

LEGAL STATEMENT

The Information contained within the Service is either licensed from third party information providers or is the intellectual property of EMIS. This information –including the document to be made available to you- is therefore protected by copyright laws, database rights, trademarks and/or patents owned by the relevant party.

Except as otherwise permitted in the agreement (if any) between the Subscriber and EMIS, or as otherwise expressly approved in writing by EMIS, any reproduction, publishing, redistribution, sell, broadcast or circulation of the Information to any third party is strictly prohibited. No rights are granted to the Subscriber except the limited use rights. The Subscriber may not store in electronic form any shared library or archive of Information which could be used as a research application nor remove, conceal or alter any copyright notices contained in the Service or in this document.

第九章 新能源汽车市场分析及预测

第一节 中国新能源汽车产业发展综述

一、中国新能源汽车产业发展的重要意义

据不完全统计，通过系统地观察我国对能源的依存度就能够发现，现在原油的进口量已经达到了 57%，这是一种十分危险的表现。我国的汽车能源需要转型，否则，汽车的可持续发展将会成为一个巨大的问题。也正是因为这样，我国的汽车企业在节能方面做出了最大的努力。从 2005 年开始，我国实施了第一阶段的燃油消耗乘用车标准。目前，第二阶段的乘用车标准也正在实施，其中包括逐步实施有关商用车的标准。在节能方面，我国的汽车行业正在通过不断努力，加倍降低汽车的油耗。

解决能源紧缺问题的相关途径重点有两个方面。一方面是提高传统汽车的效率，规定汽车升级，降低能耗。这就需要利用一切节能技术，推进传统车节能。其中包括：先进的发动机等传统技术、轻量化等技术。特别需要指出的是：要大力推进和应用混合动力技术，以实现传统车节能。另外，应大力推进新能源汽车的发展，从而真正去实现整个行业的发展。我国新能源汽车也正是在此背景下，应运而生并且得以快速发展。

二、国内新能源汽车市场竞争日趋激烈

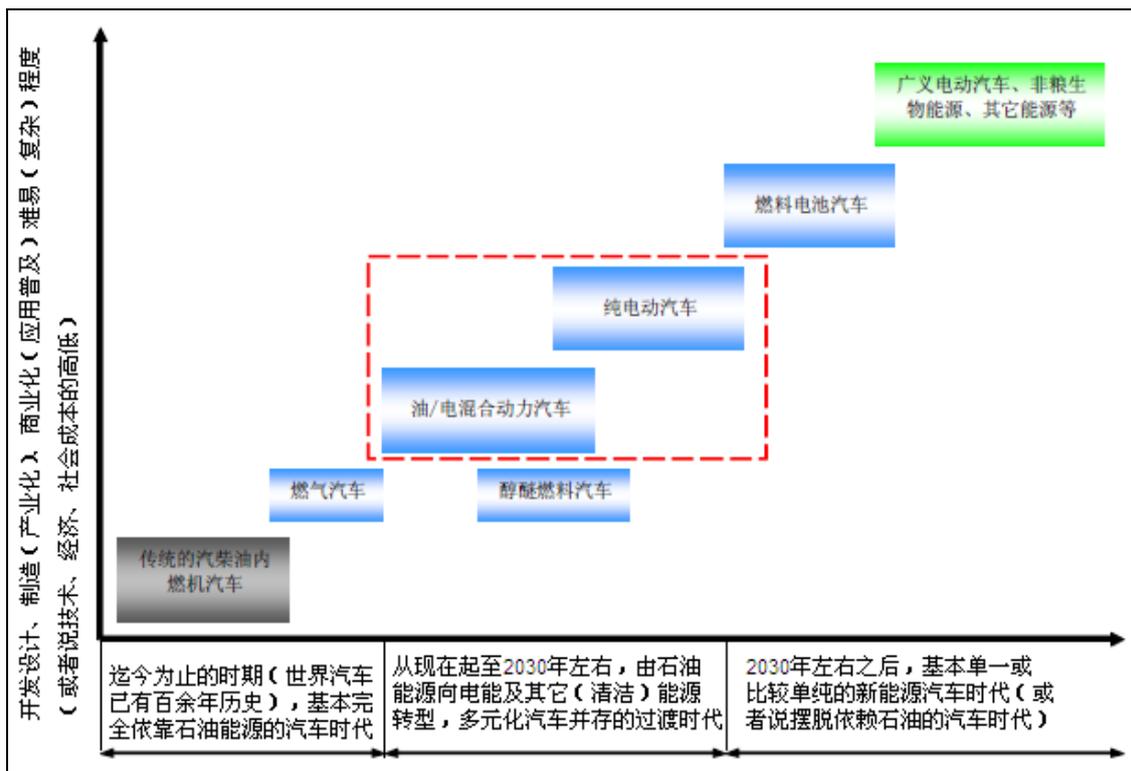
我国经过十多年的持续研发在电池、电机、电控等三大核心领域取得了明显进步，并提到随着电动汽车真正达到零排放，进入完全的市场竞争阶段，新能源汽车补贴也将在 2020 年退出。

在新能源汽车市场化的关键节点，多部委将分别采用多种形式，共推新能源汽车产业化进程。其中科技部正在抓紧制定“十三五”电动汽车科技发展战略规划。发改委表示将针对目前新能源汽车产业发展过程中包括“前置审批”在内的诸多问题进行改革。随着相关部门的合力推进，中国新能源汽车产业从此前“政策轨”切换到“市场轨”的脚步或将提速。国内新能源汽车市场竞争必将日趋激烈。

三、中国新能源汽车产业发展路径分析

以纯电驱动为新能源汽车发展和汽车工业转型的主要战略取向，当前重点推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化，推广普及非插电式混合动力汽车、节能内燃机汽车，提升我国汽车产业整体技术水平。尽管在新能源车前进道路上还很多困难，但开发替代燃料的总趋势是不可阻挡的。

图表 1 中国新能源汽车产业发展路线全景图



资料来源：中商产业研究院资料库

第二节 中国新能源汽车产业发展总况

一、中国新能源汽车行业发展现状

关于新能源汽车发展的现状，有关专家做了很多的信息梳理，各个信息容纳的不同渠道也有着不同的诠释。总体而言，各有关整车厂，尤其是我国汽车行业传统的骨干企业，在新能源汽车上的研发上付出了巨大的努力。不可否认的是，一些新兴的企业，也在新能源汽车的研发和产业化推进方面做出了很多的努力。可以说，部分有关企业在整车研发产品示范上取得了突出的成绩，同时也在零部件动力电池方面、驱动电机和电子控制等相关零部件领域取得了明显进步，初步形成了新能源发展的基础。

从 2001 年实施电动汽车重大科技专项开始，到 2012 年国务院发布节能与新能源汽车产业发展规划，确立并坚持了以纯电驱动为核心，以“三纵三横”（纯电动、插电式、燃料电池整车）、电池电极电控为关键技术的研发体系，构建了基础研究、技术标准、示范推广等支撑平台，建立了电动汽车产业技术创新联盟。经过多部门的紧密合作，成功组织、开展了十城千辆节能与新能源汽车示范推广的试点工程。近三年的政策支持，在促进技术进步、培育市场环境、探索商业模式、建设基础设施等方面发挥了重要的作用，得到了企业、地方和市场的积极响应，有力促进了我国新能源汽车商业模式、产业进步和配套体系的健康发展。

在电动汽车关键技术与核心零部件方面，经过十几年的努力，我国已经初步构建成以新能源汽车整车零部件和关键技术的创新体系，磷酸铁锂电池的成本从 2009 年至今降低了 50%，能量密度提高了一倍以上，单体电池的循环寿命也显著提高。全国动力电池的年产量可以达到 200 亿瓦时，也就是说能够满足 20 万辆汽车的配套，实现规模化应用和全球配套，促进电动汽车的技术先进。通过电动汽车共性技术的研究，在关键零部件的系统集成、匹配、车载应用、关键制造工艺、检测规范、产业配套方面取得了一批先进的技术和成果，初步建立了自主的知识产权体系。

二、中国新能源汽车产销规模分析

据中国汽车工业协会统计数据显示，2015 年新能源汽车生产 34.05 万辆，销售 33.11 万辆，同比分别增长 3.3 倍和 3.4 倍。2016 年 1-4 月，新能源汽车生产 9.44 万辆，销售 9.05 万辆，比上年同期分别增长 126.8%和 131.1%。

图表 2 2011-2016 年新能源汽车产销量统计情况

	产量（辆）	销量（辆）
2011 年	8368	8159
2012 年	12552	12791
2013 年	17533	17642
2014 年	78499	74763
2015 年	340471	331092
2016 年 1-4 月	94442	90529

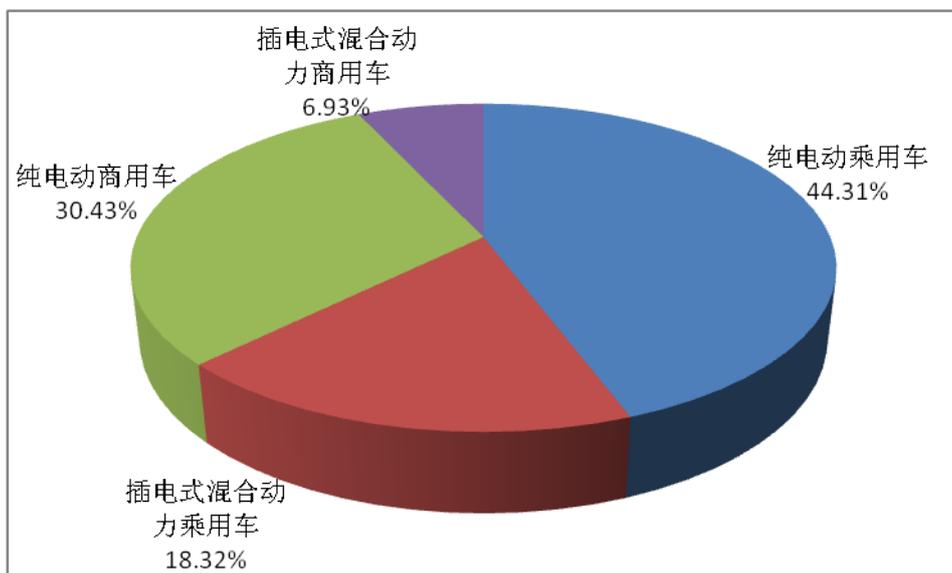
数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

三、中国各类新能源汽车销量情况

2015 年，纯电动汽车产销分别完成 25.46 万辆和 24.75 万辆，同比分别增长 4.2 倍和 4.5 倍；插电式混合动力汽车产销分别完成 8.58 万辆和 8.36 万辆，同比增长 1.9 倍和 1.8 倍。

2016 年 1-4 月，纯电动汽车产销分别完成 70552 辆和 66444 辆，比上年同期分别增长 165.3%和 171.2%；插电式混合动力汽车产销分别完成 23890 辆和 24085 辆，比上年同期分别增长 58.8%和 64.1%。

图表 3 2015 年各类别新能源汽车销量情况



数据来源：中国汽车工业协会、中商产业研究院

四、中国新能源汽车主要销售品牌

从乘用车销售的品牌来看，2015 年我国销售的新能源乘用车主要品牌有比亚迪股份有限公司的秦、E6、腾势；奇瑞汽车股份有限公司的 eQ 电动车、瑞麟 M1 等。

目前在我国市场上推广的新能源乘用车主要车型仅数十款，产品销售集中度较高。因此，未来我国新能源乘用车市场在新车型推广应用上还存在很大的发展空间。

图表 4 新能源汽车主要品牌

序号	整车生产企业	重点车型
1	比亚迪股份有限公司	秦、E6、腾势
2	奇瑞汽车股份有限公司	eQ 电动车、瑞麟 M1
3	众泰新能源汽车有限公司	众泰 E20、云 100、众泰 2008
4	康迪电动汽车集团有限公司	康迪熊猫
5	北京新能源汽车股份有限公司	北汽 E150、绅宝
6	上海汽车集团股份有限公司	荣威 E50、荣威 550
7	安徽江淮汽车股份有限公司	同悦

资料来源：全国乘用车市场信息联席会、中商产业研究院

第三节 新能源汽车发展中存在的问题

我国新能源汽车没有发展起来主要是缺乏创新思维。一个是政策创新不够；二是技术创新不够；三是市场创新不够。举个例子：当全球都在为新能源汽车产业化忧虑之际，美国以生产豪华纯电动汽车为主的特斯拉公司所生产的 Model S 豪华电动车销量远超奔驰、宝马、雷克萨斯等品牌。特斯拉在电动汽车技术上没有突破之处，很多国家都做得出来。特斯拉的仪表盘使用的是一个很大的显示屏，利用现在的移动互联的技术全部信息化处理。它的成功关键是市场的创新：定位为富人的玩具，卖的不是汽车而是概念。

另外，滞后的基础设施建设影响我国新能源汽车产业发展壮大。新能源汽车基础设施主要是指充电桩。充电桩建设需要投入大量人力、财力，目前，我国电动汽车发展和基础设施建设遭遇鸡生蛋还是蛋生鸡的选择难题。用户不够，没必要建那么多基础设施。但充电装没有建立起来，消费者又感觉充电不方便，怎么会买车。充电桩建设在具体操作方面也有困难。中国很多汽车用户没有私人车库，马路停车现象比较多，桩子往哪里放是个问题。

最后，地方保护主义被认为是影响新能源汽车市场推广的重要因素。每个城市都想用当地生产的车辆进行示范，即使是公交车辆，也都要交由本地的公交车厂生产。各示范城市在采购新能源汽车时，基本都是采取“本地优先”的原则。而地方保护主义不仅制约了优势企业做大做强，还带来严重的低水平重复建设弊端。

第四节 新能源汽车的发展对策及战略

一、新能源汽车面临的挑战 and 对策

1、新能源汽车产业化需要掌握核心技术

我国的传统汽车落后西方发达国家至少十几年，然而，新能源汽车作为一个新兴领域，国产车在这方面毫不逊色，有些技术甚至还走在发达国家前面。我国汽车工业要超越国外发达国家就一定得从新能源汽车着手。不过，目前我国新能源汽车的关键技术与发达国家相比还有很大差距，企业研发力度不够，且尚未掌握核心零部件技术。如混合动力整车的核心集成能力、动力系统优化和匹配技术还有待于进一步提高；动力系统技术平台推广工作尚需进一步磨合；电池、电机、燃料电池等零部件的可靠性和耐久性有待进一步提高，系列化和标准化设计应更加关注，基础技术研究仍是瓶颈，关键部件和材料尚需进口，等等。

2、新能源汽车产业化需要延伸到私人轿车领域

汽车产业的发展有着巨大的惯性，我国新能源汽车的发展必须经历一个长期、复杂的过程，不能一蹴而就，虽然我国汽车企业对新能源汽车发展热情高涨，但是大多数企业发展新能源汽车更多的还是在造势，吸引眼球。决心投入车用动力电池开发的企业要具有强大的资金及技术支持能力。目前，国家已在13个城市的公共交通领域试行推广新能源汽车，但并未涉及更大发展空间的私人轿车领域，因此，未来新能源汽车要大规模普及，还需要政府更大力度的政策扶持，扩大私人轿车领域。

3、新能源汽车产业化需要大量的资金投入

资金缺乏，技术攻关、示范工程、基础设施建设都需要较大投入。新能源汽车与传统汽车开发相比，研发仍处于初级阶段，要真正实现产业化，尚需大量资金投入。首先，产业化技术瓶颈仍需大量投入。尤其在基础技术研究、关键部件和材料的研发及产业化方面，需要大量资金投入。其次，在充电站的广泛建设方面，充电站、加氢站的广泛建设需要大量投入。电动汽车的基础配套设施包括充电站网络、车辆维修服务网络、多种形式的电池营销、服务网络等。建立一定数量的公用充电站并配备专用电缆及插座等是实现电动汽车产业化的关键。在一个城市内至少要建

设十几个到数十个公用充电站，才能满足市区内的出租汽车、私家车、商务车快速充电的需要。此外，停车场和区内也要设立充电设备。上述这些基础设施装备需要系统规划和巨额投资。最后，新能源汽车的产业化发展离不开大量的示范推广工作和政策、资金投入。与传统汽车比较，目前混合动力汽车成本要增加 30%-40%，纯电动汽车成本增加 40%-50%，燃料电池汽车成本要增加 100% 以上。我国新能源汽车目前商业化示范运行的范围仍然有限，在未来 3-5 年中，国家主导的大规模示范工程，还需要大量资金投入。

4、新能源汽车产业化需要科技人才的支持

人才缺乏，科技人才和管理人才存在较大缺口。新能源汽车在基础研究、关键零部件和材料研发方面，相关科技人才相当匮乏。同时，新能源汽车的车型开发能力和试验验证的技术水平与传统汽车相比，仍有很大差距，急需储备大量的专业人才。在管理人才方面，随着新能源汽车示范工作在全国十几个城市大规模展开，相关管理人才将出现较大的空缺。新能源汽车的车型开发能力和试验验证的技术水平与传统汽车相比，仍有很大差距，急需储备大量的专业技术人才。

二、新能源动力系统发展的战略选择

新能源汽车正在不断地繁荣发展。随着汽车保有量的不断增加，就混合动力的发展战略，给出以下几点建议：加快混合动力乘用车的开发及市场运用，加大混合动力客车的开发推广力度，大力推进天然气混合动力技术的开发与运用。汽车行业应有效地拓展综合混合动力的推广和中国混合动力产品的应用。

为了应对我国新能源汽车产业当前的挑战及困难，使其走上一条自主发展的道路，整个行业包括主管部门需要做好以下六个方面的工作：

一是新一轮的示范推广即将启动，国家补贴政策将持续支持。新一轮的国家支持政策在总结第一阶段推广的经验问题和不足之处的基础上，目标是激发企业技术创新和地方推动市场的积极性，促进我国新能源汽车顺利地走向成熟。二是要不断创新商业模式，以市场促发展。从目前电动汽车的成本构成和推广效果看，大型客车和小型轿车具有较高的性价比，适用于市场应用。三是加快新能源汽车充电基础设施建设，形成可持续的基础市场建设的市场运营机制。四是强化基础研究和核心技术的研发，加快产业化步伐。五是要深入加强国际合作，深化研发与示范推广的国际交流。六是要发挥行业组织作用，促进技术

创新联盟的发展。

第五节 新能源汽车的发展趋势分析

从十三五开始，中国新能源汽车产业将由起步阶段进入加速阶段。在这个阶段中，将大致呈现以下发展趋势。

一、政府主导让位于市场主导

通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，把新能源汽车推广列入国家的重要计划之中，要求提高电动汽车产业化水平。这表明在十三五期间，新能源汽车发展在整个国民经济和社会发展中将处在十分重要的地位，明确了新能源汽车在国民经济和社会发展中的战略定位。

为实现这一重要战略定位，政府鲜明提出了市场主导、创新驱动、重点突破、协调发展的工作方针。这个工作方针的关键变化是由政府主导变成市场主导，新能源汽车的发展要在市场主导下实施创新驱动、重点突破，达到协调发展的目标。在中国新能源汽车准备和起步阶段都是由政府主导的，到了十三五要转变成市场主导，这将给新能源汽车产业带来重大的、多方面的、根本性的变革。十三五期间新能源汽车的快速成长，主要依靠的力量将逐渐变为市场，而不是政府。如果在快速成长阶段仍然由政府行政力量占主导，而不是市场力量占主导，新能源汽车产业就不会成为在国民经济发展中起到战略支撑作用的新兴支柱产业。

十三五的新能源汽车发展仍然以电动汽车为核心，向纯电驱动技术转型，开发电动汽车动力系统技术平台，超前研发下一代技术，完成电动汽车产业链，支撑电动汽车产业化发展。

当然，在顶层设计上也存在争论。最典型的莫过于新能源汽车产业需不需要让那些对产业发展抱有热情，具有自身发展能力和资源的企业进入，也就是说在准入标准、准入门槛上能不能有大的突破。目前，国家发改委已制定了相关政策，这是一个富有改革精神、有众多亮点的政策，其主要特点就是不问出身，只问技术和实力。它改变了过去那种僵化、保守的审批准入的思维模式，不过其中也有一些虽然细微但却重要的认识分歧。例如大家都同意应该放鲶鱼进来才能使新能源汽车这池水更加活跃，但到底应该放多少进来，应该具备什么样的起点，却众说纷纭。

事实上，在中国汽车产业发展的过程中，始终存在着允许谁和不允许谁进入汽车产业的争论。因为行业里不希望没有理想、没有追求、没有技术实力和经济实力的企业进入新能源汽车产业，这是正确的。但如何确认谁是这类企业，谁在浑水摸鱼，是由政府审批还是由市场竞争的选择来确认，这是两个截然不同的思路。实践证明，用市场竞争这把公平的尺子去衡量企业往往比政府审批准确度更高。在中国传统汽车领域，以往被政府认为无所作为的汽车企业，而今已成为骨干企业。比如长城汽车，从一个乡镇企业起步，从改装车学起，从大企业看不上眼的皮卡车入手，如今已成为中国 SUV 市场的领导者，成为被世界汽车界关注的一匹黑马，成为中国汽车自主品牌的旗帜性企业。在新能源汽车发展上，不能再犯过去的错误，不能再用传统的思维来看待今天的市场主体，而应该用新思维、新思路，由政府主导转变为市场主导，让市场成为资源配置的决定力量。

二、新能源汽车技术将发生重大突破

十二五期间，中国新能源汽车在三纵三横布局的指导下，得到了迅速发展。预计十三五期间，中国新能源汽车在技术上将会发生重大突破。

使新能源汽车技术发生重大突破的外力是，十三五期间，《中国制造 2025》强调了自主技术、自主品牌的占有率。自主品牌新能源汽车能否在未来十年中担当起中国汽车市场主力军的重任，关键是在技术上能否有所突破。在十三五期间，自主品牌新能源汽车企业在动力电池方面会更积极主动地采用新材料、新技术，解决电动汽车续航里程问题，更能够抓住石墨烯等先进领先技术带来的技术创新机遇。与过去相比，中国的自主品牌新能源汽车企业对新技术的学习应用和产业化能力，已经产生了本质性的飞跃。无论是在战略敏感性上，还是在确定战略的胆识眼光上；无论是在技术创新的体系能力上，还是在技术工程转化产品、开拓市场的操控水平上，都达到了实现技术创新突破的高度。

特别需要加以强调的是，在目前互联网+的浪潮下，中国新能源汽车企业对于智能化、网络化的认识达到了相当的高度，行动达到了相当的自觉，并且积累了一些经验和做法，在某些技术上也做了大量准备，能够在新能源汽车产业化加速发展阶段，使互联网、大数据等数字技术与新能源汽车融合在一起，有望率先在电动汽车领域实现智能网联汽车的重大突破。

不同企业也有不同的认识、不同的选择。有的主张新能源汽车发展要高起点、高标准，以先进技术为第一标准；也有企业认为，做新能源汽车不能惟技

术论，还要考虑成本、市场需求、消费者接受程度等因素；还有企业家提出电动汽车要走平民化路线，让老百姓买得起、使用方便、开得便宜，不必追求大型化或跑车化。在以市场为主导的新战略导向下，如果只关注高大上，不关注接地气的产品，新能源汽车产业将失去快速发展的机遇。

技术路线之争虽然是一个技术问题，但当产业进入到快速成长阶段，它也是市场路线的选择之争、商业模式之争。如果先进技术成本过高，让用户难以负担，那再好的技术也不能形成竞争力强的产品。新能源汽车的属性是竞争性产品，不是公益性产品，它要通过市场竞争来实现节能环保的社会公益性，最终的选择权不在企业，也不在专家学者，更不在政府，而在用户能不能买得起、使用方便、开得便宜。如果这三个层面的问题解决了，新能源汽车产业就能够真正成为国民经济的新兴战略支柱产业。

总之，十三五期间在巨大的市场推动下，电动汽车在底盘电动化、车身轻量化、智能化、车网融合等方面都会取得突破性进步。一定程度上，新能源汽车产业的技术创新能力将决定中国汽车产业由大变强的战略目标能否实现。

三、企业竞争格局在变化中稳定

1、骨干企业逐渐形成，并且以自主品牌为主。

十二五期间，中国新能源汽车企业成长迅速。比如比亚迪汽车。2015年销量同比增长 208.13%至 5.8 万辆，新能源汽车销量居全球第一。此外，在企业的战略布局上比亚迪也深谋远虑，明确了 7 加 4 战略。在新能源汽车技术上，无论是动力电池的研发制造，还是汽车电子智能化，比亚迪均有所建树。同时，它还是实施对外合作战略的典范，与德国戴姆勒公司建立的合资公司创新开发制造的腾势电动汽车，代表了当前电动汽车产品的一流水平。

再比如北汽新能源。北汽新能源 2015 年实现销量 20129 万辆，同比增长了 369%。北汽新能源把战略着力点放在纯电动汽车上，是目前纯电动汽车研发、生产和市场占有率都处在前列的汽车公司。再比如江淮汽车。由于采取了独特的新能源汽车发展思路，把为老百姓造买得起的新能源车作为战略目标，2015 年销售纯电动轿车 10521 辆。虽然江淮汽车地处经济发展和财政实力在全国不具明显优势的安徽省合肥市，却在全国市场取得了骄人业绩。

从综合实力看，这三家企业是中国新能源汽车当之无愧的骨干企业。目前，

后面追赶者众多，有的还具有相当的技术实力、经济实力、开拓创新实力。十三五期间，这三家企业一定会发展得更快、更好、更强，成为中国新能源汽车产业的中坚力量、带动力量，也会在世界新能源汽车格局中占有重要地位。同时，也涌现出更多、更强的新的骨干企业。

比如长安汽车。作为目前中国自主品牌的领导者，2015年3月长安汽车发布了新能源汽车战略，准备到2025年投入180亿元，推出34款新能源汽车产品，到2020年新能源汽车累计销量达到40万辆，2025年累计销量突破200万辆。除了销量目标，他们还提出到2025年实现新能源汽车五一八的性能目标。

再比如上汽集团。2015年上汽集团的新能源汽车销量达到13127辆。他们计划到2020年在新能源汽车上的投入达到200亿元，并实现产销60万辆，其中自主品牌为20万辆的目标。未来，上汽集团自主板块和旗下的两家合资公司都将在新能源汽车领域发力。

2、产生一批具有新特质的新企业。

新能源汽车已经成为新技术革命和产业革命中的焦点行业，许多有眼光、有实力、有理想的企业家都聚焦在新能源汽车上，特别是一些互联网企业，更是对新能源汽车充满希望、充满信心、充满激情，几乎一流的互联网公司都决心进入新能源汽车行业。十三五将是这些企业大显身手的时期。

3、跨国公司在新能源汽车上将发力。

新能源汽车产业是全球汽车产业共同努力打造的新兴产业。在前一个阶段，跨国公司在市场上对于新能源汽车说得多做少。过去，跨国公司在市场上没有表现出新能源汽车方面的优势，但这并不代表他们没有实力，恰恰相反，他们在新能源汽车方面做了大量卓有成效的技术研发、产品创新工作。当中国新能源汽车市场启动后，跨国公司表现出了空前高涨的热情，加大了推出新能源汽车的力度，迅速显现出进入新能源汽车市场的能力。十三五期间，这种态势将进一步加强。

比如丰田汽车已经出手，在混合动力产品的市场投放上力度空前，它对中国新能源汽车市场和产业产生的影响不容忽视。而排气门事件的发酵对大众集团发展新能源汽车产业将是一个正向推动力量，有消息称，大众汽车已把产品战略重点放在电动汽车上。

4、低速电动汽车企业中将涌现出有竞争力的企业。

一些中小型企业从低端新能源汽车切入，以顽强的拼搏精神、超常的市场开发能力、紧贴消费者的草根精神，逐步提高产品品质和技术，勇敢而坚决地进入新能源汽车产业的竞争中。

不能忽视目前数量众多的中小型新能源汽车企业，虽然它们是生产低端产品的中小型企业，技术底子薄、产品品质较低、经济实力不强，但却十分接地气，了解低端消费者的需求，对中国三四级市场和农村市场有超强的认知、开发和拓展能力。不能以精神代替技术，但有了精神也会学到技术、掌握技术，如果只有技术而没有积极进取、奋力拼搏、开发创业的精神，那么技术就成为无用的摆设，对新能源汽车产业起不了任何作用。

汽车行业的大企业，在不同程度上都存在着有技术没产品，有产品不贴近市场、不贴近用户的问题，而这些中小型企业恰恰相反。虽然它们掌握的技术不多，也不先进，但心中装着用户、眼睛盯着市场，不断学习、创新、开发，在市场中摸爬滚打，在与用户的交往中学习锻炼，在与高端企业合作中练本领。已经看到了一批这样的企业正在成长，未来五年，它们的崛起只是时间问题。

四、中国将成为世界上最大的新能源汽车市场

十三五期间，中国将成为世界最大的新能源汽车市场，成为世界新能源汽车的核心主战场。有数据显示，2015年中国新能源汽车总销量为33.11万辆，已超过美国成为世界最大的新能源汽车市场。而且，中国新能源汽车市场不但规模最大，产品品种也最多。经过十二五启动阶段的发展，中国已具备了全球最大新能源汽车市场的能量。

十三五期间，中国新能源汽车市场将成为竞争的红海。当然，它不同于传统汽车的红海，而是相对的红海。中国的新能源汽车市场不仅是个人消费主导的市场，更是一个多元化市场，其增长重点不局限于私人消费，在城市物流车、城市出租车及租赁领域，市场前景更加广阔。

电子商务有力地拉动了城市物流，目前新能源汽车企业为城市物流市场开发推出了微型电动车、电动物流车。如果中国农村电子商务市场这块肥沃的土地被开发出来，将为新能源汽车进军物流产业提供新的战略市场。

在城市出租车领域，多家出租汽车公司已将纯电动汽车作为运营车辆。如果今后中国的城市出租车行业能够把新能源汽车作为选择重点，将为新能源汽车发展注入强大的市场拉动力。

在城市租赁用车领域，各种新能源汽车租赁公司如雨后春笋般涌现，尤其是分时租赁公司。大力发展新能源汽车租赁公司是实现城市交通便捷化、清洁化的必然选择，如果这些租赁公司能够发展分时租赁，将使汽车分享这个新兴产业发展起来。

中国或将成为世界最大的新能源汽车市场，还因为中国在前一个阶段实行的城市推广计划，摸索出了城市新能源汽车的发展路径。其中北京、上海、深圳等城市的新能源汽车推广相对较好。在这些推广城市中，北京市对于国产新能源汽车的支持力度最大。截至 2015 年年底，累计推广新能源汽车达 3.59 万辆，充电桩累计建成 2.1 万个，成为国内最大的纯电动汽车市场。未来，北京市将成为全世界新能源汽车推广力度最大、保有量和运行领先的城市。上海市也取得了良好的推广效果，截止到 2016 年 1 月，推广总量为 3.43 万辆，占全国总量的 15%。其中，外省市品牌新能源汽车推广 2.46 万辆，占总量的 71%，这与上海市在新能源汽车推广上具有大局观，开放度较好有关。

第六节 新能源汽车市场发展前景

我国新能源汽车产业化将分三步走，第一步 2008-2010 年，在大城市公共服务领域开展示范运行，这是产业化前期。第二步是 2011-2015 年（“十二五”）开始进入产业化阶段，在全社会推广新能源城市客车、混合动力轿车、小型电动车。第三步是 2016-2020 年（“十三五”），进一步普及新能源汽车、多能源混合动力车，插电式电动轿车，氢燃料电池轿车将逐步进入普通家庭。“十二五”期间，中国新能源汽车产业完成了产业化起步阶段的任务，从“十三五”开始，中国新能源汽车产业将由起步阶段进入加速阶段。

未来 10 年我国的汽车保有量会持续增加，然而能源和环境的作用又限制了我国传统燃油汽车的保有量。为了缓和消费者对汽车的需求和响应国家节能环保政策的要求，就必须增加新能源汽车的保有量，才能达到消费者与生产商对汽车需求与生产的平衡。因此，就新能源汽车保有量而言，未来我国新能源汽车发展的前景巨大。当前我国汽车的普及率还比较低，有利于向新能源汽车转换，新能源汽车的后发优势明显。