

新能源车发展正当时

盼政府救市的车企终于看到一线曙光。近日，国家财政部经建司司长王保安表示，财政部将给予购买新能源车的消费者财政补贴，并通过税收政策从生产和使用环节支持新能源车发展。预计到2012年，财政部将为此累计投入200亿元。

王保安透露，初期补贴对象锁定大中城市的公交、出租、公务、邮政等，条件成熟后再将补贴范围扩大到所有消费者。另外，财政部目前正在研究通过所得税减免、进口税收优惠等方式，支持企业加大对新能源汽车的投入和研发力度。

财政部此前曾表态要对新能源车进行消费引导，此次是首次明确引导的方式、对象、投资额和时间，对于新能源车的发展无疑是重大利好。

结合当前的经济形势来看，这一政策表态还有更深层的意义。目前，经济增长下滑风险增大，车市在低迷中徘徊，财政部的举措不但可以推动新能源车的发展，还给车企注入了发展动力和信心，可以将之看作是救车市的措施之一。

或许部分业内人士更希望看到中央政府直接救市，但应该看到，毕竟中国车企刚刚度过一个相当长的黄金发展期，现在销量虽然下滑，但还没有出现大量企业倒闭等衰败现象，发展仍算基本健康。在这种情况下，中央政府更希望推动企业技术升级。今后20年左右正是新能源汽车产业格局形成的关键时期，如果中国在新能源车上迎头赶上，拉近同发达国家的距离，就可以在未来全球车业竞争中占据有利地位，否则会有沦为技术含量低的加工厂的危险。

事实上，即使在技术领先，新能源车发展较早的欧美国家，政府也普遍采取类似做法，直接补贴车企或者消费者的方式反而并不多见。近日，欧盟拟批准400亿欧元的贷款计划，以支持欧洲汽车厂商加大新能源车的投资。美国国会在讨论针对汽车业的250亿美元低息贷款项目时，也倾向于让“三大”将救助款专门用于研发节能环保车型。

对于中国车企来说，新政策是一个难得的机遇。此前车企一直头痛的问题就是，

明明知道新能源车的推广非常关键，但孤掌难鸣，单靠企业自身力量有限。在缺乏消费政策鼓励的时候，消费者购买新能源车动力不足，需求有限，无论企业在供给端怎样下功夫，都应者寥寥。现在政府从消费端给予财政补贴，无疑将拉动新能源车的需求。

另外，新能源车研发是一个“烧钱”的事情。在现在的车市低速期，企业为自身生存发展着想，不免持有现金为王的观念，如果政府不出台新能源车的具体支持政策，恐怕不少企业无力支撑巨大的投入，可能会暂停新能源车的研发。有了政策支持之后，企业可能加大新能源车的投入力度，而新能源车也有可能成为车市低速期的最大亮点。

需要提醒的是，政府对混合动力轿车的支持力度应加强。由于混合动力客车在城市公交等领域应用较多，主要是集团客户购买，实施补贴的操作难度小，而且有示范效应，所以混合动力客车先得到补贴，这一点可以理解。不过，客车的销量

以和轿车相比，要想真正达到节能减排效果，近几年内还是要靠混合动力轿车的推广，而且研制混合动力轿车的企业也比较多，政府给予税收优惠的惠及面会更大一些，对企业的新能源车研发激励作用更强。

另外，政府应尽快出台后续的实施细则。目前重庆已经成为首个推广新能源车的示范城市，财政部拟联合当地政府共同补贴5000万元，主要用于新能源车的售后维护。相信其他城市的示范推广工作也将逐步展开。不过，公众可能更关心何时将补贴范围扩大到所有消费者，企业也更关心何时能享受相关的税收优惠。对此，有关部门应尽快给予回应，并且出台实施细则，加强公众和企业对新能源车的信心。

无论是政府、专家，还是企业，都希望新能源车能够成为中国汽车挤入世界先进行列的突破口。如果新能源车能够如大家所愿，在车市低潮期得到研发和推广的突破，将会为中国汽车业下一轮高速增长打下坚实健康的基础。

燃油税开征 将为小排量车带来哪些变革？

12月5日，国家发展改革委等部门联合拟定的成品油价税费改革方案（征求意见稿），公开向全社会征求意见。在国际原油价格和国内CPI指数急速回落的背景下，从1994年起便“呼声不断”的燃油税即将正式出台。

按照这一方案，从明年1月1日起，将取消公路养路费等收费项目，并逐步取消已审批的政府还贷二级公路收费。同时增加成品油消费税单位税额，汽油消费税单位税额由原来的每升0.2元提高到1元，柴油消费税单位税额则由每升0.1元提高到0.8元。

燃油税改革将为小排量车型带来怎样的变革？记者采访了有关汽车厂家和专家学者，共同就此问题进行探讨。

“1.3L-1.6L”将成为新黄金排量

在欧洲能占到六成市场份额的小排量车型，在中国却遭到了冷遇。在记者进行的随机采访中，未选择小排量汽车的消费者大都出于两个原因：于情，小排量车外形大都小巧，并不符合国人对汽车的“面子”

理论；于理，小排量车动力明显弱于1.8L以上的大排量，即使同1.6L排量相比也有很大差距。但1.3L以下小排量车的价位却与1.6L排量车型所差不多，因此同等条件下，自然1.6L排量更为“得宠”。

江西昌河汽车股份有限公司是小排量汽车重点生产企业，公司董事长李耀6日对记者说，据粗略估算，小排量车百公里油耗能比中级车至少省3升油，一辆小排量车一年可节油360—480升。发展小排量汽车不仅能够节能减排、减少能源紧缺和环境污染压力，同时由于小排量车外形尺寸小、占地空间少，有利于交通疏导。鼓励发展小排量汽车，无论对汽车工业，还是对国家的整个经济安全，都具有十分重大的现实意义。

与此同时，李耀的观点也得到了进一步延展。中华骏捷FRV作为今年推出的全新车型，尽管遭遇了车市整体环境低迷的不利环境，但它的销量却呈现出逆势增长的势头。“中华骏捷FRV共有1.3L、1.6L两个排量的车型，它们均配备了三菱4G系列发动机，以及经过适时调校的底盘，实现了小排量、高动力。与此同时，该车在

生产过程中借鉴了宝马品质管理模式，使得整车安全品质得到有效保障，还享有自主品牌“第一后碰”的美誉。因此，该车上市以来，月均销量始终保持在4000辆左右，目前总销量已经突破2万辆。”

一项调查表明，出台燃油税，将有40%的消费者转而购买小排量汽车。奇瑞汽车股份有限公司总经理助理、新闻发言人金弋波也预测，随着燃油税的开征，国内小排量汽车发展将迎来真正的春天。

1.0L以下车型前景仍未明朗

在传统的汽车市场，1.3L以下排量才被称之为小排量车型。然而在《广州日报》进行的一项驾车预算中，却没能显示出传统小排量车型在燃油税下的明显优势。

按照该媒体的计算（以广州93号油价为参考）可以看出，按照现行油价计算，对于大部分车主来说，燃油税率越高，所需支付的燃油部分的养车成本比重将更高；对于不同车型来说，排量越高，费改税之后所需要支出的费用也越多；对于相同车型来说，每年行驶里程数越多，费改税之后所

需要支出的费用也越多。即使在燃油税开征后，93号汽油价格回落至今年年初的每升5.36元，对于一辆一年行驶10005公里、油耗在5.0L每百公里左右的1.0L的小排量车来说，在费改税之后，还是需要多支付200多元油钱。

“既然这样，税改还有什么实际意义？”消费者王蒙先生对此道出了他的疑惑。

对此，某不愿透露姓名的行业人士表示：“燃油税的推出，旨在推进小排量车型的发展，进而促进国家节能减排的步伐。但在目前的乘用车市场，1.3L-1.6L排量车型仍属于主流，1.0L以下排量尚未能得到消费者的认可。之所以造成这一现象，一方面由于1.3L-1.6L排量车型经过多年的发展，技术日臻成熟，品质也得到较大提升；而1.0L排量以下的微型车，由于始终处在市场较边缘，因此未能得到大家的充分重视。”

该人士还表示，燃油税的出台必将很大程度上刺激小排量车型的发展。而小排量车型自身也必须不断努力，多在品质上下功夫，否则能否得到市场认可，依然尚未可知。

美国三大汽车巨头遭遇困境 对国内车市影响有限

■时代

上周末，美国白宫和国会民主党领袖原则达成挽救汽车业的协议，下周交付国会表决。命悬一线的美国通用、福特和克莱斯勒三大汽车巨头，似乎可以松一口气了。

近年来，美国三大汽车巨头通用、福特、克莱斯勒在北美地区销量下滑，持续亏损，陷入财务危机。次贷危机、金融海啸，更是雪上加霜。昔日风华无限的美国三大汽车巨头，甚至到了破产的边缘，要求政府予以救助。

通用、福特和克莱斯勒在华合资企业和进口汽车，每年在中国销量超过百万辆，美国三大汽车巨头陷入困境，对其实业和国内车市会带来什么影响呢？

中国汽车技术研究中心情报所总工程师黄永和7日对记者说，美国三大汽车巨头都把中国视为全球最重要的新兴市场，中国业务是独立运行的。通用和福特在中国的合资企业都是赚钱的，资金也比较充裕，总部出现财务危机对中国业务影响并不大。

三巨头在华都有投资

中国是全球发展最快的新兴汽车市场，已经成为世界第二大新车市场。美国三大汽车巨头都瞄准了中国这个大市场。克莱斯勒早在上世纪80年代，就和北京吉普合资，生产切诺基吉普车。通用汽车1997年进入中国，与上汽各出资50%组建了上海通用汽车公司。

2002年通用汽车和上汽共同投资柳州汽车，组建了上汽通用五菱，生产小排量轿车和交叉性乘用车。2007年，上海通用和上汽通用五菱销量达到103万辆，占通用全球销量的11%。

福特进入中国汽车领域比较早，进入轿车领域则比较晚。目前，福特在中国有两家合资企业，分别是占股25%的长安福特和占股30%的江铃汽车股份有限公司。2007年这两家企业销量为21.6万辆，仅占福特全球销量的3%强。

克莱斯勒从原先的合资企业退出，正在寻找新的合作伙伴。目前在中国的业务主要是用技术合作方式，组装汽车在中国销售，还有一些原装进口车。2007年的销量只有1万多辆。

三巨头中国业务独立运行

通用汽车中国总经理甘文维表

独揽三大实力奖项 狮跑闪耀广州车展



委和消费者们留下了深刻的印象。时尚的外观、丰富的配置、节能环保的CVVT发动机，狮跑以全方位的竞争优势，成功征服评委组，分别荣膺“年度最佳SUV”及“2009年度SUV”。

同时，狮跑所获另一殊荣——“第二届中国汽车新营销大奖”的“激情营销奖”，其含金量也不容小觑。该评选由华夏时报主办，旨在总结表彰2008年中国汽车企业的创新营销方式，为今后汽车创新营销提出全方位、多角度的探索和思考。在所有候选品牌中，东风悦达起亚狮跑的诸多创意营销方式得到评委和消费者的一致青睐。面对越来越个性化的汽车消费需求，狮跑在营销过程中大胆探索、另辟蹊径，充分挖掘出狮跑激情拓界的品质与内涵，以切合时下消费者的价值诉求。从“狮跑杯足球赛”，到“2008狮跑拓界之旅”，再到“狮跑全国激情巡展”，狮跑不仅与消费者深度互动，让他们在亲身参与中体验到其激情和活力的品牌精髓，同时更强化了狮跑消费人群激情、运动、敢挑战、有冲劲、乐于协作的形象，让他们享受到了快意的汽车生活，激发出消费者的拓界共鸣。

截至目前，狮跑已经获得了近四十项媒体大奖，各种纷至沓来的奖项荣誉不仅是专业媒体对狮跑卓越整车品质的肯定，更是消费者对狮跑的认同。据悉，狮跑仅上市一周年，销量高达3万台，市场占有率达到7%，成为SUV市场发展最强劲的新生力量。东风悦达起亚将继续紧跟市场脉搏，创新营销模式，满足广大消费者的的不同诉求，再创销售佳绩！

精准的创意营销得到媒体与消费者的致肯定。“中国年度汽车总评榜”作为中国最有影响力的车市排行榜，是国内最权威汽车价值评价体系，被誉为“公信力量，权威声音”，而《汽车杂志》主办的“年度车型评选”更是以中国汽车传媒客观、公正的评判不仅受到国内外汽车厂商的高度重视，更成为消费者的汽车消费向导。在数月的评选过程中，狮跑凭借超强的整车实力给评

据了解，狮跑在诞生之初，凭借动感时尚的外观、卓越的整车性能以及独特的“拓界”理念，狮跑同时荣膺《汽车杂志》“年度车型”的“2009年度SUV”，以及“2008中国年度汽车总评榜广州分榜”的“年度最佳SUV”两项大奖，优异品质再受肯定。此外，狮跑还成功当选由华夏时报评选出的“第二届中国汽车新营销大奖——激情营销奖”，

一汽-大众新宝来海南上市

本报海口12月9日讯

7日晚，海南世博汽车服务有限公司

的销售大厅里张灯结彩，应邀而来的宾客脸上挂满笑容。在这个充满喜庆的时刻，一汽-大众在这里举行了新宝来海南上市仪式。至此，海南车市又多了一款极具竞争力的新家轿。

据了解，在诞生之前，新宝来跑遍了4大洲7个国家350万公里的同道路，在大众严格的防腐、暴晒、冰雪、风沙等全球标准测试中，体现出世界级的高造车水平。外形设计中融入了中国舞狮元素，友善的气息，从家族传统的笑脸格栅开始散发。凝练的线条遵循大众顶级车款辉腾的设计原则，从前舱盖起，横贯车身，在车侧划出上扬的凌厉弧线，车身肌理感呼之欲出，符合空气动力学的尾部线条，既是绝佳的收尾之笔，也有效降低阻力。前倾后高的大气造型和亮眼夺目的镀铬装饰条，让新宝来犹如一只蓄势待发威武非凡的年轻雄狮一般，俯卧在您面前。

新宝来继承大众汽车宝来系的品质，更以新生代车款的姿态，多角度充分展示大气修长的靓丽外形，体现德国大众的精湛工艺和现代化创新设计，而出色的操控性能则证明，新宝来秉承着优秀的德国大众品质基因和前沿驾驭科技。

这个全新的杰作，正是为人生的美好未来而生。而面对中国



厦门金龙联合汽车工业有限公司

400-886-6700

海南省市场部

电话：13907592250 地址：13698955022

华泰 圣达菲

T价值 心飞跃

传递圣达菲家族迷恋气度，将奢华尊享与简雅格调浑然相融。
步入座舱，即能感受萦绕身心的怡然笑意。
纵然驰骋，时时尽享直入灵魂的澎湃力量。
华泰圣达菲，跃1.8T，以时代之感，畅心跃动。

华泰 圣达菲

标准型：12.68万 豪华型：13.48万

华泰汽车

ABS+EBD

华泰汽车现面向全国诚招区域经销商和售后服务商 咨询电话：010-64978666-227刘小姐

华泰汽车海南特许经销商 海南韩现汽车贸易有限公司 0898-66824116/66833879