



目光瞄准2020年 车企布局新能源车市场

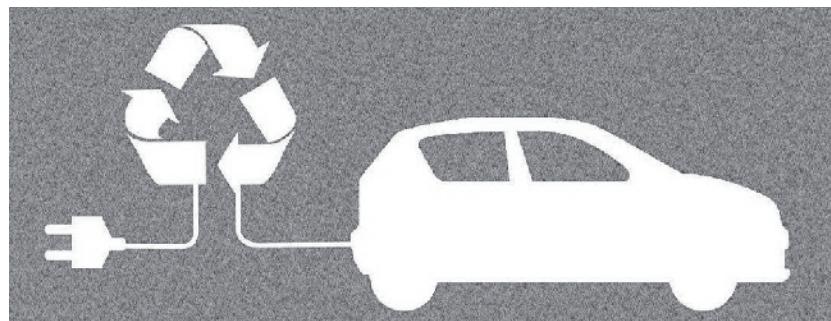
新能源车作为我国汽车行业众所周知的蓝海，目前自主品牌已经成为新能源车终端市场上的主要力量。不过面对这片蓝海，合资、进口品牌声势较弱。其实跨国品牌也并非熟视无睹，并且已经在紧锣密鼓地布局。从目前多个合资、进口品牌公布的战略来看，2020年或会成为新能源车竞争的一个关键节点。

跨国品牌进入新能源车赛道

从目前新能源车终端市场的销量来看，自主品牌确实是主力军，大部分的市场份额都被其占据。毕竟目前合资品牌与进口品牌在新能源车型的数量上还远不及自主品牌。

难道说这些在中国汽车市场一直强势的跨国车企甘于落后了？当然不是。只不过从战略布局的时间上看，步伐确实比自主品牌慢一些。从新车的推出速度来看，今年是合资品牌密集推出新能源车的一年。如东风日产以轩逸·纯电为起点，计划未来3年内将导入日产技术，并力争在3年

内实现电动化核心零部件100%国产化。还有广汽三菱、广汽丰田这些“广字头”的合资品牌，目前首先导入广汽传祺GS4 PHEV为原型的新能源车，成为业界创新之举，也是新能源市场的一个特色打法。此外还有长安福特、上汽通用别克等合资品牌，以及以宝马i为代表的豪华品牌也都推出了各自的新能源车型，只是数量不多。



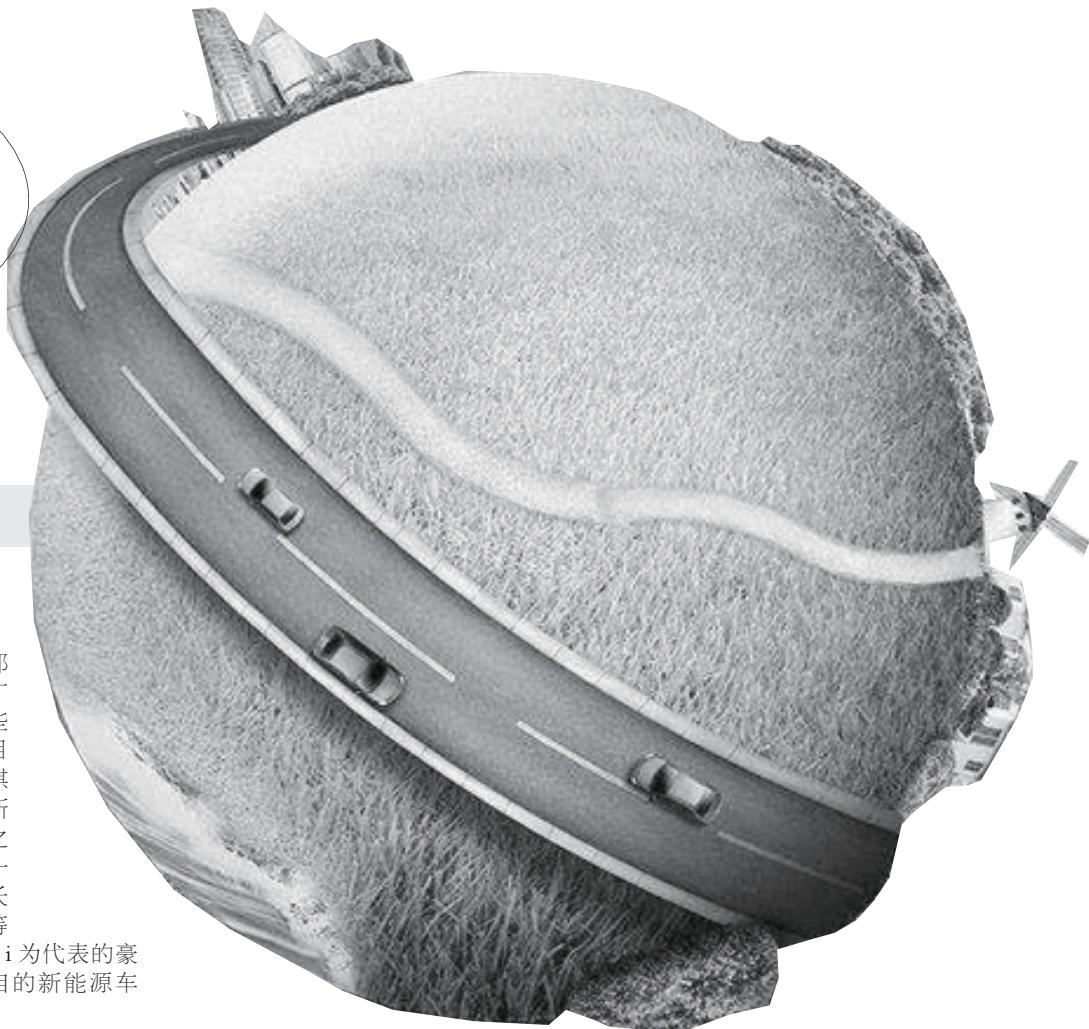
竞争高峰期仍在背后

“随着新能源汽车性能的不断提升和补贴政策的逐步退出，对消费者来说，2020至2025年将出现新能源汽车的最佳购买时间点。”在今年初召开的“2018新能源汽车市场前景与竞争趋势预测峰会”上，全国工商联汽车经销商会新能源汽车分会会长李金勇分析认为，到2025年，新能源汽车销量将达800万辆，而燃油车销量则将达到峰值（约3200万辆），之后将经历断崖式下滑，预计到2030年燃油车销量将跌至2000万辆。

有意思的是，一些跨国品牌不约而同地把在中国汽车市场的重磅新能源车首发推出时间定在了2020年。如丰田方面在8月份举办的“2018丰田电动化技术交流会”上宣布，首先从2020年开始正式推广EV。具体而言，丰田将于2020年首先在中国正式引进自主研发的量产型EV。之后向全球

推广丰田和雷克萨斯两个品牌的产品。广汽本田方面已经宣布，将推出EV、PHEV、混合动力等多种新能源车种类，包括目前旗下多个车型。还有戴姆勒已经与北汽牵手，双方预计在2020年投产奔驰纯电动车。宝马方面也宣布升级新能源车战略，计划从2019年开始在各核心品牌下推出电池驱动的纯电动产品：其中，纯电动MINI将于2019年推出，纯电动BMW X3则将在2020年面世。

此外还有雷诺-日产联盟和东风、福特和众泰，都纷纷牵手合作开发新能源车，并将在几年内推出新车。可见，要与自主品牌共同争夺新能源车市场，国产化已经成为各大跨国品牌的共识，更多的是以2020年前后作为关键节点。届时，可以预见的是新能源车市场开始进入新车密集推出的新竞争态势。



2020年或成关键节点

从整体情况来看，2018年中国新能源汽车进入“后补贴时代”，行业淘汰加速；再加上“双积分”新政时代来临，进一步刺激各品牌厂商关于新能源市场的争夺。新能源市场竞争格局正在全面重塑。

与众多跨国品牌所制定的战略时间点接近，有调查显示，2020年或许将会成为新能源车发展的一个关键节点。根据威尔森发布的《中国新能源乘用车市场发展趋势研究报告》指出，新能源车将按“S形”曲线发展，并经历引入期、发展期、成熟期、平稳期四个阶段，借助中国乘用车发展轨迹，初步确定新能源车将在2020年后进入发展期，并于2030年左右达到发展中点。

作为推动新能源车发展的因素，

相关政策必不可少，其中有鼓励也有严格的淘汰机制。首先，产业政策对消费者购车给予了极大的鼓励，包括免车船税、免购置税，以及购车享受补贴，以及比燃油车多5%的贷款比例等等。特别是“双积分”的推动，也是新能源车未来几年即将快速发展的主要因素之一。根据政策规定，2019年与2020年国家对车企新能源汽车积分比例要求分别为10%和12%。乘用车企业由平均燃料消耗量所产生的负积分需要通过购买新能源汽车正积分抵偿归零。如果不在接下来这场新能源车竞赛中胜出的话，这些车企就将面临着被淘汰的危险。因此从这个角度来看，2020年前后也是发展新能源车非常关键的时期。
（据《羊城晚报》）

