

汽车下乡“东风起” 新能源车企驶入下沉市场布局万亿蓝海

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“1000元的下乡补贴针对的是QQ冰淇淋，只要是农村户口就可以（享受）。”6月6日，来自安徽省马鞍山市奇瑞新能源4S店的朱明（化名）向《中国经营报》记者如是说道。

朱明告诉记者：“我们这个政策是到本月底结束，6月30日之前

来店里都可以享受1000元的下乡补贴。小蚂蚁我们内部也弄了购车活动，现金（优惠）到店里来谈就可以了。”

奇瑞新能源也只是抢占新能源汽车下乡发展机遇的众多车企之一，上汽通用五菱、橙仕汽车、江淮汽车等都在行动。5月5日，在国务院常务会议上，审议通过关于加快发展先进制造业集群的意见；部署

加快建设充电基础设施，更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴。

5月17日，国家发展改革委、国家能源局印发《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》（以下简称《实施意见》）。这也意味着，新能源汽车下乡驶入发展的“快车道”，众多车企纷纷加码在下沉市场的布局。

谈及今年新能源汽车下乡话题备受外界关注，云度汽车副总经理兼营销负责人詹耿武告诉记者，主要是市场、政策、环保等多因素综合作用的结果。“目前，新能源汽车在高线城市的竞争激烈，该细分市场增速放缓，但在广大的低线城市及城乡地区，市场容量庞大，更多用户的消费将显著影响整个新能源市场的销量和增速。”

新能源汽车驶向下沉市场

新能源汽车也在加速驶向下沉市场。

近年来，国内新能源汽车产业蓬勃发展。中汽协数据显示，2022年我国新能源汽车产销分别完成705.8万辆和688.7万辆，同比分别增长96.9%和93.4%，连续8年保持全球第一。2023年前4个月，新能源汽车产销分别完成229.1万辆和222.2万辆，同比增长42.8%。

记者也注意到，新能源汽车也在加速驶向下沉市场。“现在走在马路上，很明显地能感觉到电

基础设施不足仍为痛点

充电设施不足的问题仍是影响新能源汽车使用的一大制约瓶颈。

“唯一的不便之处就是充电桩问题。我是买了充电的转换接头，自己从家里拉线来给车充电的。”李桃告诉记者，“身边的一些电车朋友，基本都是和自己一样在家充电。”

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，当前农村地区发展新能源最大的难点是基础设施不足。“对于当前的市场来说，新能源汽车下乡关键是要把路铺顺，把新能源汽车的痛点解决。”

申港证券研报指出，充电设施不足的问题仍是影响新能源汽车使

动车的数量比以前要多。”家住安徽省当涂县的李桃（化名）向记者笑着说道，“我自己也在去年买了一辆五菱宏光MINIEV，续航170公里。”

实际上，自2020年7月起，工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家能源局等部门连续三年开展新能源汽车下乡活动，引导新能源汽车消费市场下沉。数据显示，2020年下半年、2021年、2022年新能源汽车下乡车型销量同比分别增长

80%、169%、87%。

进入2023年，新能源汽车下乡不断迎来利好政策。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉告诉记者：“新能源汽车作为一个新的细分市场，2013、2014年开始发展，2015年初见成效，2016—2018年有了突飞猛进的发展。它是从一、二线城市逐步发展起来的，城市消费的引领，也给新能源汽车下乡起到了引导示范作用。”

詹耿武告诉记者，所谓“新能

源汽车下乡”，其实并不局限于乡村、农村地区，我国广大的县域及乡镇地区，都是新能源汽车未来要进入的领域。“这些地区新能源汽车的市场现状，与一、二线城市相比，渗透率较低。这个市场中的用户，相比一、二线城市用户，停车位较充足、较少有‘停车焦虑’，这为其增购新能源汽车提供了基础条件。他们愿意增购低成本、高性能的新能源汽车产品，以满足生活中的日常出行需求。”

基础设施不足仍为痛点

充电设施不足的问题仍是影响新能源汽车使用的一大制约瓶颈。

用的一大制约瓶颈。公共充电桩一般集中在城市、乡镇和农村地区充电桩基础设施匮乏问题尤为突出。“加快推进农村地区充电桩基础设施建设，有利于促进新能源汽车购买使用、释放农村消费潜力。”

詹耿武告诉记者，目前电动汽车充电基础设施建设主要以城区和高速公路沿线为主，中国充电联盟就有数据显示，乡镇农村公共充电桩的保有量占比不足5%。

除了充电设施尚不完善外，詹耿武还告诉记者，“新能源汽车下

乡”去到的县域及乡镇地区，相对高线城市来说，缺乏优质的新能源汽车产品供给。目前，新能源汽车市场中，主流品牌还是集中在中高端市场发力，10万元以下的新能源汽车市场中，优质供给较少，但这个价位恰恰是大多数县域及乡镇地区用户能够负担的价位区间。

詹耿武还表示，“新能源汽车下乡”的区域，普遍缺乏完善、优质的新能源汽车售后服务体系，用户购车有一定的顾虑。此外，县域及乡镇地区的用户，对新能源汽车缺乏

一定的认知，接受程度普遍较低。相关数据显示，一线城市用户对纯电动汽车接受度高，渗透率达到56%，二线城市纯电动车渗透率为42%，而三线及以下城市的用户，渗透率仅为31%。

“新能源汽车产品与目标消费人群结构紧密相关，正向着年轻化、女性化、家庭增换购变化。”江汽集团新能源乘用车公司副总经理汪光玉向记者表示，新能源汽车下乡（既）有单门独院好停车等优势，也有人群老龄化无驾照等不足。



为支持新能源汽车下乡，五菱宏光MINIEV家族至高直降1.3万元。本报资料室/图

众车企掘金万亿市场

面对新能源汽车下乡的广阔前景，各家车企也纷纷加码布局。

早在2021年，艾媒咨询发布的《2021年中国下沉市场汽车购买行为洞察报告》便指出，下沉市场开始成为中国汽车产业的新增长点。结合中汽协调研数据，报告指出，2020年，中国下沉市场汽车零售规模约为20002.8亿元。

面对新能源汽车下乡的广阔前景，各家车企也纷纷加码布局。橙仕汽车创始人、董事长刘传富告诉记者，早在2021年12月7日，橙仕汽车就参与过山东省济南市的新能源汽车下乡活动，提供橙仕01单排封闭式货车、橙仕01双排封闭式货车、橙仕X2单排厢式运输车、橙仕X2双排mini卡、橙仕X2单排栏板微卡等五款车型，携手政府给予农村用户双重补贴。

詹耿武告诉记者：“为了惠及更多县域及城乡地区的购车用户，我们就在2023年5月率先宣布：农村户口的消费者购买吉祥云度的产品，纯电SUV‘云兔’，可享受‘2000元定金抵8000元购车尾款’的优惠政策。未来，吉祥云度的新产品‘云兔’，也会积极响应国家政策号召，以实际行动助力新能源汽车下乡。”

五菱汽车也在5月22日对外宣布，即日起，五菱宏光MINIEV家族至高直降1.3万元，新老用户选购均可享受优惠，以实际行动支持新能源汽车下乡。

汪光玉告诉记者：“我们的销售服务网络目前主要到县区，乡镇村主要是分销推广或合伙人机制转介绍。”

而在业界资深人士看来，从早期的新能源汽车补贴，到如今的新能源汽车下乡相关政策，国家政策一直是推动我国新能源产业发展的主要因素。“还有国家、社会对节能环保的重视，城乡地区是实现全社会能源转型的重要区域，新能源汽车下乡，有助于我国早日实现‘双碳’目标。”

循环永续的“解题者”——宝马

一场可持续发展峰会背后的時代命题

在充满不确定性的时代，寻找确定性便弥足珍贵。

在第三届宝马可持续发展峰会上发布的《报告》，透明、全面地展示了宝马推动循环经济的“确定性”。秉承“再思考、再精减、再利用、再回收”的指导原则，宝马加速建立循环经济模式，以持续优化资源利用效率，并减少废弃物的产生。

《报告》显示，2022年，华晨宝马国产车型单台生产水资源消耗量降至1.77立方米/台，过去5年累计降低了29%。单台生产废弃物处置量4年连降至2.00千克/台，与上年同比减少20%。此外，通过原材料回收系统，华晨宝马2022年在生产中循环利用了超过6万吨废弃

金属材料；在经销商端回收动力电池池10318块。

在能源转型升级方面，宝马沈阳生产基地以及全国37个非生产场所已经全部实现100%可再生能源电力供电。2022年，沈阳生产基地太阳能光伏发电装机容量达到74.4兆瓦，较上年增长139.2%。

《报告》展现了宝马在华全面、科学、负责任的可持续发展观及发展进程，同时具备高度透明性，其精选的关键绩效指标均经过第三方验证，并同步上传至联合国全球契约组织。

此次《报告》选在无锡锡宝行发布也有着特殊的含义。“落水中堂，古砖牌坊掩映于翠竹中”。这是全

球首家BMW“领创绿星”灯塔店，兼融生态和人文的精神，将东方传统生态智慧和宝马可持续理念相融合，打造出独特的绿色客户体验。

在锡宝行设计与建造过程中，采用“原籍利用”原则，因地制宜利用宜兴本地陶土砖，减少了运输污染，同时延续了江南传统建筑风格。这里的中式古典紫藤景观拥有100多种紫藤花种，是名副其实的汽车生态花园。在节能减排方面，锡宝行灯塔店相比普通“领创绿星”店具备更高的标准：配备光伏发电设备；地源热泵空调系统比普通空调整节能40%。在水资源利用方面，锡宝行配备了雨水回收装置以及拥有储水功能的景观水池，



宝马集团大中华区总裁兼首席执行官 高乐先生

全网600余家经销商达到绿星标准。

时代的命题是行业发展的底层建筑，是一切的基石。宝马以“循环经济”为“世界观”，以“积跬步，致千里”的长期主义为“方法论”。用一连串的数据、节点和践行生动演绎了一家高端汽车品牌从模范到创新，从“善己”到“利他”的企业向善进化之路。

一辆“循环永续”的车带动的产业升级

当我们聊宝马“循环永续”的时候，聊的是什么？或者说，用什么能够最直观地体现宝马的“循环永续”？

答案是：用一辆车。

基于循环理念打造的BMW i循环概念车，使用100%再利用材料并100%可回收，展现了以循环永续为核心的未来豪华出行愿景。而宝马的行动不仅仅停留在概念车的阶段。

循环永续，创新设计是第一步。遵循“再生优先”原则，造车过程中，宝马在设计阶段就考虑材料回

收，确保车辆“生来可持续”。目前，宝马车辆在制造过程中平均使用了近30%的可回收和可再利用材料，未来这一比例将逐步提高至50%。

循环永续，创新技术是强大推动力。宝马正在用创新技术减少稀有原材料的使用，如第五代eDrive电力驱动系统将不再使用稀土。

循环永续，精诚合作是共进共赢的加速器。宝马通过与华友循环深度合作，首次实现退役动力电池原材料的闭环回收。而由立中集团提供的再生铝含量为70%

“绿色”轮毂今年年内开始用于华晨宝马国产车型。展望未来，华晨宝马正在联合塑料供应商，推动再生塑料零部件的研发与应用。

宝马的循环永续更是体现在生产运营的各个环节之中。以水为例，在整个汽车生产的流程中，涂装车间是用水大户。作为扎根本土的绿色示范工厂，华晨宝马以BMW iFACTORY生产战略为擎，以持续提高水资源利用效率为目标，扩建了大东工厂涂装车间的中水处理设施。凭借先进的水循环系统，沈阳生产基地可以彻底分离、分

解、去除了工业废水中的各种有机物和污染物，确保废水处理后能复用生产流程，实现了水资源管理的封闭循环。华晨宝马在2022年节约了超过150000立方米的生产用水，获选相关部门首批“工业废水循环利用试点企业”。

此外，宝马深耕全价值链减碳：低碳汽车用钢将于今年开始用于BMW iX等国产车型。

更令人期待的是将于2025年推出并从2026年起在沈阳投产的BMW新时代车型，是宝马“电动化、数字化、循环永续”战略的集大

成者，不仅代表未来新能源汽车的发展方向，将产品的可持续推向更高的高度，还将带动沈阳高端制造产业集群发展，促进制造业转型升级与绿色发展。与之配套的总投资100亿元人民币的BMW第六代动力电池项目也已全面动工，其电芯生产过程的碳排放预计比目前水平减少60%。投资循环经济就是投资长期主义——这是一种负责任的态度，一份保护地球母亲的努力，或者用宝马的话来说，是“一纸给960万平方公里家园的情书”。

由此可见，“稻谷壳”“甘蔗纤维”“芦苇”——当这些大自然的馈赠出现在锡宝行的餐桌上，成为餐具的制作原料时，你可以更真切地感受到“循环永续”之美。大自然一直在悄悄爱人类，我们又该如何呢？

宝马的回答充满诗意：“借自然之力，还自然之美。”

一份长期主义内核的诗意图

在宝马看来，绿色和增长并非此消彼长的关系，这与追求人与自然和谐共生的中国式现代化与绿色发展不谋而合。面对未来，宝马集团给出答案：第一，坚定推进循环经济；第二，合而共赢，带动全产业链可持续发展。

在宝马的带领下，越来越多供应商伙伴正在加入绿色进程。

华晨宝马40%以上的辽宁供应商、全部一级动力电池供应商和全部铝锭供应商已开始使用绿色电力生产。

“以昨日汽车之材，打造明日之车。”宝马将“绿色”解读为豪华的底色。高端汽车品牌“宝马”已不再是一个名词，而成为一个践行循环永续理念、秉持长期主义精神的

高效动词。

“天之生人也，与草木无异，若遗留一二有用事业，与草木同生，即不与草木同腐朽。”宝马坚持的正是这种“在当下，为未来”的长期主义。

可持续发展不只是企业成长之道，更是经济、环境和社会的兼融平衡之道。宝马也是践行企业

社会责任的长期主义者。

持续17年的“BMW中国文化之旅”，以创新助力非遗文化传播，促进传统文化的传承焕新。2021年发起的“BMW美丽家园行动”，致力于保护中国的生物多样性，促进人与自然和谐共生。

在这次会议上，绿色元素处

以见大，虽然人造，宛若天开。无锡锡宝行将可持续理念与极简设计融入建筑的绿色实践仅仅是宝马集团可持续发展之路一滴新露，其汇溪成河的“循环永续”之路，回望深邃，未来可期。

出行行业，怎样做才能成为真正的长期主义者？

时代开出命题。“小到一滴水，大至造车长链，循环经济是最可持续的一种经济模式，投资循环经济就是投资长期主义。”宝马给时代命题以答案。

在宝马的带领下，越来越多供应商伙伴正在加入绿色进程。

广告