



电动汽车产业发展存在的问题及对策

张迪

前沿探索

汽车是现代社会的交通工具,它为人们提供了便捷、舒适的出行服务。然而,传统燃油车辆在使用过程中产生了大量的有害气体,并加剧了对不可再生石油资源的依赖。党的十八大报告指出,努力建设美丽中国,实现中华民族永续发展,第一次提出“美丽中国”的全新概念。今年的政府工作报告更强调,推广新能源汽车,治理机动车尾气,提高油品标准和质量,打好节能减排和环境治理攻坚战。这无疑会进一步推动中国电动汽车的发展。

电动汽车产业化面临的问题

在能源、环境形势日益严峻的今天,电动汽车因其清洁、节能的显著优势,成为世界各国与地区都倍加重视的新兴产业。我国是人口大国,也是资源消耗大国。在城市化和工业化进程加速的今天,能源问题已经成为限制我国快速健康发展的一个瓶颈。由于具有节能和环保的优点,电动汽车很符合我国目前秉持的可持续发展观和建设资源集约型、环境友好型社会的理念。目前我国政府加大了投入力度、扶持力度,不难预料,未来几年我国或将成为全球最大的电动汽车市场。然而,尽管电动汽车产品出现已有很长时间,硬件技术的改进也不断取得新的成果,但电动汽车市场推广进展却很缓慢,而且推广普及中遇到了许多问题,电动汽车的产业化仍有较长的路要走。

一是电动汽车各参与方的利益分配问题。电动汽车产业的发展涉及到汽车消费者、汽车制造商、电池制造商和电力供应商各参与方的利益之争,由于各参与方之间缺乏合理的利益分配机制,在一定程度上阻碍了电动汽车产业健康发展。首先,电网公司与汽车企业在充换电站的建设上存在争论。优先发展纯电动车,然后配套建设充电站;还是先把配套充电站建好,以吸引用户购买纯电动车。这个问题就像“先有鸡还是先有蛋”一样,使得目前充电站建设较为滞后,一定程度上导致纯电动车产业停步不前。其次,汽车企业与电网存在电池运营模式之争。电网公司主

编者按 加快培育和发展电动汽车产业,既能有效缓解能源和环境压力,又能推动汽车产业转型升级。作为备受关注的战略性新兴产业,我国电动汽车起步不晚,发展似乎也不慢,但产业化之路却步履蹒跚。如何破解这一难题,需要从政策管理创新、商业模式多元、产品技术过硬等多方面入手,从而真正激发电动汽车产业化活力。

推“换电”模式,汽车企业更愿意推“充电”模式。电力企业和汽车企业到目前为止很难取得共识,两者需要重新划分利益。此外,要想私人购买电动汽车成为可能,必须要在消费者居住地建立充电设施,充电便利与否直接影响着车辆的使用。然而,自用充电桩安装严重受阻于小区物业。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。这样的情况也不利于私人购买电动汽车。

二是电动汽车价格偏高,充换设施建设与管理不完善。目前,虽然我国已经有几千辆电动汽车开展了示范运行,长安、奇瑞和比亚迪生产的混合动力轿车也已上市销售,但与形成产业发展所需的初始规模相比,现在的生产规模仍然很小,造成电动汽车的价格偏高,在不考虑国家财政补贴的情况下,对用户缺乏足够的吸引力。而且,与传统汽车加油的时间相比,发达的充换电服务网络设施基础建设是电动汽车推广应用的基本保证。目前,我国充换电设施建设还处于起步阶段,离电动汽车行业规模发展所要求的充电设施数量有着较大的差距。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。充换电设施的不完善是阻碍电动汽车行业发展的主要因素。

三是电动汽车运营的商业模式不成熟。我国电动汽车现有商业模式有:融资租赁模式、定向购买模式、租赁与换电模式等。在当前的电动汽车商业模式中没有系统考虑各参与方行为及交互作用对产业链的影响,缺乏对适合我国电动汽车商业模式的深入量化研究,一定程度上阻碍了电动汽车产业的健康、有序发展。

四是电动汽车行业的标准缺失及不统一问题。电动汽车行业的发展涉及到汽车消费者、汽车制造商、电池运营商和电力供应商等多个方面,行业标准迟迟难以统一,这在一定程度上阻碍了电动汽车的推广。电动汽车相关的技术标准、整车标准、零部件标准、电池标准、充电设施标准

等,应该是一个完整的标准体系。由于没有具体的国家标准,汽车研发企业没有一个可遵循的操作规范,导致目前参与的企业基本上是自行其是,这非常不利于电动汽车行业的健康发展。标准不统一还可能会造成消费者极大的困惑和不满,进而影响整个电动汽车产业的商业化道路。因此,为了促进我国电动汽车产业的健康发展,应该尽快制定电动汽车产业发展规划和电动汽车行业的国家标准。

此外,电动汽车电池的续航能力差、充电慢,也是电动汽车产业发展最大的“拦路虎”。这一问题也亟待引起各方的关注和重视。

推动电动汽车产业化的对策

发展电动汽车,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。当前和今后一个时期,可考虑从以下几方面推动电动汽车产业化。

第一,协调好电动汽车各参与方之间的利益关系。电动汽车发展不是一个单纯的技术问题,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。如何协调好各参与方之间的利益关系,这需要电动汽车各参与方在政府主导下,建立基于优化博弈的电动汽车运营模式和利益分配机制,设计电动汽车运营商与传统加油站的竞争与合作机制。若各方在合作上存在问题,就需要政府的协调。只有电动汽车参与方之间的充分合作,才能推动电动汽车的快速、健康发展。例如,建议电网企业应该开放市场,加快车用充电电网开发,制定电价标准。在充电站运营方面,可考虑允许按照基础电价加服务费的形式收取费用,以保证充电站的正常运营,等等。

第二,加大对电动汽车的宣传,加强消费者的环保理念,让消费者更了解电动汽车。从基础设施、线路规划、政策体系保障、产品改善、人员培训、技术服务保障、用户推广及电动汽车社会宣传普及,形成一整套体系化工作模式,加大对电动汽车

的宣传。电动汽车是一种新的消费文化,是与节能环保更相关的概念,汽车厂商、经销商都应该积极推广这种消费文化,制造新的体验,让环保理念深入人心。

第三,加快推广应用和试点示范,探索商业运营模式。试点城市应加大政府投入力度,积极吸引社会资金参与,根据当地电力供应和土地资源状况,因地制宜建设慢速充电桩和公共快速充换电设施服务站。由鼓励成立独立运营的充换电企业,建立分时段充电定价机制,逐步实现充电设施建设和管理市场化、社会化。以充电桩为例,相关企业还可以在在日常运营中,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,建设多层次平台,探索出新的商业模式。比如,在电动汽车充电过程中通过衍生出一些增值服务,从而实现“消费者充电不收费”,满足消费者新需求。

第四,加快基础设施建设,合理规划电动汽车充换电设施网络。政府相关部门可考虑逐步将电动汽车充换电服务站列入城镇与道路交通建设总体规划,并同步实施,通过创造好的建站建桩市场机制和环境,将各力量凝聚到促进充电基础设施建设上来,确保电动汽车充换电站与城市建设、道路交通同步规划和发展,使之达到像传统燃油汽车加油那样的方便程度,以真正解决电动汽车更换电池和充电的问题,为电动汽车的大力推广和普及奠定坚实的基础。另一方面,除了政府要加大投入力度,还要注重发挥市场的力量。由于充电桩的建设成本较高,且现在的利用率很低。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。

总的来看,虽然电动汽车拥有广阔的市场前景,但是整个产业的发展还需要一个漫长趋于成熟的过程。针对我国在电动汽车推广中遇到的问题,应对的策略应该以政府为主导,协调汽车企业、电网企业、汽车经销商和相关企业之间的关系,共同推进电动汽车的产业化。

(作者单位:华中科技大学管理学院)

沉着应对挑战 推进工业转型

中国社会科学院工业经济研究所 吕铁 李萌

口仍将面临较大压力。此外,出口结构优化将得到延续,出口目的地多元化和分散化趋势将进一步加强。伴随着中国工业的转型升级,技术密集型制造业的出口占比将不断提升。

二是制造业回流发达国家与低梯度发展中国家加速承接产业转移并存。“十三五”时期,预计发达国家制造业回流主要集中在高端制造业,这将有助于发达国家在产业链中的核心环节保持垄断优势,从而具备更强的控制和定价能力。相比高端制造业的回流,低端制造业的迁出将更具规模,预计部分对劳动力成本敏感的制造业生产线将从中国转移,对此应引起充分重视。当然,虽然中国低成本比较优势不断削弱,但考虑到生产效率和基础设施等因素,中国工业生产仍具备较强的竞争力。

此外,国际贸易、投资规则和秩序重

塑,人民币汇率双向波动幅度加大,中国企业加速对外投资和向外产业转移,也将对我国工业增长和结构变化产生影响。

“十三五”时期,外部环境的趋紧既带来了严峻挑战,也对工业转型升级形成了倒逼机制。如何沉着应对挑战,化解不利因素,亟需相关政策、机制的调整和改进。

第一,加大主动开放的力度。中国应积极迎接新一轮国际贸易自由化的挑战,主动参与制定国际经济和投资规则,从自身、双边及多边3个层次加强开放和合作,并深入研究贸易规则的新趋势,采取合理措施应对。

第二,推进人民币国际化,增强企业对冲风险的能力。应加强与周边地区的人民币结算,推进人民币国际化,并规避美元波动带来的汇率风险。

第三,优化贸易结构。进一步深化与亚洲、非洲、拉美等新兴市场间的贸易和

投资合作,并逐渐形成长期机制。细化出口产品市场,深度挖掘中国工业产品在新兴国家的市场潜力。

第四,加速产业结构升级。积极应对高端制造业回流发达国家和低端制造业出口市场被低梯度发展中国家挤占的双重压力,加快推动产品结构升级和转变。在宏观层面,加强技术创新,促进“中国制造”向“中国创造”转变,推动中国工业向附加值更高的价值链高端攀升。在微观层面,积极培育发展知识、技术密集且更加专业化的中小微企业,鼓励企业从生产加工环节向产品研发、设计、品牌推广等环节延伸产业链。

此外,还要促进对外投资多元化,支持中国企业走出去。在这一过程中,要通过加强与东道国的谈判和合作,提高双边及区域投资协定的参与度,为工业企业对外投资提供便利化的政策支持,从而更好地协助中国企业顺利走出去。

引导文化消费新需求

周思达

产业,是我们当下亟待深入思考的问题。

与以往模仿型排浪式消费不同,如今消费已进入个性化、多样化新阶段,文化消费更是如此。一方面,文化消费的主要内容正在变化,博客控、手机控、微博控、微信控、电商购物狂、物联网等形成了新的消费态度和消费习惯,与传统的消费模式大相径庭。另一方面,文化消费的主力军也发生了代际转换,80后、90后开始成为文化消费的主要组成部分,并将替代老一代文化消费主体。消费的取向、趣味、审美已经很大程度上影响着市场格局。在这一过程中,新的文化消费需求往往不是以销定产,而是以供给创新来扩大文化消费,即以产创需、以创引需,以新导需、以产谋销。面对巨大的发展空间,如何不断挖掘文化消费新需求,做强文化产业,就显得尤为重要,它不仅关系到我国文化消

费发展如何实现快速赶超,同时也决定了如何将中华民族的优秀文化转化为精神力量的模式与路径。在这一过程中,需要前瞻思维,引领新的文化需求,提供更多个性化、多样化文化产品和服务。

其一,要在挖掘资源、打造内容上下功夫。文化内涵是文化产业的内核。凡是大众喜闻乐见、百看不厌的文化产品,都具有独特的文化内涵。我国文化资源丰富,但对文化资源的开发利用总体上还不够。充分挖掘文化资源,既要纵古,也要论今,要从中国5000年发展史、100年中华民族奋斗史、30年改革开放进程中汲取能量,紧扣国家和各地发展战略,以创新的方式创作出反映现实生活的作品。当下,“一带一路”战略为挖掘文化资源提供了重要机遇,将为文化产业发展拓展新空间,为文化走出去提供新通道。在这一过

促进互联网金融健康发展

毛可

近年来,我国互联网金融产品如雨后春笋般迅猛生长,P2P信贷、网络小额贷款、第三方支付、金融机具线上平台等,已快速成为具有较大规模和影响力的业态。目前,互联网金融已成为金融业界和学术界最为热门的话题之一。面对这股汹涌而来的互联网金融热,我们既要充分尊重互联网金融发展的自身规律,因势利导积极鼓励其健康成长,也要冷静观察,正视其中可能出现的风险,通过更严格的标准和更有效的监管,促进其健康发展。

金融服务传统模式受到冲击

互联网金融突破了时间和空间的限制,依靠便捷、低成本和良好的用户体验等优势,在支付、理财、融资等领域对传统金融服务模式形成了冲击。其不仅迎合了我国互联网普及和信息消费升级的新趋势,满足了消费者和企业希望获得更加便利金融服务的迫切需要,而且能通过大数据、云计算等手段让那些无法从银行贷款的中小企业和个人受惠,通过竞争刺激传统银行跟上时代和科技的步伐,最终带给客户更好的产品和服务。

现在,互联网经济元素不断渗透到传统金融的方方面面,支付、理财、融资乃至金融营销逐渐在线化、移动化。比如,金融行业的价值实现方式受到深刻影响,交易成本大幅削减,电子商务、第三方支付、社交网络、搜索引擎等形成的海量数据成为金融业的重要战略资产,利用云计算、神经网络、行为分析、遗传算法等方法深入挖掘这些数据并设计、开发针对性地满足客户个性化需求的金融产品成为主要价值创造方式;金融脱媒现象越来越普遍,物理网点和地域优势逐渐让位于网络营销渠道;财富管理行业逐渐由通道中介的定位向以客户需求为中心的定位转型;开放思维在金融业界渐成气候;商业生态系统对于核心竞争力的重要性已经成为金融业界的一致共识,金融机构的发展更加依赖于不同商业生态体系的竞争,等等。

总之,互联网金融给经济社会发展和人们生活带来诸多利好,也给传统金融服务模式带来不少冲击。传统金融机构只能主动或者被动地适应由此产生的变革,对自身的经营方式和盈利模式进行相应的调整,从而更好地适应时代发展。

理性看待互联网金融发展

互联网金融是个新生事物,在凸显诸多优势和便利的同时,也存在风险控制的问题。从功能角度来看,互联网金融存在一些先天的不足。第一,互联网金融在风险管理功能方面存在欠缺,无论是在制度设计方面,还是在人才储备和经验积累方面,都无法与传统金融机构相提并论,缺乏有效、合理、可接受的风险评估手段。特别是互联网金融的虚拟化、跨国界经营、高技术装备水平、法律法规不完善等,使其风险管理更复杂,监管难度更大。现有的金融监管体系对互联网金融存在一定监管缺口问题。第二,互联网金融在利用信息技术将距离遥远的多方当事人的金融活动联结在一起的同时,很可能导致更大的信息不对称,这种信息不对称容易引发更大的信用风险。第三,互联网金融建立在信息技术的基础上,在用户规模不断扩大的同时,也蕴含着巨大的信息安全隐患。

因此,在正视互联网金融给传统金融业造成的挑战的同时,也应当清醒地认识到,金融创新往往是把“双刃剑”,不应夸大互联网金融的作用和影响。当前和今后一个时期,促进互联网金融发展应以史为鉴,不仅要鼓励创新上做文章,同时也要在防范风险上做文章,不断更新规章制度和监管标准。此外,还要掌握好监管的分寸,既防范风险,又不能管得太死,以至扼杀了创新。总之,只有处理好监管和发展的关系,互联网金融才有可能真正成为新的增长点,才能使金融业保持健康发展方向。

让互联网金融和传统金融“共舞”

互联网金融和传统金融各有优缺点,理应相互融合,以发挥各自优势,扬长避短。目前,互联网金融和传统金融已经出现相互渗透的态势,部分领域呈现你中有我、我中有你的格局,这可以视为互联网金融与传统金融相互融合的一个例子。而且,传统金融和互联网金融可以通过合并和收购等方式,开展深层次的合作,从而达到高度融合。

在这一相互融合的过程中,传统金融应当在深入认知和广泛宣传自身专业和技术优势的基础上,充分吸收互联网金融的优点,推动各项业务在互联网上的延伸,积极探索与互联网深度融合的模式。例如,互联网金融吸引众多客户的一个关键是高度重视客户体验,并为此采用了开放式的金融平台、个性化的产品服务、交互式的营销手段和方便快捷的操作流程等手段,传统金融也可以吸取这一经验,以互联网思维为指导,加快技术与数据的结合,利用大数据、云计算等技术搜集、统计和分析客户数据,实现客户和市场的精准定位,进而有针对性地优化业务流程、整合业务信息、创新网上平台、美化网上营销界面,力求贴近客户,及时捕捉、迅速响应客户需求,不断提升客户体验。

与此同时,互联网金融应当充分认识到其在风险管理等方面的短板,不断吸取传统金融在风险管理方面的经验,力求在有利于其充分发挥自身优势的细分领域深入挖掘潜力,同时加强风险控制,充分利用线下信用环境和数据,避免对网络数据的过分依赖,不要急于求成,盲目做大,贸然进入其不熟悉的领域。

(作者单位:中国建设银行总行)