

从两会看汽车产业“节能减排”方向

刚刚闭幕的全国两会，节能减排再次成为关注焦点，考验中国汽车产业。汽车工业与自然环境、社会公众之间的矛盾日渐凸显，政府与车企如何在产业经济效益与社会效益间寻求平衡成为万众瞩目的焦点。

提升新能源推广力度

有专家预计，2013年我国石油需求将超过5亿吨，对外依存度将达到60%。2012年国务院印发的节能与新能源汽车产业发展规划，明确界定了新能源汽车包括纯电动汽车、插电式混合动力汽车及燃料电池汽车及今后的发展目标和主要任务，但并未出台具体的实施细则。

在今年两会上，北汽集团董事长徐和谊和悦达董事长陈云华均递交了有关新能源汽车的提案。徐和谊指出，汽车企业推进绿色发展、循环发展、低碳发展，大力发展节能与新能源汽车是义不容辞的责任，汽车企业应加强研发并大力推广。陈云华指出，当前政府与车企应该正视新能源汽车产业在发展中面临的瓶颈。企业应该着力进行技术研究，使电

池、集成模块、续航里程等技术取得较大突破，同时应加快完善售后配套，而政府则应该大力支持配套设施、财政补助等。

全国人大代表、长城汽车总裁王凤英认为，汽车企业应该大力发展小排量的节能发动机，形成自主创新激励机制，实现自主汽车发展的技术突围。湖南科力远新能源公司董事长钟发平代表认为，混合动力汽车全球累计销售超过700万辆无安全质量事故，油电混合技术作为目前最成熟具备产业化条件的技术，是当前节能的最佳途径。

治污减排责无旁贷

最近两年我国空气污染情况急速加剧，机动车污染防治的紧迫性日益凸显，汽车工业面临严峻挑战。除了提高油品质量外，将以此倒逼中国工业结构转型，特别是传统动力技术的提升，迎来在内燃机上的技术革命。

全国人大代表、广西玉柴股份董事长晏平表示，汽车是最大的移动污染源。汽车产业链上的每一家企业，都应该主动承担节能减排的社会责任，加大节能环保产品的研发投

入。为此，他在两会提案中指出，商用车排放要达到国4标准，涉及柴油机及相关产业的技术和产品的升级换代，高昂的成本增加费用势必必要转嫁到消费者身上，所以国家出台相关的补贴政策变得尤为重要。

全国政协委员、吉利集团董事长李书福提交了《关于大气质量立法的提案》。提出加强实时监控与评估，提高所有以含碳化石燃料为能源的机器设备、设施的排放标准，使污染控制成为各种经济活动准入的标准。他认为，在提高汽车尾气排放标准的速度上，要适当考虑自主品牌企业，政府应给出一个中长期的时间表，自主品牌车企才能按照步骤去研发，技术上达到排放要求。

如何确保可持续发展

汽车产业的高速发展引发一系列复杂问题和矛盾，涉及相关产业发展、城市基础规划、城镇化进程等。某种程度上，汽车问题已经成为仅次于房地产的社会综合问题。

中国的汽车社会进程是全国性的，全国人大代表、民建浙江省副主委车晓端提出，国

家应尽快考虑促进汽车有序发展，整体上控制汽车增量，划出汽车保有量“红线”。但从经济发展的角度考虑，有汽车业内人士认为汽车产业链条很长，对经济拉动巨大，也是国家“十二五”规划重点产业，全国汽车保有量“红线”应从结构上进行划定，比如出台有效政策遏制大排量传统燃油汽车的增加，鼓励节能与新能源汽车市场的发展。

对于中央政府来说，汽车产业是要大力支持发展的支柱产业，汽车消费是未来经济增长的强劲动力之一。但是对于城市管理者来说，城市发展面临的难题不仅仅是交通拥堵和大气污染，应该是城市如何和谐发展。

从北京、上海、广州限购实际效果来看，限购本身并不能解决交通拥堵问题，城市交通是一个极其复杂的系统工程，汽车不过是其中一个子系统。汽车业代表委员建议中央政府应该做好顶层设计，制定全面的汽车社会发展规划，把汽车相关的不同方面纳入整体规划，特别是解决汽车产业与城市管理之间的矛盾，需要统合不同部门汽车相关政策，使得这些政策不再出现不兼容的问题，确保汽车社会能够可持续发展。（雍君）

车企押宝中小城市 合资与自主贴身肉搏

三四线城市已经不再是自主品牌的天下，合资品牌几年前开始的产品及价格的下探，为其加快抢占发展最迅速的三四线城市提供了可能。数据显示：2012年，三四线城市在国内新车市场中所占的份额从2011年的26.7%上升到30%，原先以自主品牌为主导的三四线市场开始成为各大车企新一轮扩张的对象。

三四线潜力看好

国家信息中心信息资源开发部主任徐长明

认为，三四线市场有8亿人口已经进入了汽车消费的第一高速增长期。汽车消费增长最快的区域主要分布在中西部较为发达的地级城市、东部富裕的县级城市及辖区。2012年，三四线城市在国内新车市场中所占的份额已经上升至三成，基于此，长期致力于汽车市场前景分析的徐长明认为，从今年开始，中国汽车市场的年均增长速度将重回10%以上。

工业和信息化部副部长苏波也持有与徐长明相同的观点：未来10年中国汽车工业不会再爆发式增长，但三四线城市及农村市场人群将

保障汽车业在10年或更长时间稳定增长。

自主品牌遭遇挑战

鉴于三四线市场的巨大潜力，各大汽车品牌也在加快渠道下沉速度，三四线城市占的市场份额越来越重，正在成为中国汽车营销的主战场。

今年，北京现代计划将经销商拓展至860家(包含卫星店)，继续覆盖二、三、四线城市。从现有数据来看，北京现代目前包括卫星店在内的销售网点数量超过800家，新增的网点将主要来自二、三、四线市场。

与此同时，东风日产的“区域人才战略”开始布局三四线市场，试图借力文化营销扩展渠道；而一汽-大众也开展区域改革，将原来的四个大区增至六个大区，并新增服务总监一职。

合资品牌迅速占领三四线，这对以三四线市场为主要阵地的自主品牌而言是一个不小的打击。随着三四线城市消费者品牌意识的增强，自主品牌已经不是他们的首选。相比之下，他们更愿意买一个10万元左右的、比较“有面子”的合资车型，其中，朗逸、伊兰特、骐达、朗逸、宝来、明锐和花冠等车型是首选。只有在经济条件达不到的情况下，才会选择吉利、比亚迪等自主品牌。而随着合资品牌在三四线的不断发力，自主品牌的市场受到了更严重的冲击，刚刚上市的全新捷达、全新桑塔纳，以靓丽的外观和较低的价格，受到了三四线市场的追捧。

大品牌的廉价小车计划

自主品牌眼前的压力巨大，但日后的压力显然更大。大众、丰田、日产、福特等汽车大佬针对中国市场纷纷推出了“廉价小车”计划。廉价小车的出现，将直接冲击自主品牌的核心区域。

去年3月，大众汽车董事会成员乌尔里奇·哈肯伯格(Ulrich Hackenberg)曾透露说，大众在为包括中国在内的新兴市场开发一系列低成本车型，新车的价格范围在5000到7000欧元不等(人民币4万元至6万元)，但新车将不再以大众品牌销售，而是另属于新品牌。

与大众几乎同时，日产汽车也正式宣布复活达特桑品牌。据日计划的计划，达特桑新车的价格定位在50万日元(约合4万元)左右，将成为日产汽车旗下第三个品牌。此外，同为日系车的丰田和本田也都曾传出为中国市场开发5万元左右廉价小车的消息。

实际上，近两年来，自主品牌的品质和服务有了大幅提升，与合资品牌相比，单从产品而言不一定输给合资品牌，但最大的差距还在品牌力。因此，自主品牌稳住三四线市场的份额还要在品牌塑造上下大工夫。（北晨）

产能适度过剩不是坏事

苗圩25日在中国发展高层论坛表示，产能过剩本身不是坏事。只有适度过剩，才能有企业竞争。如果都是短缺，企业就没有动力。如果一个行业产能严重过剩，比如行业产能利用率低于75%或者70%，就值得警惕，因为这会引发企业间恶性竞争，甚至引发系统性风险。

苗圩表示，“产能如果说适当的过剩是政府应该能容忍的，甚至应该乐见其成的事情，只有适度的过剩才能有企业的竞争，如果都是短缺的话，那企业就没有动力。”但是产能严重过剩就要值得警惕，“比如说我们的产能利用率低于75%或者是70%，这个就值得严重警惕了，因为这样会引发企业之间的恶性竞争，甚至会引发系统性的风险。”

苗圩指出，解决产能过剩的问题，还得从三个方面入手：第一，在一些规模经济效益比较明显的产业，要大大提高产业集中度。“这样便于大企业在行业发展当中起到一个主体的作用。现在同样是规模经济的行业，汽车行业占到87%左右，而钢铁行业只有40%左右，那显然钢铁行业的产业集中度就不如汽车行业的产业集中度。所以提高规模经济效益行业产业集中度，仍然是我们解决产业严重过剩的一个方向。”

第二，要鼓励企业不断增加研发投入，增加产品的技术含量，提高产品的附加值。苗圩举例说，“全球的手机包括中国的手机，都是产能过剩的。但是恰恰苹果手机在全球、在中国受到很多年轻人的追捧，很多人晚上不睡觉也要排队买最新款的苹果手机。这就给我们一个启示，产品的创新、商业模式的创新仍然是可以大有作为的。同样是在过剩的行业当中如何有一些产品，有一些服务，能够更加符合客户的需求，这是可以大有作为的。”

第三，要下决心加大节能环保指标的约束作用，下决心淘汰一批落后的产能。“工业和信息化部这几年一直在致力于这方面的工作，我们通过淘汰落后的生产能力，给先进的生产能力的腾出了市场的空间，也为节能环保作出了相应的贡献。

苗圩总结称，产能过剩不完全是个问题，有它积极的一面。（新华）

