栏目主编：张琴琴 qinqin-zhang@sgcc.com.cn

市场化、国际化和“有形之手”的到位，共同构成了中国在新能源汽车全新赛道上继续领跑的关键驱动力。

我国新能源汽车发展的启示

文／本刊特约撰稿人　赵义

2022年世界新能源汽车大会于8月26日至28日在北京、海南两地以线上线下相结合的方式举行。国务院总理李克强向大会致贺信，贺信中说，中国是汽车生产和消费大国，近年来新能源汽车发展迅速，产销量和保有量位居世界前列，已进入全面市场化拓展期。发展新能源汽车不仅有利于先进制造业和绿色低碳发展，也有利于丰富消费者选择和提供高质量产品。

“已进入全面市场化拓展期”这个判断很重要。数据显示，2022年上半年，全球新能源汽车销量超过422万辆，同比增长66.38%。其中，中国新能源汽车销量达到260万辆，占全球销量的六成以上；市场渗透率超21.6%，保有量突破1100万辆。中国也有着世界上最大的新能源汽车消费群体。

新能源汽车大会举行期间发布的《2022世界新能源汽车大会共识》也指出，全球新能源乘用车市场渗透率突破全面市场化拐点，各方将以用户需求为中心，加快开发包括纯电动、插电式混合动力（含增程）、燃料电池等多元化汽车产品，营造良好的政策及应用环境，持续扩大新能源汽车应用规模。

更具体理解“已进入全面市场化拓展期”这个判断，一方面是新能源汽车的电动化、网联化、智能化方向已经十分清晰，巨大的市场规模已经隐约可见。比如，智能网联汽车技术加速落地，高精度传感器、车用软件等需求持续提升，预计2030年的市场整体规模有望接近4700亿美元。所以，无论是国家政策还是企业投资，都在这些方向上进行布局。

另一方面，全面市场化拓展期意味着要不断扩大新能源汽车应用规模。从现实来看，虽然造车“新势力”企业营收在大幅度增加，但普遍处于亏损状态，研发和销售费用非常高。只有进一步扩大新能源汽车应用规模，这些费用才能“摊薄”，造车企业才能真正从传统汽车行业中突围。而中国的超大规模市场，正是最坚实的基础。

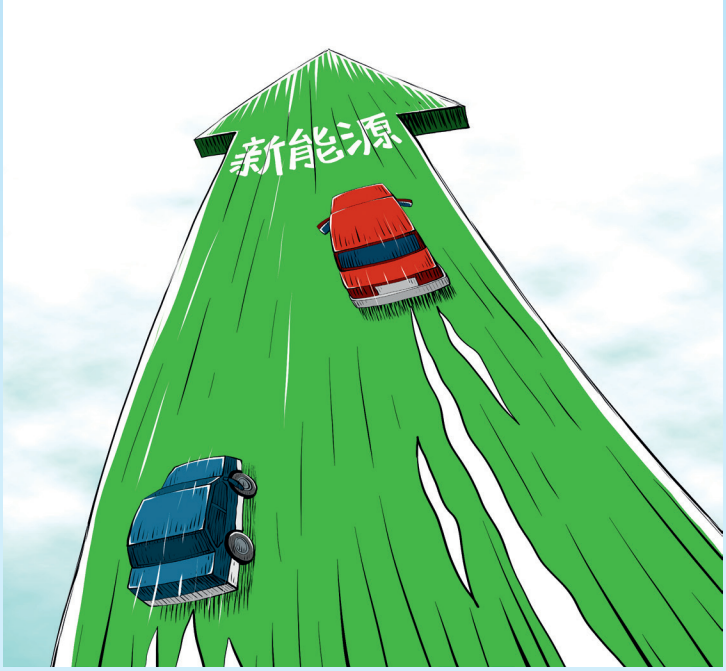
在新能源汽车这个全新的赛道上，中国毫无疑问是领军者之一。回顾中国新能源汽车的发展历程，我们可以得到不少启示。

最重要的启示是坚持市场化，简而言之就是鼓励充分的市场竞争。新能源汽车是全球车企转型升级的主要方向，这是一个共识。转型，意味

着这个产业的底层逻辑发生了深刻改变。新产业格局只能在充分的市场竞争中才能形成。虽然传统车企也在转型，但从中美两国电动汽车的“领头羊”公司来看，大多还是“新势力”。比如特斯拉是2003年成立的，成立之初就主攻电动汽车技术，比亚迪从2008年就推出了混合动力汽车，“蔚小理”（蔚来、小鹏、理想）则是在2014～2015年成立的。

从产业链来看，与过去整车企业居于主导地位不同，现在新能源整车企业更多受制于动力电池、智能驾驶软硬件等领域的供应商。比如动力电池的成本约占整车成本的一半，今年碳酸锂价格不断飙升，对整车企业的影响很大，有的整车企业公开抱怨“自己是给动力电池供应商打工的”。造成这种现象的原因之一是，与造车“新势力”群雄并起不同，动力电池行业是一种“寡头格局”，今年上半年，宁德时代和比亚迪这两家头部企业的电池市场占有率合计接近70%。

并且，动力电池企业的国际化程度也远超整车企业。比如今年上半年，宁德时代在全球的市场份额达到34%，覆盖了全球55个国家和地区，也就是说，全球每3辆电动汽车中就有1辆装配的是宁德时代的电池。



但更深层的原因恐怕还是新能源汽车的底层逻辑将围绕动力电池、智能化软硬件等展开。电池解决的是绿色动力问题，智能化是把汽车看作“应用场景”，“车身”的重要性相对下降。要改变议价能力的悬殊局面，还是要回到市场化的逻辑，也就是整车企业的市场集中度也要提高，政府其实已经多次提出要提高新能源汽车产业集中度。市场集中度不可能是“拉郎配”的结果——这样的做法也是不可持续的，而是必须通过充分的市场竞争来实现。

当然，政府的“有形之手”不可缺少。比如，最近工业和信息化部、国家发展改革委、生态环境部联合印发了《工业领域碳达峰实施方案》，提出大力推广节能与新能源汽车，强化整车集成技术创新，提高新能源汽车产业集中度。

新能源汽车也被看作当前稳经济大盘工作中大宗消费领域的一个重点。8月18日的国务院常务会议决定，将已两次延期实施、今年年底到期的免征新能源汽车购置税政策，再延期实施至明年年底，预计新增免税1000亿元；继续免征车船税和消费税，在上路权限、牌照指标等方面予以支持；大力推进充电桩建设，纳入政策性开发性金融工具支持范围。

不少地方也制定了雄心勃勃的新能源汽车发展规划。比如这次新能源汽车大会召开地之一海南省提出，到2030年，全岛全面禁止销售燃油汽车，全省私人用车领域新增和更换新能源汽车占比达100%。

国务院常务会议还指出，坚持用市场化办法，促进整车企业优胜劣汰和配套产业发展，推动全产业提升竞争力。可以说，市场化、国际化和“有形之手”的到位，共同构成了中国在新能源汽车全新赛道上继续领跑的关键驱动力。