新动力

今年《政府工作报告》提出，加快培育消费增长点，推动绿色消费。去年国务院常务会议曾提出，促进绿色消费，推广节能产品，对建设城市停车、新能源汽车充电设施较多的给予奖励。作为绿色消费品的代表，在充电设施等相关配套加速推进的情况下，新能源汽车市场正在快速发展

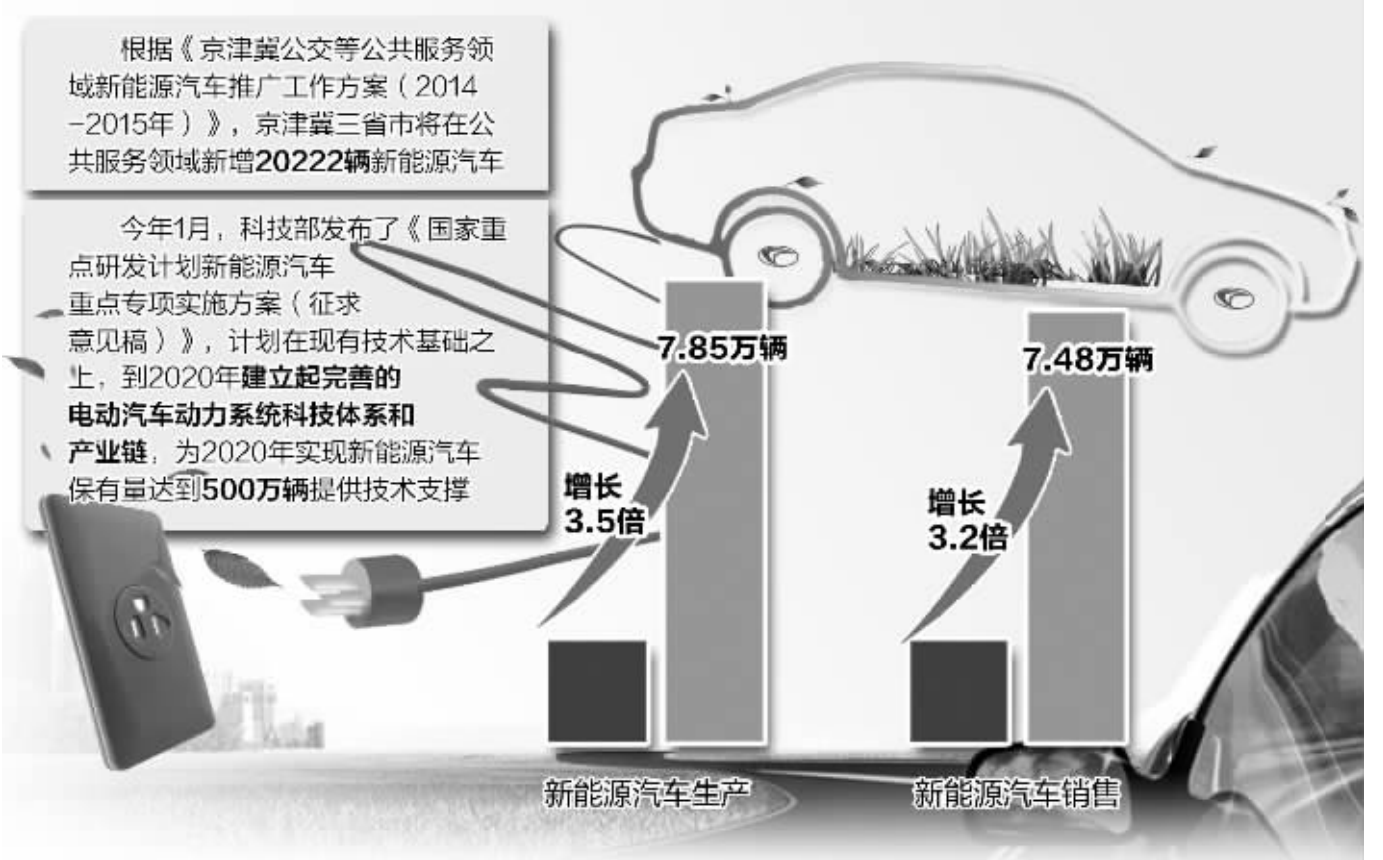
去年我国新能源汽车销量创出新高，被业界称为“新能源汽车发展元年”——

新能源汽车消费期待“第二春”

本报记者 杨忠阳

3月21日，26岁的李佳迅成了北汽新能源汽车的第1万名车主。“去年家里刚添了宝宝，开车出行就成了‘刚需’。”李佳迅说，今年2月份，她参加了新能源汽车摇号，并获得了购买资格。“我买的是一辆续航里程达到200公里的北汽EV200，我们家距离公司不太远，估算了一下，两三天充一次电就成！”

和李佳迅一样，随着国家对新能源汽车支持力度的不断加大，以及绿色消费理念的普及，购买或者租赁新能源汽车正在成为不少人的选择。



“亲，买辆电动车吧”

在中科方德软件有限公司，记者见到了于佳晨和他的北汽E150EV。作为北汽首批先锋新能源汽车的车主，于佳晨的纯电动汽车北汽E150EV已跑了1.8万公里。

于佳晨告诉记者，由于他家距离公司不到10公里，平时主要在市区活动，基本上每星期充二三次电就够了。“再加上公司在中关村地区，距离北理工和清华科技园两家公共充电桩都不超过5公里，因此充电还算方便。”

使用纯电动汽车，也给于佳晨带来了实惠。他给记者算了一笔账，在公用充电站充电一次的费用不到20元，而在家里充电每次也就10元左右。“如果按照民用电价算，开纯电动车出行每公里不到1毛钱，比坐公交汽车还便宜，这是传统燃油车无法比拟的。”

据了解，北汽E150EV的电池容量为25.6千瓦时，一般城市路况下续航里程为160公里左右，百公里大约需要15千瓦时电。按照商用电价0.88元/千瓦时计算，百公里大约需要13元，按照民用电价0.48元/千瓦时计算，百公里大约需要6.24元。如果是一辆1.5L的汽油车型，百公里油耗按6升计算，油费约38元(按北京地区92号汽油价6.32元/升计算)。而同样是行驶100公里，电动车至少要省近32元。这意味着，于佳晨驾驶的电动车，已为其节约至少5800元。

与那些不堪北京牌照久摇不中的折磨而转向电动汽车的车主不同，杨璟购买电动车的目的很单纯——“环保+好玩”。作为一个环保主义者，杨璟虽然家里有一辆燃油车，但不常使用，他上下班的交通工具更多是地铁和公交。

如今，在不少城市，疾驰而过的新能源汽车已成为街头一道流动的风景。而最新发布的《新能源汽车消费现状与趋势分析报告》则显示，在北京、上海、广州和深圳四地，56.5%的消费者明确表示很可能购买新能源汽车。这意味着，未来新能源汽车并不缺乏消费者，只是潜在市场需求被激活。

分时租赁更经济

在位于北京亦庄富士康公司大院的绿狗租车网点，家住房山区的陈海军掏出会员卡，靠近挡风玻璃左侧的读卡器，“嘀”的一声，车门应声打开。“在车辆操作面板上输入短信授权码，提车手续就算完成。”陈海军告诉记者，还车时，只需点击车辆控制面板的“还车”按钮，再刷会员卡，系统会自动结算租车费用，很方便。

“绿狗”是北京恒誉新能源汽车租赁公司继公务租车之后推出的个人租赁业务，因为租车可以按小时计费，价格比一天动辄二三百元的传统租车便宜不少。以北汽新能源E150EV为例，每小时租车费用30元，白天整租从早8点至晚6点159元，晚上包夜99元，而且在绿狗自有充电网点可以免费充电。

“我们从去年10月份开始试营业，目前已经有2000多名会员经常使用租车业务。”北京恒誉新能源汽车租赁公司工作人员表示，通过对这部分用户的使用习惯分析，发现大多数用户往往青睐短途小时租和上下班租车两种形式，公司为此还推出了“异地还车”服务。

据介绍，作为租车行业的一种新兴租车模式，分时租赁倡导由若干个消费者共同使用一辆汽车。租赁者可以像租赁自行车一样租赁电动汽车，按个人用车需求预订租车的时间，按小时收费。去年12月18日，科技部启动运营国内首个公务电动汽车分时租赁项目。该电动车租赁项目配备了比亚迪E6、华晨宝马之诺、特斯拉等10款不同车型的纯电动汽车，建设了19个充电桩，受到市场青睐。

“目前纯电动汽车技术较传统燃油车还有一些差距，而且受到充电设施建设不足的制约，纯电动汽车的市场推广不是很畅通。老百姓可能觉得花十几万元买一辆技术未完全成熟的纯电动汽车心里不踏实，但又有用车需求，租赁是一种很好的方式。”中国汽车流通协会常务理事贾新光表示，在分时租赁模式下，电动汽车的使用率可以提升2至3倍，但使用成本仅是传统汽车的20%左右。

“更重要的是，在这种模式下，不仅能解决电动车续航里程短的问题，也能让消费者在可以承受的价格范围内增加与电动车的接触机会，获得驾乘体验，是快速扩大电动汽车推广应用规模的最佳路径。”北汽新能源总经理郑刚说。

驶向春天还要越“障”

尽管消费者有购买意愿，市场潜力巨大，但要把这些潜在的购买意愿转化成看得见的消费，让新能源车驶入普通消费者的家庭，还有两大障碍需要逾越。

第一个障碍是充电不太方便。数据显示，截至2014年，我国新能源乘用车保有量已经接近12万辆，但建成的充电桩仅有3万多个。“若充电不方便，消费者就希望电池的续驶里程能够越长越好，甚至达400至500公里，这对汽车制造企业是一个挑战。如果充电设施健全，驾驶者行驶100至200公里就可以找到地方充电，汽车就不用配置太多电池，厂家负担也随之减轻。”清华大学汽车工程系教授欧阳明高为此建议，“充电桩的建设应适度超前，并引入市场竞争机制，通过竞争使价格降下来。”

“作为车企，一定要做好服务，想办法为用户解决安装充电桩的问题。”长安汽车新能源公司总经理任勇表示，除了小区用户，消费者还要去协调物业，其他的环节都交给长安。“目前长安正在给4S店装配充电车，一旦客户在路上或者突发情况需要充电，我们可以进行救援，而且可以实现快充，相当于充电宝。”

另一个障碍是车型不够丰富。前不久，在北京新能源汽车产业协会等主办的“北京蓝 我先行”电动汽车进社区系列活动上，北京新能源汽车产业协会秘书长赵景光告诉记者，目前市场上已有北汽新能源E150EV、上汽荣威E50、华晨宝马之诺1E、比亚迪E6和腾势、长安逸动EV、东风日产晨风等14款纯电动汽车可享受北京市新能源汽车单独摇号和市级财政补贴政策。“这14款车与市面上成百上千款的传统燃油车相比，消费者可选择的余地确实不够。”科技部电动汽车特聘专家王秉刚表示，破解新能源汽车推广遭遇困局，车企也要围绕市场需求开发更多优质产品。

“随着上市车型不断增多、电池技术逐渐提升、地方政府重视程度越来越高、配套设施快速增多，新能源车的销量自然会翻倍增长。”欧阳明高表示，在国家政策的大力支持下，去年新能源汽车实现爆发式增长，被业界称为“新能源汽车发展元年”。“如果没有意外，今年新能源汽车销量有望突破20万辆。”

莫让充电桩拖了新能源汽车后腿

车 夫

● 充电桩是电动车必备的配套设施，其数量、区域分布点直接影响着电动汽车的普及

● 通过创造好的建站建桩市场机制和环境，将各方力量凝聚到促进充电基础设施建设上来，形成“共振”

● 企业在充电桩建设中要通过技术创新，降低充电设施建设成本，减少建站建桩土地占用，以提高效率和效益

发展新能源汽车，既是有效缓解能源和环境压力的重要途径，也是加快汽车产业转型升级的战略举措。得益于国家政策的大力支持，去年我国新能源汽车销量创出新高。

不过也要看到，在一些试点城市，新能源汽车“仍然推而不广”。目前，我国新能源汽车累计销量离国家规划的50万辆目标远不仅是“一步之遥”。

为何如此尴尬？原因较为复杂，既有产品种类不够丰富，也有单车售价偏高，超出了普通百姓所能接受的消费范围，还有动力电池技术没有实现革命性突破等因素，但笔者以为，问题的关键更在于，充电等基础设施建设滞后，制约了当前新能源汽车市场消费潜力的释放。

充电桩是电动车必备的配套设施，其数量、区域分布点直接影响着电动汽车的普及。有数据表明，截至2014年，我国新能源乘用车保有量已经接近12万辆，但建成的充电桩仅有3万多个。更令人担忧的是，这个“剪刀差”还有日益扩大的趋势。以北京市为例，2011年，北京电动汽车与充电桩的比例为1:1，随后两年下降到2:1，2014年变成了3:1。应该说，北京在新能源汽车推广上还算给力的，其充电等基础设施建设也不过如此，其他城市情况可想而知。

按照常理，若充电不方便，消费者自然就希望电池续驶里程越长越好，甚至达到400至500公里。事实上，在电池核心技术没有新的突破情况下，这样的里程要求，对车企而言，却是一个不小的挑战。为什么？这倒不是说车企生产不了符合超长续航里程的电动车，以目前业界的技术水准和造车经验来看，要延长续航里程，无非就是增加汽车的电池数量。

问题是，电池多了，车辆就重，耗能就增加。要知道，汽车的行驶阻力与车重成正比，车重的不断增加，会使汽车的能耗大部分消耗在自重上，而不是满足客货运输的需要，起不到节能减排作用，更与发展新能源汽车初衷背道而驰。而且，新能源汽车装载的电池越多，价格也就越贵。

反之，若充电设施健全，驾驶者行驶100至200公里就可以找到地方充电，那新能源汽车就不需要配置太多电池。这样不仅缓解了消费者的焦虑，而且汽车的价格也会随之下降。因此，充电桩的使用是否具有便利性，在一定程度上决定着新能源汽车的推广。

如何加快发展？政府固然要加大投入力度，但更要注重发动市场的力量。充电桩建设不是单纯的技术问题，而是一个系统问题，涉及政策、土地、规划以及各种主体的利益分配。据统计，去年北京市个人消费者所建的充电桩虽然只有1600多个，却涉及1300多家物业公司，几乎每建一个私人充电桩都要和一家新的物业去谈，情况纷繁复杂。这就要求政府通过顶层设计，制定一部规划，出台一系列标准，通过创造好的建站建桩市场机制和环境，将各方力量凝聚到促进充电基础设施建设上来，形成“共振”。

当然，不管政府怎么投入，建设主体最后还是会回归到企业身上来。由于充电桩的建设成本较高，且现在的利用率很低，目前国家电网的充电桩业务大面积亏损，成为“烫手山芋”。因此，企业在充电桩建设中要通过技术创新，降低充电设施建设成本，节约用户充电时间，减少建站建桩土地占用，以提高效率和效益。同时，在日常运营中，还要善于通过互联网将充电桩运行状况、车主预约、电动汽车充电、计价收费等相关功能连接起来，建设多层级平台，探索出新的商业模式。比如，在电动车充电过程中通过衍生出一些增值服务，“羊毛出在猪身上”，从而实现“消费者充电不收费”，满足消费者新的需求。

看市场

“碱性水”偏论当休矣

过量摄入碱性水，不仅不利于身体健康，反倒给了大肠杆菌、副溶血性活菌等喜欢偏碱环境的致病微生物以可乘之机

央视最近再一次披露了数则与日常消费相关的偏论，其中关于“碱性水是否可以改善体质有益健康”真相的披露，令人深思。据悉，“碱性水可以改善体质有益健康”的说法并无科学依据，已屡次为权威机构证伪。不过调查显示，依然有超过30%的消费者对这一偏论深信不疑。

应该说，“碱性水”的偏论从无到有，再到深入人心，首先源自于消费者对相关科学知识的匮乏。普通消费者一般不具有健康方面的专业知识。特别是城市居民工作生活压力大，亚健康问题凸显。“人体有酸碱性体质之分，酸性体质容易引发各种疾病”、“多喝碱性水有利身体酸碱平衡”这类貌似科学的传言，很容易戳中都市人的“痛点”。

“碱性水”偏论经久不衰的更深层次原因，则在于部分商家别有用心的推波助澜。不少消费者都有过这样的体验：进入出售饮水机的店里或走近超市的饮水机摊位前，工作人员就会用碱性水有助身体酸碱平衡等各种所谓健康知识对顾客进行“轰炸”。在商家不遗余力传播偏论之时，一些消费者不仅自己轻信这类“有用”信息，还乐于通过微信、微博等社交媒体转发分享，偏论又得到倍增扩散。

正是消费者专业知识的缺乏和部分商家刻意扩散偏论，成就了“碱性水”传播的土壤。再加上有关部门监管缺位，部分商家不仅洗了消费者的脑，还忽悠了消费者的钱。

消费者注重健康投入无可厚非，但是如果让水以及其他普通消费品承载过多的健康诉求，既不科学，也不现实。科学研究早已证明，人体酸碱度平衡是一个精密的系统，非常稳定，不能轻易改变。过量摄入碱性水，不仅不利于身体健康，相反恰恰给了大肠杆菌、副溶血性活菌等喜欢偏碱环境的致病微生物以可乘之机。

一些商家不惜拿消费者的健康当噱头，夸大其词，如此急功近利的营销模式，最终受损的还是商家自身以及整个行业的利益。对于商家个体，谎言终会被揭穿，失去诚信，就会失去客户。对于整个行业，如果仅靠虚假宣传就能轻松盈利，那么谁还有动力去创新，消费者终究会“用脚投票”。

“碱性水”的消费偏论当休矣。事实上，符合国家饮用水卫生标准的水就是好水，其他消费品也大抵如此。 文/本报实习生 李慧敏

部分出境短线游产品降幅近五成

清明出游正当时

本报记者 佘 颖

清明小长假马上就要如期而至。与往年相比，今年清明节旅游出行价格并未出现大幅上涨，甚至部分线路出现了不升反降的局面。

由于春节假期晚于往年，五一黄金周又将至，今年清明节总体出行量相对平稳，3至6天的短线产品成为此次小长假的主角。据调查，福建的厦门、海南的三亚、广西的桂林、湖南的凤凰等位列热门旅游城市前列。

从酒店上看，除黄山景区酒店价格涨幅约50%外，其他热门旅游城市酒店价格涨幅均在10%左右。以丽江为例，由于当地酒店数量众多，清明节期间价格变化不大，涨幅不超过5%。三亚自春节之后逐渐进入淡季，海景客栈价格并无变动，五星级酒店涨幅不超过10%。

从热点门票看，去哪儿网门票事业部负责人表示，海南的南山文化旅游区、亚龙湾、天涯海角，福建的厦门鼓浪屿，江西的婺源，四川的石象湖、熊猫基地等几大热门景区门票预售数量飙升，成为游客喜爱和好评的景点，预计清明节期间将会出现“爆棚”的局面，人们出行前需关注接待游客数量，以免发生“观人潮”的局面。

除了国内游的火爆，东南亚等地区的出境游预订同样火爆。进入3月，由于机票、酒店价格回落明显，部分出境短线游产品较春节期间降幅接近五成，不少游客认为境外游十分超值。从出境游热门地区来看，东南亚海岛、日本、韩国成为春季最热门旅游目的地。去哪儿网监测数据显示，曼谷、首尔、普吉岛、济州岛、巴厘岛、清迈、塞班岛、东京、暹丽、沙巴成为出境旅游热门目的地前十名。

3月30日，广西钦州市一家坭兴陶生产企业员工在给坭兴陶半成品雕刻图案。“21世纪海上丝绸之路”战略的实施带给具有1300多年历史的钦州坭兴陶前所未有的机遇。钦州市坭兴陶企业从提升产品品质和实用性入手，大力创新工艺，满足国内外消费者不同需求。

新华社记者 张爱林摄

本版编辑 李 亮 梁剑箫