



质量是基础 创新是支柱

中国汽车打响“品牌向上”攻坚战

本报记者 张家振 北京报道

作为全国两会中的新面孔,长安汽车总裁朱华荣和奇瑞汽车董事长尹同跃不约而同地将目光重点聚焦在了中国汽车品牌提升上。

而在3月5日国务院总理李克强所作的政府工作报告中,也多次提及汽车行业的发展。例如,推动新能源汽车等产业发展,扩大新能源汽车等领域开放,下调汽车等进口关税,将新能源汽车车辆购置税优惠政策再延长三年,全面取消二手车限迁政策,健全停车场等便民服

迎来最好的新时代

在车身内装、配置/操控/仪表盘和音响/通讯/娱乐/导航等三大领域,自主品牌正以微弱优势实现对国际品牌的赶超。

自主品牌乘用车年销量自2016年以来连续突破1000万辆大关,正成为中国汽车品牌崛起的重要标志之一。

中汽协统计数据显示,2017年全年销售汽车2887.9万辆,同比增长3%;其中自主品牌乘用车共销售1084.67万辆,同比增长3.02%,占乘用车销售总量的43.88%,占有率比上年同期提升0.69个百分点。

在销量快速增长的同时,还有品质的提升。全球领先的市场研究机构J.D. Power(君迪)发布的2017年中国汽车销售满意度调查研究(SS1)显示,从2000年至2017年,自主品牌与国际品牌的新车质量差距正逐步缩小,百辆车问题数(PPI100)从397分缩小至13分,两者的差距将在未来两三年内消失。

特别是在车身内装、配置/操控/仪表盘和音响/通讯/娱乐/导航等三大领域,自主品牌正以微弱优势实现对国际品牌的赶超。不过,J.D. Power研究报告同时显示,

短板依然存在

“在保持价格优势的前提下,我们能够做到不打价格战,而是要打技术战、品牌战、品质战、服务战和企业的道德战。”李书福表示。

“道路不平坦,任务复杂艰巨,但前景一片大好。”在2018中国汽车品牌发展峰会上,对于中国自主品牌汽车的发展前景,吉利汽车董事长李书福直截了当地给出了自己的结论。

在李书福看来,尽管中国汽车制造业近年来取得了长足发展,但外资品牌仍然很强大,合资品牌占着超过45%的市场份额。“让中国汽车品牌能够进入中高端市场,不断地在中高端市场占份额,这个时候才能真正形成中国汽车工业的生存和发展的能力。”

中国汽车技术研究中心的统计数据也印证了李书福的结论。中国乘用车品牌仍以低端市场为重点市场,2016年中国乘用车在低端市场的份额约为76.1%。

从价格方面看,中国品牌乘用车的销售价格集中在5万~15万元的区间,平均成交价仅有8.82万

筑牢品牌向上“底盘”

在多位业内人士看来,促进汽车自主品牌向上是一个系统工程,要坚持以提高质量和核心竞争力为中心,坚持创新驱动发展,扩大高质量产品和服务供给。

为推动汽车产业发展由规模速度型向质量效益型转变,实现由汽车大国向汽车强国转变,《汽车产业中长期发展规划》提出了一系列的支持措施,加强品牌培育,做强做大中国品牌汽车,培育具有国际竞争力的企业集团成为重中之重。

根据上述规划提出的目标,到2020年打造若干世界级汽车品牌,商用车安全性能大幅提高;到2025年,若干中国品牌汽车企业产销量进入世界前十。

记者梳理发现,2017年车企全球销量排行前十名均被外资品牌牢牢占领,大众汽车、丰田汽车和雷诺-日产-三菱联盟销量均突破1000万辆大关,排名第10的铃木汽车年销量也在300万辆左右。

这也意味着,中国品牌汽车产销量进入世界前十至少需要迈过300万辆的门槛。据了解,2017年吉利汽车集团累计销量达到124.7万辆,成为继长安汽车之后第二个成功晋级百万量级的中国汽车品牌。从目前来看,

务设施等。

在我国汽车产业发展由规模速度型向质量效益型转变,由汽车大国向汽车强国转变的过程中,完善创新体系,提升质量和口碑,助推自主品牌向上正成为行业发展的关键。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受《中国经营报》记者采访时表示,在新一轮发展周期中,自主品牌正面临着很多机会点,例如新能源汽车领域等,需要在智能互联、自动驾驶等新的技术方向上寻求更多突破。

自主品牌与国际品牌的新车质量差距依然存在,差距最大的三个问题领域是发动机/变速箱、车身外观以及驾乘经历,分别比国际品牌高5.8个PP100、3.7个PP100和2.2个PP100。

随着品质迅速提升、配置越来越高,价格比合资品牌更有优势,消费者对自主品牌汽车的认可度和忠诚度也不断提高。数据显示,从2005年至2017年,自主品牌乘用车的市场份额从26%上升到了43.9%;2017年,在首辆车为自主品牌的消费者中,再次购买自主品牌

的比例高达47%。在多位业内人士看来,告别模仿,坚持正向开发,逐步建立研发流程、标准和体系,这是近年来中国品牌乘用车品质大幅提升的主要原因。例如,目前长安、广汽、吉利等车企已具备完整的正向研发体系,并在若干核心技术领域取得突破性进展。

此外,尽管中国汽车市场正进入微增长区间,但得益于中西部地

区,平均成交价格最高的长城汽车为11.69万元,其次比亚迪为11.27万元,而其他中国乘用车品牌成交价绝大多数低于10万元。

J.D. Power研究显示,消费者购车的价格因素从2000年的首要因素,下降到2017年的第五位,品牌、品质、颜值和技术,成为购车者优先考虑的前四位因素。

“在保持价格优势的前提下,我们能够做到不打价格战,而是要打技术战、品牌战、品质战、服务战和企业的道德战。”李书福表示。

2017年4月6日,工信部、国家发改委和科技部在《汽车产业中长期发展规划》中也明确指出,我国汽车产业在不断发展壮大、市场认可度大幅提高的同时,大而不强的问题依然突出,表现在核心技术掌握不足,产业链条存在短板,创新体系仍需完善,国际品牌建设滞缓,企业实力亟待提升,产能过剩风险

显现,商用车安全性能有待提高等。

在崔东树看来,自主品牌在核心技术和基础积累等方面不够,也造成了在家用轿车等领域发展的被动局面。

据了解,在SUV和MPV领域,以长城哈弗等为代表的品牌已突破合资品牌的“封锁线”,在销售占比方面有绝对优势,但在轿车领域依然很难抗衡。例如,在SUV市场,中国自主品牌占据绝对优势,总销量占比达到59.35%。相比之下,日系品牌占有率是16.23%,德系9.73%,美系8.92%,韩系和法系的占有率仅有2.63%和2.08%。在MPV领域,中国品牌的市场占有率更是高达83.56%。

江淮汽车党委副书记王东生表示,我们与世界知名品牌的差距不只是硬件上,更在软件上,需要准确地识别客户,生产贴近客户、适应客户、满足客户需要的产品。

牌宣传等方面的支持力度需要进一步加强。”尹同跃表示。

尹同跃建议,在制度和政策上,政府要长期支持本国品牌建设,协调推进财税、金融政策向本国知名品牌倾斜,帮助本国品牌健康成长;引导本国用户使用国产品牌产品,树立民族品牌荣誉感责任感。与此同时,国家也要注重对本土品牌的海外保护,借由国家力量树立中国品牌在海外的公信力,让自主品牌更加自信大胆地发展壮大。

“自主品牌实现逆袭很难一蹴而就,企业需要定力,不能急于求成。”崔东树表示,从两会传达的精神来看,李克强总理在政府工作报告提出“积极扩大进口,下调汽车等进口关税”,自主品牌汽车将面临着更大压力而不是更好的环境,自主品牌汽车应该清楚地认识到目前面临的困境和压力,积极推进自主创新和正向研发,打牢发展的“底盘”,而不是盲目追求品牌高端、豪华化。



来源:《汽车产业中长期发展规划》

本报资料室/图

从政府工作报告看汽车产业风向标

2018年3月5日,国务院总理李克强代表国务院向十三届全国人大一次会议作政府工作报告。政府工作报告中,李克强为2018年汽车产业发展指明了新的方向。

加强新一代人工智能研发应用

发展壮大新动能。做大做强新兴产业集群,实施大数据发展行动,加强新一代人工智能研发应用,在医疗、养老、教育、文化、体育等多领域推进“互联网+”。发展智能产业,拓展智能生活。运用新技术、新业态、新模式,大力改造提升传统产业。

推动新能源汽车产业发展

加快制造强国建设。推动集成电路、第五代移动通信、飞机发动机、新能源汽车、新材料等产业发展,实施重大短板装备专项工程,发展工业互联网平台,创建“中国制造2025”示范区。大幅压减工业生许可证,强化产品质量监管。全面开展质量提升行动,推进与国际先进水平对标达标,弘扬工匠精神,来一场中国制造的质变革命。

重点降低制造业、交通运输等行业税率

进一步减轻企业税负。改革完善增值税,按照三档并两档方向调整税率水平,重点降低制造业、交通运输等行业税率,提高小规模纳税人年销售额标准。

降低过路过桥费用

大幅降低企业非税负担。深化收费公路制度改革,降低过路过桥费用。

发展共享经济

要提供全方位创新创业服务,推进“双创”示范基地建设,鼓励大企业、高校和科研院所开放创新资源,发展平台经济、共享经济,形成线上线下结合、产学研用协同、大中小企业融合的创新创业格局,打造“双创”升级版。

支持民营企业发展

坚持“两个毫不动摇”,坚持权利平等、机会平等、规则平等,全面落实支持非公有制经济发展的政策措施,认真解决民营企业反映的突出问题,坚决破除各种隐性壁垒。构建亲清新型政商关系,健全企业家参与涉企政策制定机制。激发和保护企业家精神,增强企业家信心,让民营企业在市场经济浪潮中尽显身手。

淘汰黄标车和老旧车 2000 多万辆

优化能源结构,煤炭消费比重下降8.1个百分点,清洁能源消费比重提高6.3个百分点。提高燃油品质,淘汰黄标车和老旧车2000多万辆。

开展柴油货车超标排放专项治理

推进污染防治取得更大成效。巩固蓝天保卫战成果,今年二氧化硫、氮氧化物排放量要下降3%,重点地区细颗粒物(PM2.5)浓度继续下降。推动钢铁等行业超低排放改造。提高污染排放标准,实行限期达标。开展柴油货车超标排放专项治理。

新能源汽车购置税优惠延长三年

增强消费对经济发展的基础性作用。推进消费升级,发展消费新业态新模式。将新能源汽车车辆购置税优惠政策再延长三年,全面取消二手车限迁政策。

扩大新能源车领域开放

促进外商投资稳定增长。加强与国际通行经贸规则对接,建设国际一流营商环境。全面放开一般制造业,扩大电信、医疗、教育、养老、新能源汽车等领域开放。

下调汽车进口关税

积极扩大进口,办好首届中国国际进口博览会,下调汽车、部分日用消费品等进口关税。

本报记者郭少丹 整理

全国人大代表、上汽集团董事长陈虹:

加快新能源商用车双积分政策制定

本报记者 石英婧 黄辛旭 北京 上海报道

3月5日,国务院总理李克强代表国务院作政府工作报告,报告中多次提及关于汽车的改革和利好。如推动新能源汽车产业发展,将新能源汽车车辆购置税优惠政策再延长三年、下调汽车、部分日用消费品等进口关税等。

全国人大代表、上汽集团董事长陈虹认为国家政策和科技进步在推动汽车向前发展。

他接受《中国经营报》记者采访时表示:“在国内,上汽集团率先提出‘电动化、智能网联化、共享化、国际化’的创新发展战略。在实践中,我们感到抓好互联网技术与汽车产业的深度融合,不仅对上汽创新战略的落地实施至关重要,进而对我国汽车企业乃至整个产业的创新转型与升级发展,也是至关重要的。同时,这也是贯彻十九大报告关于‘推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合’、‘加快建设制造强国,加快发展先进制造业’的一个生动体现和重要抓手。”

规范新能源车及电池回收

3月5日,工信部部长苗圩接受采访时表示,新能源汽车是我国汽车工业由大变强的一条必由之路。中国已经连续三年位居新能源汽车产销的第一大国,截止到去年底,我国累计推广的新能源汽车总量已经超过了180万辆。而动力电池行业随着新能源汽车的发展也相应“水涨船高”。据中国汽车技术研究中心预计,动力电池的使用年限一般为5年~8年。这意味着国内自2014年开始新能源车将面临动力电池“报废潮”。

但目前报废新能源汽车的动力电池回收仍参照传统汽车的回收流程。陈虹表示根据调研,该回收过程还存在一些问题,比如新能源汽车回收政策体系不够健全。有技术、有资格的厂家难以收到动力电池,导致电池回收网络不畅通,电池流向难以监控,整车厂难以对所有已售车辆的动力电池,做到从新车出售到最终回收再利用的全生命周期管理。汽车资深专家张志勇也认为:“过去整车的再循环做得不是很好,整车报废后更多的是拆解而非再利用。相对而言新能源车比燃油车更容易做循环利用。”

陈虹认为:“新能源汽车回收、动力电池梯级利用、动力电池再生利用是动力电池回收行业的三个关键环节。其中,加强新能源汽车回收、动力电池梯级利用这两个薄弱环节的管理,可以极大推动整个动力电池回收行业的有序健康发展,对国家的循环经济建设 and 生态文明建设具有重要意义。”

陈虹为此建议:设立新能源汽车回收资质;设立动力电池梯级利用企业的技术准入门槛;统一规划建设新能源汽车回收拆解、动力电池梯级利用、动力电池再生利用园区;结合社会征信体系,由车主承担动力电池回收的相应责任;在补贴政策中,增加动力电池有效回收的因素考量;给予动力电池梯级利用的研发补贴。

制定新能源商用车双积分政策

除此之外,陈虹还带来了《关于加快制定实施新能源汽车积分管理的建议》。

“双积分政策一方面是推动新能源,另一方面是推动节能减排。”中国汽车流通协会商用车商会秘书长钟渭平解释道。早在去年9月27日,《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》正式发布,但商用车相关的管理办法仍是单车油耗限值管理。

根据中国汽车工业协会数据,商用车2017年销量为416万辆,同比增长13.95%。其中重型货车销量同比增长52.38%。“从控制污染物排放角度看,国内商用车销量虽然仅占国内汽车销售总量的15%左右,但数据显示,2011年~2016年,在机动车污染物排放中,商用车已经成为排放大户。”陈虹认为制定和实施我国新能源商用车积分管理办法具有较强的紧迫性。“从新能源商用车的发展角度看,至2020年,国家财政补贴将逐步退坡直至完全退出,商用车目前仍无相应的跟进措施,对新能源商用车后续推广普及不利。”

事实上,政府关于商用车相关的政策制定也已开始未雨绸缪。今年1月,工业和信息化部装备工业司在北京组织召开了“节能与新能源商用车积分管理制度研讨会”,就节能与新能源商用车积分管理制度的研究思路、管理模式、研究内容等进行了研究讨论。

此次对于新能源商用车积分管理制度,陈虹提出了三条建议:首先要加快制定和实施新能源商用车积分制度,建议先实施商用车新能源积分管理办法。同时,陈虹认为:“由于商用车用途广泛、产品差异大,建议按不同类型商用车种类设定新能源积分标准。对于同时生产商用车和乘用车的同一企业,为增加政策的灵活性,建议实施商用车和乘用车新能源积分互通。”;其次管理(考核)车型范围由点及面;再者积分制度实施时间衔接补贴退坡进度,陈虹建议从2018年底起,开始实施新能源商用车积分管理。

“商用车的产品并非是非常标准化的,大部分的商用车在应用过程中都要进行改装。在改装过程中会让车辆造成千差万别,比如有的城市环卫车辆行驶里程非常有限。此外商用车产品多样,有重卡、微卡和轻卡等,行驶里程是完全不同的,因此双积分政策在实施执行中难度就会更大。”钟渭平则向记者坦言,后续双积分政策如何标准化,如何数据化,需要大量的调研和科学分析才能得到。