者的购买欲望。再次应加强汽车金融服务,提供更加便捷的金融支持,帮助消费者更容易地购买汽车。

高强:进一步激发汽车消费潜力,国家层面要做好顶层设计,制定长期的新能源汽车消费和保险政策。地方政府层面则要着力改善和优化当地消费环境,做好充电设施、停车基础设施建设,提振消费者的消费意愿和信心,进一步推动国家政策落实和推广。车企层面要考虑到城乡差别,针对农村地区消费者特点,开发符合当前广大农村地区消费现状的经济实用的新能源车型,尤其是载货微面、轻微卡等商用车型,同时要在营销和服务网络上做好下沉,建立完善和灵活的售后服务体系。

张翔:要进一步激发汽车消费潜力,政策方面还要继续做好引导。除了减免车辆购置税、免费送绿色牌照外,还可以发布一些其他奖励措施,比如上海在延续实施新能源车置换补贴的同时,还给予符合相关标准的每辆车10000元的财政补贴。企业则可以挑选一些车型面向农村市场开展让利销售活动。

宋向清:中国汽车市场的巨大发展

新能源汽车的机会很少,接受度较低,顾虑较多,需要大力做好市场推广和培育;其二,进入推广目录的新能源车型不够丰富,且售价普遍偏高,农村消费者对新能源车型的价格期望集中在4万~7万元,甚至在4万元以下,在这一价格范围内可选的车型很少;其三,车企的销售和服务网络下沉不够,相关的维保售后、金融保险等发展滞后,仍有很大的提升空间。

宋向清:新能源汽车下乡是促进汽车消费的重要举措,是拉动乡村消费水平的关键一步,也是通过税费减免和信贷优惠等政策让利于乡村居民,有序缩小城乡发展和城乡居民生活水平差距的重要一环,对促进汽车消费和提高乡村生活质量等都具有积极意义。

汽车消费,尤其是新能源汽车消费对道路、停车、智能网联系统、充电桩等有着巨大需求,而部分乡村基础设施建设尚待进一步完善,因此需要加大乡村基础设施建设力度,打通基础设施和公共服务平台等方面的堵点。同时,汽车消费属于大件贵重物品消费,除了税费减免、信贷优惠外,还需要大力发展乡村产业,通过产业发展带动农村居民收入增长,提高农村居民的购买能力和消费水平,激发农村居民购车欲望。

潜力和汽车消费升级的大趋势,为中国汽车产业和品牌车企提供了广阔的发展空间和商机。但要化潜力为增长动力,化趋势为扩张效能,中国汽车品牌还需要致力于创新驱动,致力于攻克核心领域和关键环节的技术壁垒,致力于推进产业链供应链的优化重构,从而促进产品品质和技术水平的全面提升。

进一步推进汽车产业高质量发展,建议国家在科学有序放大和提升汽车产业规模的前提下积极引导各地政府错位发展汽车产业,尤其是整车生产,提前做好防止出现汽车产能过剩的政策准备。同时,要积极主动推出阶段性创新扶持政策,以充分发掘车企的创新潜力,深耕智能化、电动化,开拓汽车物联网、自动驾驶等新领域,助力汽车产业的迭代升级。随着汽车市场竞争格局的不断演化,汽车生产企业要提高产品在国内外市场的核心竞争力,在品质、价格、服务等方面不断发力,加快向高端品牌、高层消费市场和高端附加值方向进阶。

端午消费：“热浪”迭起“焕新”不断

(上接1版)

Co-Found 智库大消费研究负责人解海对国际商报记者表示,端午假期,各地通过让“端午元素”进商圈、举办节日活动打造了诸多现象级消费场景,创新型消费形式也带动了一定的消费增长,更多地释放了国内消费市场的潜力。

“夜经济”魅力不断绽放

端午假期正值炎炎夏日,北方多地出现高温天气,不少人也选择当“夜行者”错峰体验假期生活,而丰富多彩的商业形态也延长了消费链条,助推夜间消费热度不断攀升。

在2023南京国际啤酒节活动现场,几十家别具风格的啤酒屋、飘香着香味的美食老字号以及趣味互动游戏,营造出繁华绚丽的“夜之金陵”;南通启动“苏新消费·夏夜生活”主题系列活动;连云港上演“粽情端午盐河水韵”国潮夜演;郑州市启动“夜游绿城 乐享文旅”文旅促消费活动,发放2000万元文旅消费券……

美团、大众点评数据显示,端午假期前两天,夜间消费比上年同期增长95%,跑赢今年假期整体消费大盘。

“电话这几天被打爆了,现在来现场是需要排队的,大家出行前最好提前预订。”上海一家酒吧主理人表示。而在成都,2023年酒吧指南上榜商家Charger茶吧,上新了“围桌冰酒”套餐,粽香酒、杨梅酒等传统中式斗酒搬进酒吧,为节日增添了别样的氛围感。晚上11:30,北京胡同里的小酒馆依旧满座,生意火爆。

美团研究院副院长厉基巍表示,接棒“最火五一”,端午假期持续带动了“吃住行游娱购”等方面消费,为各地增添了更加浓郁的烟火气。端午假期高涨的消费热情有助于进一步扩大内需,持续激发消费潜力,助力国内经济向好向稳发展。

谈及如何进一步释放消费需求,激发消费新活力,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示,还应从以下几方面发力:一是加大减税降费力度,提高居民可支配收入,增强消费能力;二是优化消费环境,改善消费条件,提高消费服务水平,增强消费者信心;三是激发市场主体活力,创新消费模式,丰富消费体验,提高消费吸引力;四是扩大优质供给,提高产品质量和创新能力,满足消费者多样化需求;五是加强政策引导,推广绿色消费、智能消费、共享消费等新型消费模式,促进消费升级。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅则对国际商报记者表示,“90后”新消费主体的登场正自下而上地加速着供应链的迭代,消费移动化、需求个性化、目的IP化、产品细分化的趋势日益明显。在促进旅游消费方面,应推进区域旅游合作体系建设,加速推进旅游业态标准化,完善执法监督体系、旅游人才培养体系,提升旅游业“软实力”,将传统旅游与数字技术、电子商务、直播、融媒体等有机结合,提高资源利用效率,从而切实提高旅游业等第三产业服务的质和效。

众多跨国企业热盼持续奔赴“进博之约”

(上接1版)

作为进博会的“老朋友”,美国企业多特瑞曾荣获第五届进博会六大展区综合传播力百强展商的荣誉,这令其更加重视进博会这一平台。多特瑞全球首席执行官林克礼表示:“进博会给多特瑞带来了巨大的溢出效应,每届进博会的首发展品都很受市场欢迎。在今年进博会上我们将继续首发中国元素的新品。”

目前,采购意向陆续发布,专业观众报名启动,专业配套活动申办开始,人文交流项目和文旅展演活动逐步落地……第六届进博会各项筹备工作正如火如荼地进行中。

中国新能源企业“组团”亮相全球顶级能源展会

本报讯 记者从跨境贸易平台阿里国际站获悉,在日前举行的全球顶级能源展会——2023年德国慕尼黑太阳能光伏展览会上,阿里国际站携26家平台新能源商家赴德参展,通过日趋成熟的数字化混合展模式,不仅让平台上的外贸企业足不出户也能在线参展,还接连举办了两场国内外联动的新品发布会,创新了商家海外参展的形式。

在展会现场,新能源商家德兰明海首发了最新推出的全屋储能系统EP600。通过阿里国际站展位特有的数字化大屏,这场新品发布会不仅实现了线上线下联动,还实现了跨国互动。

为展现新产品易安装、易拓展的特性,德兰明海不仅在德国慕尼黑的展位上发起了一场30分钟安装一組家庭储能系统的挑战赛,也在杭州发起了一场长达3小时的点亮别墅挑战。而通过阿里国际站的直播,众多专业观众在线观看了这场跨国互动挑战,并和展会现场观众一起见证了展台和别墅一起点亮的瞬间。

另一家新能源企业亿纬锂能则把一场开放式体验发布会搬到了阿里国际站展位现场,不仅发布了全新超大电芯LP560K,还面向业界推出了“大电芯+长时储能”解决方案,让大规模储能产品更具安全性与经济

性。亿纬锂能在活动现场还特别邀请了德国莱茵TUV机构行业专家、EVE技术专家、欧洲合作伙伴等,围绕新能源发展、LP560K的技术创新及解决方案进行了深度交流。得益于阿里国际站的视频直播技术,这场圆桌讨论也同步在阿里国际站线上进行,引来众多关注新能源行业的买家卖家关注。

据主办方介绍,德国慕尼黑太阳能光伏展今年共吸引了2000多家企业参加,除了中国光伏、储能企业,欧美企业参展比例也高于往年,参展商及观众人数均超过历年。

海关总署6月7日发布的数据显示,今年前5个月中国出口总值9.62万亿元,同比

增长8.1%。其中,受“新三样”(电动载人汽车、锂电池、太阳能电池)出口快速增长拉动,中国出口机电产品同比增长9.5%,占出口总值的57.9%,拉动出口整体增长2个百分点。

在阿里国际站上,新能源行业近年来也一直保持着三位数的增长,其中,储能行业受海外补贴政策推动,表现出强劲的增长态势,从便携式储能到户用/工商业储能全面爆发式增长。

据悉,接下来,阿里国际站还将结合本次展会的专业内容,包括新能源行业未来趋势、机会等,整理成一手资讯同步给全球买家卖家。(李子晨)