

释放新能源汽车下乡潜力

6月15日，工信部、国家发展改革委等五部门印发《关于开展2023年新能源汽车下乡活动的通知》。次日，2023年新能源汽车下乡活动正式启动。至今，今年新能源汽车下乡活动开展已近3个月。活动成效如何？企业该如何抓住机遇？新能源汽车下乡还面临哪些瓶颈？

农村市场潜力大

“为方便乡镇居民了解新能源汽车的使用优势和国家新能源汽车下乡政策的优惠内容，我们在商场一层最显眼的地方设立了销售网点。”在位于江苏无锡滨湖区的一个大型商超里，某新能源汽车品牌的销售人员告诉记者，开展新能源汽车下乡活动以来，门店客流量有了明显提升。

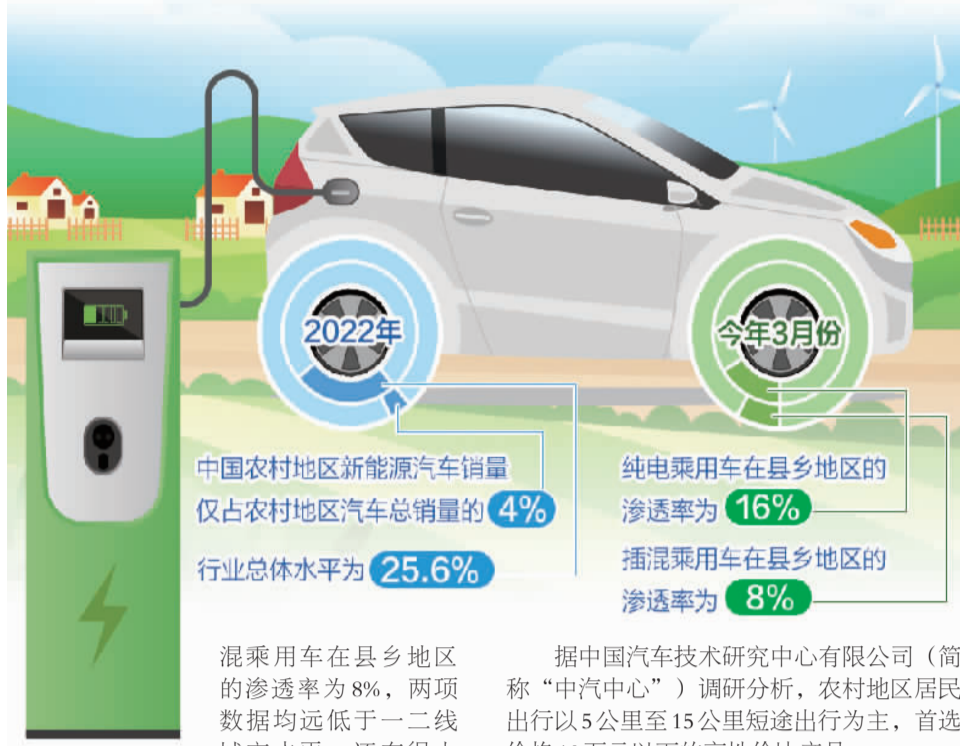
据悉，为激发农村消费者购买意愿，今年以来，支持新能源汽车下乡政策密集推出。各地也陆续出台一系列政策措施，推动农村地区新能源汽车消费。比如，山东淄博于8月26日举行了2023山东新能源汽车下乡活动启动仪式，通过发放新能源汽车消费券，鼓励金融机构出台购车信贷金融支持举措，积极协调车企出台购车优惠措施，多重优惠叠加，营造汽车消费良好氛围。

自2020年7月起，工信部等多部门连续开展新能源汽车下乡活动。据中国汽车工业协会发布的数据，过去3年时间，6批近200款下乡车型销量从2020年的39.7万辆增至2021年的106.8万辆，到2022年已达265.98万辆，累计410多万辆。

得益于此，我国新能源汽车产销量在近3年呈现爆发式增长，2022年更是达到700万辆规模，产量和销量分别为705.8万辆和688.7万辆。

“不过，从城乡市场看，农村市场尚未被充分挖掘。”工信部副部长辛国斌此前表示，2022年中国农村地区新能源汽车销量仅占农村地区汽车总销量的4%，远低于行业总体25.6%的水平。

据中国电动汽车百人会发布的《中国农村地区电动汽车出行研究》，今年3月份，纯电乘用车在县乡地区的渗透率为16%，插



混乘用车在县乡地区的渗透率为8%，两项数据均远低于一二线城市水平，还有很大提升空间。

“随着今年新能源汽车下乡活动进一步深入，2023年我国新能源汽车销量有望达到900万辆。”中国汽车工业协会副总工程师许海东说。

企业迎来新机遇

国家发展改革委、国家能源局在今年5月联合印发《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》，鼓励企业开发适宜农村地区场景的经济实用车型。

据悉，包括比亚迪、长城汽车、东风汽车、上汽大众等众多厂商积极响应新能源汽车下乡要求，根据需求量身定制方案。

“与十几年前的汽车下乡不同，随着消费水平提升，农民对汽车品质也有了更高的要求。但整体来看，与城市居民购车诉求不同，农村居民买车更重视性价比，也更关注实用性。”乘联会秘书长崔东树说。

据中国汽车技术研究中心有限公司（简称“中汽中心”）调研分析，农村地区居民出行以5公里至15公里短途出行为主，首选价格10万元以下的高性价比产品。

东风集团相关负责人表示，针对农村地区消费者特点，东风旗下有8款新能源车型参加本次活动。

比亚迪也推出了海鸥、海豚、元Plus、秦Plus DM-i、驱逐舰05等多款适合下乡的新能源车型。“新能源汽车要行稳致远，不仅要在国内主要城市站稳脚跟，还要在三、四线城市的下沉市场催生消费新活力。新能源汽车下乡活动不仅能拉动汽车消费，也将协调城乡消费增长，促进农村消费提档升级。”比亚迪相关负责人表示。

长城汽车相关负责人透露，长城汽车在新能源领域全面布局，目前已推出多款新能源车型，适合在农村或者城乡接合部使用。

中汽中心中国汽车战略与政策研究中心相关研究显示，每推广1辆新能源汽车，将带动2.5倍至3倍汽车上下游产业链增值。支持新能源汽车下乡，将进一步挖掘农村地区市场潜力，提升总体消费水平。

“支持新能源下乡的政策措施，有力助推汽车产业转型升级。”东风汽车集团副总

经理尤峥表示，经济性电动汽车将迎来新的增长机会。

发展瓶颈待突破

数据显示，截至今年7月底，我国充电设施数量达到692.8万台，同比增长74.1%。完备的充电基础设施体系为新能源汽车在城市的快速发展提供了基本保障。但目前县级以下公共充电桩数量仅占全国公共桩总数的9.45%，农村地区公共充电基础设施建设不足、居住社区充电设施安装共享难、时段性供需矛盾突出等问题，制约了农村地区新能源汽车消费潜力的释放。

“总体上看，我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段，总保有量相对较低，充电基础设施建设不足、经济实用车型供给不足、销售服务能力不足等问题制约了新能源汽车的推广使用。”国家发展改革委新闻发言人孟玮此前表示。

不过，由于乡村不受土地紧缺制约，具备建设自用充电桩的物理条件，不少车主也选择安装私人充电桩。

今年以来，国家连续推出重磅政策，为解决新能源汽车发展难题给出指引。比如，《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》提出，加强公共充电基础设施布局建设，加快实现适宜使用新能源汽车的地区充电站“县县全覆盖”、充电桩“乡乡全覆盖”。

崔东树认为，推动新能源汽车下乡，关键还要改善消费环境，不仅体现在购买环节，更体现在使用环节，要在体验和维修保养方面给予使用者更多支持。

对此，企业也在主动出击，以服务带动销售。长城汽车基于燃油车时代奠定的渠道优势，不仅能方便农村地区买车，还能给消费者提供更及时、专业和周到的各种售前、售后服务。目前，上汽大众在全国的售后服务网络已超1000家，可以为广大农村客户提供完整的售后维修服务。

“对于那些售后体系在乡村地区还不健全的企业来说，需要加快进入下沉市场，以此增加乡镇消费群体对自家品牌产品的接触体验。”崔东树说。

又到一年开学季。随着高校陆续开学，有必要提醒大学生们远离不良校园网贷。

过去，一些互联网金融平台以大学生为目标，诱导其过度消费，通过发放互联网消费贷款，导致部分学生陷入高额贷款陷阱。经过一系列整治，校园网贷得到了遏制，但仍存在部分非正规金融机构将校园贷改头换面为培训贷、刷单贷、创业贷、美容贷等，继续通过社交软件等渠道引诱大学生贷款。

金融监管部门已明确规定，未经监管部门批准的机构不得在校大学生提供信贷服务；持牌金融机构向在校大学生发放互联网消费贷款时，要实质性审核和识别学生身份以及真实贷款用途。相关部门应加大对学生的保护力度。各地金融监督管理部门要在前期网贷机构校园贷整治工作的基础上，将小额贷款公司、消费金融公司等各类放贷机构纳入整治范畴，综合运用网站监测、资金监测、现场检查、数据分析等手段，进一步加强对大学生互联网消费贷款业务的监督检查和排查力度。同时，加大对非法放贷机构的排查和打击力度，涉嫌犯罪的要移送司法机关。

调研发现，过去因为校园贷引发的恶性事件，一部分是由学生盲目超前消费引起的。对此，高校应开设与金融安全相关的课程，加强大学生群体理财教育，培养金融安全意识；增强学生对网贷风险的理解和认识，提高对不良网贷的甄别抵制能力；对超前消费、过度消费和从众消费等问题，要及时发现和引导，培养学生的勤俭节约意识。

大学生要树立正确的消费观和价值观，提高网贷风险防范意识，培养理性消费习惯，科学安排生活支出，做到开源节流、量入为出，不给不良校园贷留下可乘之机。如果遭遇了不良校园贷，一定要保持理智，寻求正确的救助渠道，不要以贷养贷，更不要采取极端解决方式。可积极保留证据，保持与家长和学校的密切沟通，主动向公安、司法机关寻求帮助，借助法律手段维护自身的合法权益。

同时，要加大金融供给力度。我国助学贷款已经有20多年历史，有相当数量的大学生从中受益。大学生通过金融服务支付求学费用，不仅可以解决因贫失学的问题，而且有助于培养理财意识，锻炼独立生活能力。正规金融机构要不断创新产品，发挥应有的作用。

甄别和防范非法校园贷需要发挥多方合力，让非法金融活动远离校园，为大学校园营造一个安全有序的金融环境。

本版编辑 李苑 李和风 美编 夏祯

质量强国
中国向上

主题品牌传播展示

中国重汽：技术创新引领高质量发展

中国重汽全球战略合作伙伴大会全球市场展区

中国重汽无人驾驶电动集卡在天津港作业

中国重汽全球战略合作伙伴大会高效动力展区

2018年9月1日，山东重工战略重组中国重汽的大幕徐徐拉开。新一届中国重汽集团领导班子提出“全力打造世界一流的全系列商用车集团，力争3至5年时间成为中国第一”的战略愿景。5年来，中国重汽心无旁骛攻主业、大刀阔斧搞改革，企业换上高速档，启程再出发，驶上了高质量、高速度发展之路。

新旧动能加速转换

2020年，中国重汽在山东省济南市新旧动能转换南翼的莱芜区，开工建设中国重汽智能网联（新能源）重卡项目。这是中国重汽集团积极贯彻落实山东省新旧动能转换系列要求的重大工程，也是济南市打造黄河流域先进制造业中心的重要支撑。以完全自主开发的全系列电驱桥技术和混动系统技术等为核心，中国重汽全面布局纯电动、混合动力、氢燃料电池3大技术路线，多技术路径全面发力新能源。

5年来，为保证新能源技术快速取得突破发展，中国重汽不断加大对清洁技术的研发投入。仅2022年，清洁技术研发费用投入就达到近3亿元。豪沃纯电系列、混动系列等产品快速上市，丰富了中国重汽的产品布局，加速构建起中国重汽完整的纯电科技生态体系。中国重汽清洁能源技术专利数量也随之呈现出爆发式增长态势，在2020年19个、2021年46个的基础上，2022年，中国重汽获得清洁技术专利193个，新能源技术取得突破发展。

创新活力竞相迸发

5年来，中国重汽持续加大研发投入，为技术创新提供坚实保障，研发投入占比从2018年的2%，翻番提升至2022年的4.3%，5年研发投入126亿元，是前15年的总和。研发人员从2018年的1102人，增长至现在的3936人，增长近3倍。充足的研发投入和人力保障，为中国重汽技术创新提供了强有力的动能，科技创新结出累累硕果。

2020年1月17日，中国重汽25台无人驾驶电动集卡，在天津港成功进行整船作业，为世界自动化集装箱码头建设提供了“中国方案”，贡献出“中国智慧”。

2020年9月16日，新一代黄河重卡高端物流牵引车隆重上市，产品各项性能达到国际领先水平，0.349的风阻系数在全球量产重卡中达到较低数值；

2020年11月30日，在不断提升优化后，汕德卡月产突破1万辆，创造了中国重汽8个月产销量翻番的新纪录，中国高端重卡领跑者持续领跑行业；

2022年，全球搭载潍柴热效率52.28%柴油发动机和热效率54.16%燃气发动机的重卡产品，均在中国重汽率先诞生，中国重汽产品竞争优势大幅增强；

2023年4月，黄河X7在车货总重49吨情况下，一箱油（945.29升）以4871.18公里最远行驶距离，创造了奇迹，用车轮印证了自身的节油性能和高效运输优势。

强大科技创新能力和不断涌现的科技创新成果，为中国重汽插上了跨越发展的翅膀，让中国重汽拥有了冲刺世界一流的底气。

市场营销实现领先

5年来，中国重汽始终坚持“客户满意是我们的宗旨”的企业核心价值观，持续深化营销系统改革，奏响产品、市场、业务结构调整“三部曲”，市场响应能力、营销模式发生了巨大变化和提，运营能力得到大幅提升。

5年来，中国重汽积极响应国家“一带一路”倡议，迅速融入“国内国际双循环”发展格局，国内外业务均衡发展。中国重汽的产品在海外具有强

中国重汽不断强化
自主正向研发能力建设

中国重汽新
一代黄河重卡高
端物流牵引车

（数据来源：中国重汽集团）

·广告