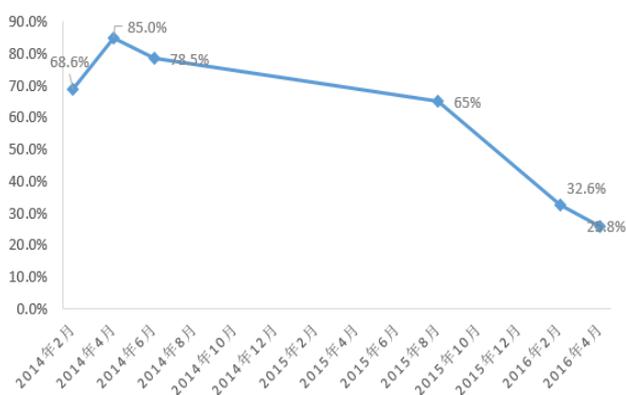


## 新能源汽车“弃号”之困

一个有趣的现象是，公众眼里的新能源车是科技行业的弄潮儿，特斯拉、分时租赁汽车、能源互联网、智能驾驶，无一不是未来感、科技感十足的高端概念；然而，很少人能想象现实中新能源汽车竟然成了车主交通出行决策时的弃儿，“摇号热上牌冷”就是横亘在新能源汽车普及率面前的一座大山。从弄潮儿到弃儿的落差，源于新能源汽车带来的用户体验和效用还远未达到用户的期待。但归根结底，这背后是新能源汽车被“揠苗助长”导致的产销能力和配套体验的严重脱节。

从2014年北京开始配置新能源车开始，新能源车一直呈现摇号人多但上牌人少的特征。特别是在2014年的4月的第二期配置中，发放了1904个指标，而最后只有286个指标变成了车牌，弃号率竟高达85%。但这样的现象在两年内随着新能源车配套设施的完善以及牌照的走俏逐渐得到缓解。2016年4月26日发放的10252个新能源车有效配置指标中，2648个指标没有在半年的有效期内转换成新能源车牌照，也就是说只有25.8%的新能源中签车主最后选择了放弃该配置指标，相比2014年时的数字已大幅降低。但比起汽油车而言这个数字还是高得惊人。

图1 北京新能源车“弃号”率变化



注：“弃号”率数据根据北京市小客车指标调控管理办公室公开数据整理。2014年8月至2015年12月北京市小客车指标调控管理办公室未公布新能源车中签过期未用数量，因此数据空缺，2015年8月数据为媒体援引采访数据。由于中签指标有6个月有效期，因此2017年数据尚未公布。

冰冻三尺非一日之寒，新能源车上牌遇冷不是某个单一因素决定的，而是新能源车的整体使用环境不友好导致本来对新能源车感兴趣且拿到了指标的潜在买家在权衡利弊以后最终放弃了。在选择“弃号”的车主中，有一部分在经过考量以后选择放弃购买新能源车，因而指标到期以后作废；但还有一部分则由于新能源车政策的不稳定而采取了“持号观望”态度，主动在指标到期之前弃号而后再次摇号“续上”，以择机选择购买新能源车。这种重复弃号又摇号的行为也在表现上加重了新能源车的弃号率。

新能源指标中签者最后宁愿放弃牌照资格也不愿购买新能源车，主要原因可以归结为充电难、用车体验不佳、政策不确定性大、价格虚高四大因素：

**一般潜在买家在新能源指标中签后的第一项工作就是考察小区停车位是否可以安装充电桩。**然而现实情况是，这第一步往往就是当头一棒。尽管国家三令五申要求物业配合业主安装充电桩，但许多物业仍以不熟悉政策或安全为由拒绝业主的申请。即便有的物业愿意协调，但涉及到工程、规划、电路等多方面的管理，往往十分费时费劲，甚至有的车主协调了六个月没有解决充电桩安装问题，却成功地把新能源车的有效期拖过期了。此外，对于新能源汽车需求最旺盛的一般工薪阶层而言，也很难有足够的经济能源负担北京昂贵的私人停车位来安装充电桩。另一方面，虽然公共充电桩正在逐渐增多，然而体验却并不友好。不同的充电桩运营商存在兼容性问题，还不说在公共充电桩充电时面临的长时间排队以及停车缴费问题。北京发改委曾在 2014 年承诺安装 1000 个充电桩，最后却成了一张空头支票。这一系列问题都使得潜在用户在打听了新能源车充电面临的问题时很容易对新能源

车的使用丧失信心。

**抛开充电问题不说，新能源车本身的质量问题也让购买者们颇为心塞。**新能源车面临的最大的技术瓶颈是电池，电池有限的续航能力导致车主的行动半径十分受限。在电池有限的续航能力下，更没有多余的能源来满足车主的其他用能需求，特别是在夏天和冬天需要开空调的时间段，开新能源车的体验变得十分煎熬。例如，为了省电，几乎所有的电动出租车都不敢开空调，即便在北京的三九天里司机师傅也只能穿厚点忍着。对于开惯了汽油车的车主而言，这确实很难接受。电池里程衰减也是一个很大的问题。此外，媒体曾经报道，在一次北汽新能源车试驾活动中，在高速上正常行驶的 E150 的车速突然毫无征兆从 80 迈降到 40 迈，十分危险。租车公司解释可能是电路过载保护造成，然而这个解释让试驾者很不以为然。这样的出行体验，让这位潜在买家决定不考虑购买新能源车。

**新能源车行业尚未完全市场化，政策的不确定性对消费者购买行为影响极大。**首先影响消费者购买决策的是新能源车推广目录，因为消费者只有购买目录中的车型才能享受到政策优惠。市场上可供挑选的新能源车型本来不算太多，而能够被收录到政府目录中的车型又更加收紧了。最让消费者难以理解的是地方政府的新能源车目录往往另起炉灶，与国家推广新能源车的目录不一致。国家的政策是一回事，而地方的说法是另一回事，这使得有的消费者因无法购买到心仪的车型从而放弃购买。再者，政策的变动频率过快。免征购置税本身是一个利好行业发展的扶持政策，但政策的突然变动让那些“响应国家号召”购买新能源车的消费者感觉“吃亏了”，在一定程度上反而抑制了后续的购买行为。政策的随时“变卦”导致大

部分消费者倾向于持号观望，而难以下定购买决心。

**价格虚高是压垮中签者的最后一根稻草。**首先，虽然新能源车有各种国家和政策补贴，然而抛掉补贴以后的新能源车价格仍旧比同档次的汽油车高。二十多万的价格差不多只能买到中等档次、续航里程和外观都一般的新能源车，然而换成汽油车，这甚至是一辆入门级的奥迪、宝马的价格了。第二，车辆价格波动性大。媒体报道，有消费者以13.5万的价格购入了北汽一款电动车，仅仅在一个月后，车企就推出了低于市场价格5.1万元、最终8.48万元成交的同款车型。而随着2017年国家补贴比2016年退坡20%，新能源车却又迎来了一波涨价潮。第三，新能源车的运营成本并非真正比汽油车低。似乎充电比加油便宜这一说法只停留在了购车宣传资料上。事实上，商业充电桩每度电两块多的价格让许多新能源车主直呼“开不起”，再加上充电时的停车费、排队和充电的时间成本在内，新能源车并未做到真正省钱。一个典型的例子就是电动出租车在北京推广遇冷，因为司机试运行以后发现收入比原来开汽油车时还下降了一大截。最后，电动车折旧成本很高。就算购买时有价格补贴，可同样用五六年之后，燃油车残值40%，新能源车只剩20%甚至更低。

新能源车不应该只靠一件光鲜的外衣

来吸引用户，真正提升新能源车的品质、降低用户的使用门槛、增强用户体验的友好性才是治根之本。对于车企而言，不应该只停留在概念层面，为用户画大饼，而应该多考虑车主在日常生活中的使用体验如何。对于政府而言，最重要的是要摆脱政策一日一变的怪现象，引导行业稳定增长，最后实现新能源车的完全市场化。而且政府要切忌只提倡“量”的增长却忽略了“质”的提升，像当前这种产销能力上去了但车辆质量和配套体验非常落后的发展方式并不利于产业的可持续发展。

值得关注的是，在刚刚结束的两会中，“清洁能源汽车”的叫法悄然取代了“新能源汽车”。这传递了新能源汽车将迎来更多元化发展的信号，就像邓小平提倡的“不管黑猫白猫，能抓老鼠就是好猫”一样，在当前大气污染严重的背景下，重点关注的应该是一款车能否达到清洁的效果，而非所使用的能源是否“新”。纯电动汽车、增程式电动汽车、燃料电池汽车、氢动力汽车、天然气汽车、甲醇汽车、乙醇汽车、太阳能汽车等都可以归为“清洁能源汽车”。在单一发展纯电动车效果有限的情况下，天然气汽车、甲醇汽车、氢燃料电池汽车等较成熟的清洁能源技术为解决城市交通污染问题提供了更多备选方案。