

## 新能源汽车企业在“后补贴时代”负重前行



近日，多家车企发布公告称已收到2016~2017年度国家新能源汽车应用推广补贴清算资金，不过，大部分车企所获补贴金额较往年大幅减少。另一方面，在新能源补贴政策进一步收紧的情况下，车企利润也受到挤压，半年度业绩预报纷纷预减甚至预亏。车企下半年业绩将面临更为严峻的考验。

### 补贴金额大幅缩水

近日，按照新的新能源补贴政策所计算的新能源补贴已经逐渐下发到合规车企手中。通过梳理公告发现，新能源补贴新政实施后，大部分新能源车企所获得的补贴已经大不如从前。

例如，江淮汽车7月底公告称已收到2017年及以前年度部分国家新能源汽车应用推广补助清算资金1.9亿元，而其2015年度收获新能源补贴为4.5亿元。其他已收到2016~2017年度新能源国家补贴的企业，如亚星客车收获补贴4.22亿元、福田汽车收获补贴4.9亿元，均低于其2015年度收获补贴金额。

在新能源客车领域市场占有率最高的宇通客车，也于近日公告其应收账款中对应的2016~2017年公司所售且截至2017年12月31日累计行驶里程达到2万公里的新能源汽车推广补贴款为33.31亿元，而其2017年报中新能源汽车补贴金额为55.38亿元。

由于2016年初发酵的波及全国各省、牵扯各大车企的新能源“骗补”事件，相应惩罚与补救措施相继出台，此番各车企收到的国家补贴实际上已“迟到”多时。按照2016年12月30日颁布的“关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知”，国家财政补贴拨款的方式由原先的年初拨款改为年后清算，另外还建立了相关的惩罚机制以便防止出现骗补的情况。

根据通知，2017年，对于乘用车的补贴按照2016年的补贴标准退坡20%；对于客车的补贴标准下滑额度则比较大，在2016年既定的标准上退坡了40%。为了防止“骗补”再次发生，补贴新政还对颁发补贴的车企提出了许多严格的要求。例如非个人用户购买的新能源汽车申请补贴，累计行驶里程须达到3万公里；根据新能源车型的续航里程给出了不同程度的补贴；地方各级补贴总额不超过中央单车补助的50%。因此，如今发放的2016~2017年度新能源补贴与骗补丑闻爆发前的2015年补贴力度相比，出现了大幅缩水。

### 利润与补贴同步退坡

拿到被“拖欠”两年的新能源汽车推广补贴，并不能让车企高枕无忧。在经历了4个月的过渡期后，2018年的新能源汽车补贴退坡政策于6月12日正式实施。就客车而言，2018年新能源补贴相比2017年退坡达33%以上，相比2016年退坡60%以上，这是新能源补贴政策发布以来，退坡幅度最大的一次，甚至部分客车车型补贴金额被拦腰砍成此前的一

半，被业内评价为“断崖式退坡”政策。通过梳理车企业绩预报发现，新能源车企正在经历变革阵痛，利润与补贴同步退坡。

安凯客车公告称，预计上半年净利润为亏损1.36亿元~1.5亿元，较之去年同期亏损幅度继续扩大；中通客车也宣布，上半年净利润较之去年同期下降四~五成。中通客车在公告中表示，2018年国家新能源客车补贴政策持续退坡，国内客车行业持续下滑，同行业竞争加剧，该公司产品价格和毛利率大幅下降，造成2018年中期经营业绩同比大幅下降；安凯客车也认为，该公司上半年亏损大幅增加，是受新能源政策影响，以及产品销售规模下降、产品结构发生变化及联营企业亏损等因素影响。

此外，作为新能源汽车龙头的比亚迪也预告称，2018年上半年公司净利润将下降70%~80%，净利润预计为3亿元~5亿元。虽然销量同比继续保持高速增长，但“受补贴退坡影响，包括电动大巴和新能源乘用车在内的新能源汽车业务整体盈利较去年同期相比有较大幅度的下降。”比亚迪在业绩预报中称。

形成对比的是，中国新能源汽车市场销量一路走旺。中国汽车工业协会近日发布的数据显示，今年上半年，新能源汽车产销分别完成41.3万辆和41.2万辆，同比增长94.9%和111.5%，上半年表现远远好于前几年同期。其中，纯电动汽车成为车市的一大亮点，产销分别完成31.4万辆和31.3万辆，比上年同期增长79.0%和96.0%，其销量占比76%。不过，6月新能源汽车市场环比却呈现了久违的下降态势，6月份新能源乘用车产量为7.3万辆，环比下降4.4%；商用车产量1.2万辆，环比下降35.2%。全国乘用车信息联系会秘书长崔东树认为，之所以上半年新能源汽车销量同比增幅超过一倍，是因为2月新能源汽车补贴新政出台后到6月新政实施前的过渡期，部分车企采取了“提前清仓”的方式争取在补贴彻底退坡前售出全部无补贴库存，规避因补贴退坡而导致的利润滑坡。另一方面，由于库存有限，这个增长态势将越来越弱，这就是产销增长但环比下降的原因。

实际上，“补贴退坡”不仅仅意味着来自国家和地方的补贴全面调低，整车企业还受到技术门槛提高、产品结构调整等方面的压力。为了不在激烈的竞争中失去市场，很多企业不惜自掏腰包来填补补贴退坡之后的落差，诸如“三年半价回购”这样的营销策略亦在市场上不断出现。还有如北汽新能源和奇瑞汽车，在某些车型一上市就打出了“新车补贴后全国统一售价”的广告吸引消费者，“以价换量”来摆脱补贴退坡的影响。在新能源汽车市场销量高增长的风光之下，车企面临着更激烈的竞争，难掩利润同比下滑的压力。

### “后补贴时代”竞争加剧

如果按照“2020年补贴全面退坡”的说法，留给车企的窗口期仅有不到3年时间。随着国内汽车产业政策开放、合资股比放开，外资车企也在我国发力布局新能源汽车，各新能源汽车企业面临前所未有的激烈竞争。

“补贴新政的实施将推动动力电池产业的技术升级和能量密度快速提升，推动新能源高端车型高质量增长。”崔东树表示，补贴退坡将加剧行业的优胜劣汰，企业短期内估值会受到影响，这对企业的技术实力、盈利能力都是一个巨大的考验。但从长期来看，补贴政策变化调整最终将加快行业的市场化速度，倒逼企业摆脱补贴依赖。

广汽新能源汽车有限公司副总经理席忠民表示，补贴退坡只针对技术落后的部分车型，国家鼓励新能源汽车向高质量发展，逼迫企业在2020年补贴全部退坡后还在市场上有立足之地，能够参与到严酷的市场竞争中去。

至于如何在“后补贴时代”的市场中站稳脚跟，北汽新能源党委副书记、新闻发言人连庆锋认为，企业可以通过技术的进步，行业规模的扩大，利用规模效益降低成本，提供从产品、出行到生活方式的全产业链服务，提高产品和品牌的溢价能力，提升企业竞争力，以应对补贴退坡的影响。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/127335.html>