经济日报 ECONOMIC DAILY

2021年销量有望达到180万辆——

新能源汽车市场结构出现积极变化

本报记者 黄 鑫

视点 中国新闻奖名专栏

从市场结构看，今年有两个可喜的变化。一是新能源汽车个人消费比例大幅提升至近70%，而两年前这一比例仅为20%。二是非限购城市购买比重达到了60%。这些市场驱动因素说明消费者对新能源汽车接受度越来越高，未来个人市场增量还很大。而且，我国新能源汽车车型分布较广，覆盖高中低端，能满足消费市场多元化需求。

12月12日，工人在总装车间组装新能源快递车。当日，由山东豪驰智能汽车有限公司投资、中建电力建设有限公司承建的智能新能源商用车制造基地在山东济南市莱芜区投产。 新华社记者 金良快摄

在近日工信部举行的媒体沟通会上，中国汽车工业协会副秘书长叶盛基表示，今年新能源汽车销量已经超出预期，预计达到130万辆，增幅接近8%。2021年会有更大惊喜，我国新能源汽车销量增速很可能超过30%，达到180万辆。

“尽管今年受新冠肺炎疫情、补贴退坡、油价下降等因素影响，但我们预计今年新能源汽车销量会与去年持平甚至略高于去年。今年，新能源汽车可持续发展能力更强，因此也被行业定义为新能源汽车市场化发展的元年，整个产业发展进入了一个新阶段。”工信部装备工业一司汽车发展处副处长马春生说。

个人消费比例大幅提升

据统计，今年1月份至11月份，我国新能源汽车产销分别达到111.9万辆和110.9万辆，产量同比下降0.1%，降幅比1月份至10月份收窄9.1个百分点，销量同比增长3.9%，结束了下降趋势。

叶盛基坦言，今年上半年新能源汽车市场令人担忧。但随着各项举措推出，尤其是“新能源汽车下乡”起到了很好的市场拉动作用。在活动的几个月内，近30家企业60多款车型参与其中，初步估算拉动新能源汽车市场销量接近20万辆。

马春生分析说，我国农村市场新能源汽车渗透率比城市低，并且在停车和充电方面有着特殊优势。同时，近几年农村市场消费升级趋势明显，传统汽车购买量呈现快速增长趋势。

据马春生介绍，今年工信部、商务部和农业农村部共同开展了5场“新能源汽车下乡”活动，明年还将进一步推动新能源汽车下乡，促进农村绿色出行和消费升级。

“按照这个速度，预计今年新能源汽车销量将达到130万辆，增幅接近8%。”叶盛基说。

叶盛基表示，近年来，我国新能源汽车产业链、供应链培育逐步成熟，消费者对新能源汽车的认识理解加深，相关企业通过创新研发提供了日益丰富和多元化的新能源汽车产品，使用环境也在不断优化改进。2021年新能源汽车发展速度会更快，预计销量增速将超过30%，甚至能接近40%，达到180万辆。

马春生认为，从市场结构看，今年有两个可喜的地方。一是新能源汽车个人消费比例大幅提升至近70%，而两年前这一比例仅为20%。二是非限购城市购买比重达到了60%。这些市场驱动因素说明消费者对新能源汽车接受度越来越高，未来个人市场增量还很大。此外，我国新能源汽车车型分布较广，覆盖高中低端，能满足消费市场多元化需求。

“三纵三横”突破技术创新

国务院办公厅近期印发的《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》（以下简称《规划》）提出，到2025年，纯电动乘用车新车平均电耗降至12.0千瓦时/百公里，新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右，高度自动驾驶汽车实现限定区域和特定场景商业化应用。

《规划》还部署了提高技术创新能力、构建新型产业生态、推动产业融合发展、完善基础设施体系和深化开放合作5项战略任务。

对此，工信部装备工业发展中心副研究员赵世佳表示，《规划》将提高技术创新能力放在首要位置，充分体现了自主创新是根本，并提出了面向2035年的技术框架，也就是深化“三纵三横”研发布局，围绕这一技术框架，重点部署了动力电池、新一代车用电机、网联化与智能化等一批关键技术和产品，同时设立了“新能源汽车核心技术攻关工程”专栏，提升全产业链技术创新能力。

据了解，《规划》提出，要以纯电动汽车、插电式混合动力（含增程式）汽车、燃料电池汽车为“三纵”，布局整车技术创新链。以动力电池与管理系统、驱动电机与电力电子、网联化与智能化技术为“三横”，构建关键零部件技术供给体系。

中国汽车工程学会副秘书长侯福深认为，“三纵三横”的研发布局体现了新能源汽车所对应的关键核心技术领域。其中，“三横”尤其要放在优先发展的位置上。

侯福深坦言，目前，我国新能源汽车“卡脖子”问题主要包括基础材料、基础工艺、基础元器件等，也包括用于基础开发的工具，如设计软件、仿真测试软件等。

“解决这些问题，既要依靠市场需求拉动，还需要政府完善创新政策，让技术创新的供给者与应用者联合在一起，形成技术创新和应用的良性循环。”侯福深说。

解决充电问题

《规划》的第四项重点任务是完善基础设施体系，积极推进充换电、智能路网及加氢基础设施建设。对此，赵世佳表示，充换电基础设施要加强科学布局，与城乡建设规划、电网规划及物业管理、城市停车等统筹协调。将引导企业联合建立充电设施运营服务平台，实现互联互通、信息共享与统一结算。

新能源汽车充电问题一直是关注的焦点。侯福深坦言，从2009年起业界就有充电、换电之争。未来应是一个以慢充为主、快充包括换电在内作为补充的体系和策略。他预测，到2025年，慢充的充电桩端口预计会达到1300万端以上，换电站将达到3000座。目前，换电模式的最大难点还是电池标准化的问题。

《规划》还提出了新能源汽车的电动化、网联化、智能化发展方向。“电动化、网联化、智能化相互促进、相辅相成。电动化底盘更容易和新型一体化的电机架构融合，是网联化和智能化技术应用最好的载体。网联化和智能化技术的应用把自动驾驶程度进一步提高，改变了整个汽车产品的形态，大大拓展了其应用领域，会催生很多新业态、新模式，可能会带来更大的产业变革。”马春生说。

马春生介绍，为推动新能源汽车的智能网联，工信部已经建立协调推进机制，组建车联网专委会，出台了一些引导性的政策和标准；组建了国家智能网联汽车创新中心，支持全国十多个地方建设示范区，现在各地都在深入开展测试示范。

观点

直播带货该降虚火

余 颖

沉寂多日之后，因带货糖水燕窝陷入争议的网红辛巴再度出现在直播间。这一次，他不仅红着眼眶鞠躬道歉，还表示将加强企业管理，这说明直播带货的“神话”该降降温了。

消费者热捧直播带货主要是因为价格因素，头部主播热衷于竞争“全网最低价”，某网红男主播曾经因为品牌商给自己的价格比另一位头部主播高了5元钱，就号召粉丝集体退货给差评。

对此，找头部主播带货的商家心知肚明，他们并非为了微利多销，而是借主播的名字做广告、搞营销。一旦进过李佳琦、薇娅、罗永浩的直播间，商品就可以打上“某人推荐”的标签。找明星带货的商家更是如此。比起动辄上百万元、上千万元的广告代言费，直播间“坑位费”可太便宜了。

其实，直播带货只是广告的一种新形式，商家支付的“坑位费”相当于广告费、代言费，主播抽取的佣金，相当于经销商收取的渠道费、销售员提取的销售佣金，这些最后都还是要由消费者来埋单。

把广告从报纸杂志电视台搬进直播间，这既不能改变产品生产源头，也不能改变产品物流体验，更不能改变产品售后服务。就连消费者最看重的“全网最低价”，有时候也不过是幌子——今年“双11”期间，在李佳琦直播间购买羽绒服的消费者就发现自己多花了300多元，引发大量投诉。最后商家也没有退差价，而是补发了优惠券让消费者下次使用。

根据我国广告法，“最低价”“最高”“最好”等词汇，原本就禁止出现在广告中。此外，广告法还规定，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告，由工商行政管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处以相应罚款；使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，还要依法承担民事责任。

今年以来，市场监管总局、国家网信办、国家广电总局纷纷出手整顿虚假宣传、售后不力等营销乱象，严格规范广告代言，禁止数据流量造假。对于新旧法规，主播和平台都应加强学习，只有承担起流量背后的责任，避免误导消费与畸形营销，才不会透支消费者的信任。

同时，作为直播带货的货物提供方，品牌商家应该明白，网红的广告效应只是暂时的，到最后还是要拼产品、拼售后、拼供应链。消费者也应该清醒看待直播带货的广告本质，不要因为主播的一句“买它”就冲动下单。

此外，直播带货中出现的假冒伪劣产品、退货退款难、标准缺失等问题，并非直播带货才有的新问题，而是商业领域的老大难，需要线上线下联动解决。再加上直播带货监管势必要跨多个部门，还需相关部门协同发力，创新监管方式和社会共治。否则，光盯着直播间，下一个新兴的购物渠道也会有问题，受伤的最终还是消费者。

第二家独立法人直销银行来了

本报记者 郭子源

备受业界关注的第二家独立法人直销银行，已正式获得监管批准筹建。12月11日，招商银行发布公告称，已收到《中国银保监会关于筹建招商拓扑银行股份有限公司的批复》，这意味着我国第二家独立法人直销银行即将产生。

2017年11月份，我国第一家独立法人直销银行——百信银行开业，由中信银行和百度联合发起设立。此次获批筹建的招商拓扑银行股份有限公司由招商银行与京东数科旗下的网银在线（北京）商务服务有限公司共同发起设立，双方入股比例分别为70%、30%。

“拓扑银行将运用数字科技创新服务模式，为实体经济提供更高效的普惠金融服务。”招行相关负责人说，招行和京东数科将充分发挥各自的资源禀赋，全力支持拓扑银行发展。与此同时，拓扑银行筹备组将在监管部门的监督指导下，严格按照相关规定和程序开展筹建工作。

所谓“直销银行”，即DirectBank，它是互联网时代的一种新型银行运作模式，主要依托互联网或移动互联网，而不是线下实体网点，其所提供的产品和服务对象也更倾向于无法亲临柜台现场的客户。

“突破架构和服务的冗长链条，这是直销银行模式的鲜明特点。”中国互联网协会数字金融工作委员会委员董希淼说，商业银行尤其是大中型商业银行内部层级较多，通过直销银行模式可以大幅度压缩、减少中间环节，以轻型化经营直接向金融消费者提供最高的让渡价值。例如，无论客户是否已开立该行账户，都可借助该行直销银行获取相应金融服务，这也是直销银行区别于网上银行、手机银行的显著特点。

国内最早的直销银行可以追溯至民生银行于2014年上线的“民生直销银行”APP。此后，已有几十家银行陆续开设了直销银行业务，但从运行模式看，其多为银行的内设部门或子公司。直至2017年11月份，中信银行与百度联合发起设立的“中信百信银行”开业，采用独立法人模式运营的直销银行才登上舞台。

相较于内设部门、子公司，独立法人模式能够较好地保证直销银行坚持独立经营，并按照市场化原则运作。记者获悉，申请独立法人直销银行牌照的银行数量已达20余家，以股份制商业银行和城商行为主，但目前该牌照尚未大规模放开。

董希淼表示，此时放开直销银行牌照可谓恰逢其时：一是互联网金融存量风险化解基本完成；二是《商业银行互联网贷款管理暂行办法》《金融控股公司监督管理试行办法》等先后落地，行业监管框架和制度环境更加完善。

预计“十四五”时期电能替代潜力超6000亿千瓦时，专家建议——

引导社会力量参与电能替代领域创新

本报记者 王轶辰

当前，我国能源消费结构性问题仍较突出，碳减排任务仍然艰巨。面对能源转型新目标和能源发展新趋势，需要在电源侧大规模开发清洁能源、增加低碳能源的供给，同时在需求侧大力实施电能替代，提升社会能效。

为实现碳中和目标，我国正大力推进电能替代。

在日前举行的2020年电能替代产业发展高峰论坛上，与会专家表示，面对能源转型新目标、能源发展新趋势，需要在电源侧大规模开发清洁能源、增加低碳能源的供给，同时在需求侧大力实施电能替代，提升社会能效。

当前，我国能源消费结构性问题仍较突出，2019年我国煤炭消费量占能源消费总量的57.7%，虽然比2018年下降1.5个百分点，但碳排放总量居世界前列，碳减排任务仍然艰巨。

今年9月份，我国在第75届联合国大会上承诺，将采取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和。实现这一目标，离不开有效的减排路径。

国家电网有限公司副总经理庞骁刚表示，大力发展电源侧的清洁替代，可有效减少对油气资源的依赖，有助于保障国家能源安全战略。推进实施需求侧电能替代有助于提升社会能效，降低碳排放强度。研究显示，电能占终端能源消费比重每提高1个百分点，全社会能效可提高4个百分点、能源强度可下降3.7个百分点。

以浙江湖州为例，该市地处长三角腹地，航道密布，承担着浙江水路运输40%左右的货物运输总量和货物周转量。近年来，湖州大力推进“绿色交通港口岸电工程”，通过“以电代油”实施绿色岸电上船，有效改善了港区环境质量和船民生活质量。

国网湖州供电公司有关负责人表示，浙江省搭建了全省统一的内河岸电管理平台，对公共服务区、锚泊区码头岸电统一管理，并与国网公司充电设施联动，实现电动汽车充电桩与内河港口岸电设备的一体化运营，以及湖州岸电全国范围互联互通。经测算，湖州岸电工程每年可减少燃油消耗约1040吨，减排硫氧化物50吨、氮氧化物29吨、颗粒污染物9吨，减少烟气总量1200万立方米，节能减排效应显著。

中电联数据显示，2016年至2019年，我国每年完成替代电量分别为1079亿千瓦时、1286亿千瓦时、1558亿千瓦时、2066亿千瓦时，预计今年替代电量将超过2019年水平，电能占终端能源消费比重达到27%左右，全社会电气化水平持续提升。

“我国总体上还处于工业化中后期和城镇化快速推进期，未来较长时期内电力需求将保持较快增长。”中国电力企业联合会常务副理事长杨昆预计，综合考虑需求增长和能效提升等因素，到2035年，全国发电能源占一次能源消费比重有望达到57%，电能占终端能源消费比重预计达到38%。

据国家电网公司分析，在充分考虑经济性和政策支持的前提下，“十四五”期间，我国电能替代潜力有望达到6000亿千瓦时以上。

空间虽然广阔，但实施并不容易。“总的来看，经过多年努力，一些容易实施的、社会经济效益非常明显的替代领域已经完成，电能替代工作进入了深水区，推进难度越来越大。”国家电网公司市场营销部副主任刘继东说。

中国电力科学研究院有限公司总经理王继业表示，在碳中和的目标下，电源侧要实行清洁能源替代，在用能侧要实行电能替代，将带来能源结构、用能方式和电网构架的变革与重构，它是一个多维度的系统工程，需要全社会各方协同促进。

对于下一步发展，国家能源局总经济师郭智表示，要完善电力市场化交易机制，创新电能替代技术路线，加快电能替代关键设备研发，促进技术装备能效水平显著提升，提升能源消费及管理的智能化水平。同时，鼓励社会资本进入，探索多元共赢的市场化项目运作模式。引导社会力量积极参与电能替代技术、业态和运营等创新，合力推动电能替代产业健康发展。

本版编辑 温宝臣 张 可