

告別 13 年新能源「補貼時代」，中國電動車崛起的雄心與未來挑戰

資料蒐集： udn

在一年之前，中國官方就發布文件預告了 2022 年 12 月 31 日終止電動車購置補貼政策。現在，這項長達 13 年的新能源補貼計劃已退出歷史舞台。

從結果看，這項計劃無疑是成功的，中國從 2015 年開始成為全球最大電動車產地和市場，不少崛起的電動車企業，在進軍國際化市場時，野心勃勃。

但補貼也伴隨著爭議，比如美國等西方國家對補貼行為的反對，造成貿易爭端；再比如，2016 年多家車企陷入「騙補」風波。

往前看，逐步告別「補貼時代」，意味著這個行業將從政策驅動，切換為市場驅動，中國的新型車企們如何應對這種改變？美國對華施加的晶片禁令，是否會再一次「卡住脖子」？中國推動的「製造業轉型升級」，是否會隨著電動車的崛起而實現？

補貼與爆發

中國幾乎在電動車興起之初就提出包括補貼在內的扶持政策。

2008 年 10 月，伊隆·馬斯克 (Elon Musk) 成為特斯拉的 CEO，同年，特斯拉推出其第一輛車 Roadster。

而 2009 年中國政府就決定要扶持這個行業，並從 2010 年開始提供購車補貼。當時，這個行業還很稚嫩——從 2008 年到 2012 年，特斯拉的第一輛車 Roadster 一共賣出 2250 輛，這已是行業明星。中國品牌的電動車在 2011 年則賣出 8159 量。

但中國政府不僅直接補貼電動車生產商，還減免購置稅，在北京、上海這類對汽車限購、限行的城市，電動車都成了例外，加大了中國企業投入的熱情。

在這些政策刺激下，中國電動車的生產和銷售的增長都遠遠領先全球其他地區，在 2015 年銷量達到 33 萬輛，成為全球最大的電動車市場，並保持至今。

但 2016 年，新能源行業爆出「騙補」醜聞，此時中國已在電動車行業補貼超過 330 億元，在中國官方對 72 家企業的檢查中發現，騙取財政補貼的金額達到 92.7 億元。

經歷這場風波後，2017 年起，財政補貼逐年減少，2019 年 6 月政府補貼再度大比例縮減，整體退坡幅度約為 80%。此後一年，到 2020 年 6 月，再疊加疫情，電

動車市場遭遇一年低迷期。2020 年上半年，中國電動車銷售 39.3 萬輛，同比下降 37.4%。

此後，行業進入新階段，2021 年，電動車銷量躍升到 300 萬輛以上，超過此前三年的總和，同比增長達到 181%，全行業迎來倍數增長拐點。

在此基礎上，2022 年繼續飛速上漲，前 11 個月，銷量超過 606.7 萬輛，漲幅超過 100%，市佔率達 24.96%。這一數據已經超過官方發布的《新能源汽車產業發展規劃（2021-2035 年）》中「2025 年新能源汽車市場銷售總量達到汽車新車銷售總量的 20%」的目標。

短期波動與長期看好

之前每次補貼減少，都會發生短期的銷量紊亂，消費者會趕在補貼結束前，集中消費，透支未來幾個月的銷量；其次，結束補貼後，一些車企提價也在考驗銷量的持續增長。

經濟學人智庫（EIU）產業分析師尼西塔·阿加瓦爾（Nishita Aggarwal）向《BBC 中文》表示，中國政府通過補貼支持電動車行業已超過十年。隨著補貼的結束，預計中國汽車行業將變得更加自給自足和具有競爭力，尤其是在中國經濟增長被壓抑的情況下。電動車也將逐漸從政策驅動向市場驅動轉型。

不過，購置補貼退出後，電動車其實還有政策扶持。阿加瓦爾進一步表示，比如將對電動車的稅收減免延長至 2023 年底，以及在提供停車位、牌照、限行方面提供傾斜政策，再加上預計各地方政府會推出自己的補貼措施。

長期來看，電動車將在中國經濟中發揮越來越重要的作用。

「相比傳統燃油車，電動汽車用電機取代了內燃機和變速箱，因此零部件更少，勞動密集型程度也更弱，但它對經濟增長仍然至關重要。」經濟學人智庫（EIU）分析師阿魯希·科泰查（Arushi Kotecha）表示，電動車是一個經濟體中高附加值的部分，因為它不僅包括鋰離子電池的和半導體領域的最新技術，還包括車輛輔助駕駛零部件行業（比如雷射光雷達）。

從地緣戰略角度，發展電動車也有其特殊意義。中國電動車巨頭比亞迪（BYD）總裁王傳福提到，中國 70% 石油依靠進口，其中 70% 要經過馬六甲海峽，70% 石油用在了汽車行業。「這三個『70%』會死死卡住我們的脖子，很容易被人切斷，而一個解決方案就是發展新能源，減少對石油的依賴。」

在上世紀 70 年代的石油危機中，歐美車企的大排量汽車變得不划算，日本車企開始力推小排量經濟型汽車搶佔市場，並成功躋身全球主要汽車製造商。

而在這一輪能源轉型中，汽車行業巨變，傳統巨頭的優勢被重估，中國則希望從德美日的跟隨者，實現彎道超車，變為領跑者。

因此，相比歐美日韓的老牌車企，中國車企的轉型決心和投入都要大得多，特別是在動力電池和智慧化程度上更是走在前列。

國際化的野心與挑戰

「補貼計劃促進電動汽車銷量大增，促使中國國內市場的發展和生產，國內電動汽車公司大受其益。」阿加瓦爾表示，中國車企在形成規模和技術優勢後，在國際市場也越來越受歡迎，出口正在激增。甚至一些西方車企也在利用其中國工廠向其他國家出口電動汽車。

國內銷售火熱，出口熱度也高漲。在歐洲，每 10 台電動車中，就有 1 台來自中國；2022 年前 11 個月，中國汽車出口 278 萬輛，超過德國，成為全球第二大汽車出口國，其中，電動車出口 59.3 萬輛，同比增長 1 倍。