

疫情之下 新能源汽车发展何去何从？



2019年，中国新能源汽车产销分别完成124.2万辆和120.6万辆，同比分别下降2.3%和4.0%。这是我国大力推广新能源汽车10年来，年度产销首次出现负增长。

屋漏偏逢连夜雨，2020年1月，春节假期叠加疫情影响，新能源汽车产销分别完成4.0万辆和4.4万辆，同比分别下降55.4%和54.4%；动力电池装机量约2.32GWh，同比下降53%。2月，新冠肺炎疫情影响将进一步显现，截至2月中旬，4S店恢复营业的数量仅有去年同期的5%，这意味着2月份销量极有可能跌去90%，基于此，2月整体销量也难言乐观。

一、疫情下供需受较大影响，产业链企业承压

1需求端：汽车消费、网约车运营、充电企业等需求承压，短期难以提振。

不同于餐饮、旅游等快速消费服务，汽车作为长决策周期刚需产品，大部分需求不会因疫情消失，只会导致购买行为延后，部分向第二季度至第四季度转移。随着疫情的消失，临时受到压制的消费需求会得到重新释放，但是，由于第三产业受影响明显，中小企业主及其从业者收入降低，可能会对增购和复购人群的需求造成抑制。因此，预计新车销售短期内将急剧下降。据访谈，2020年2-6月，新能源汽车销量同比预计减少90%、70%、50%、30%、0。

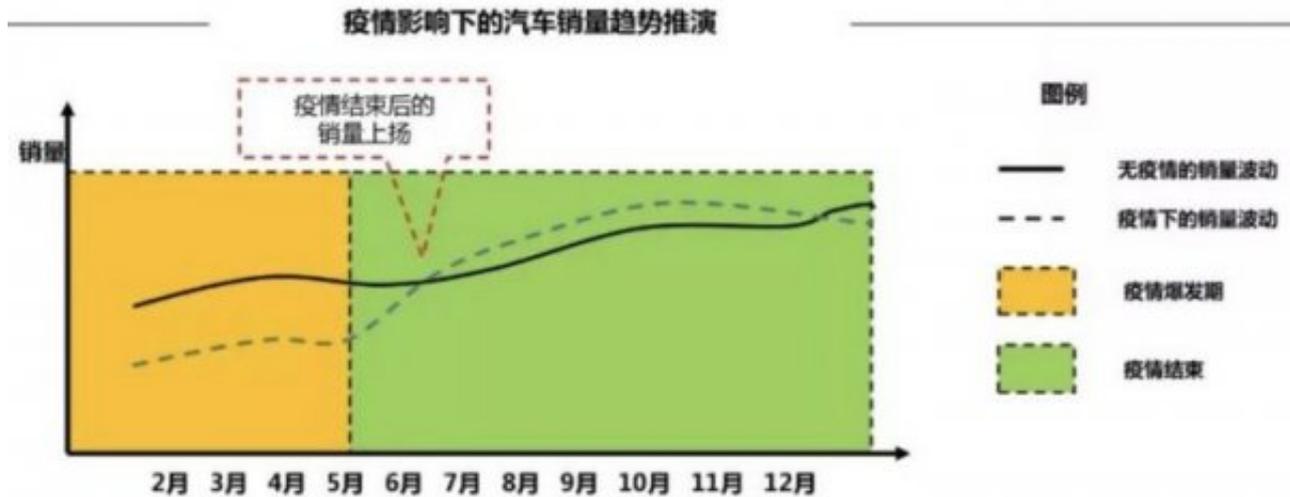


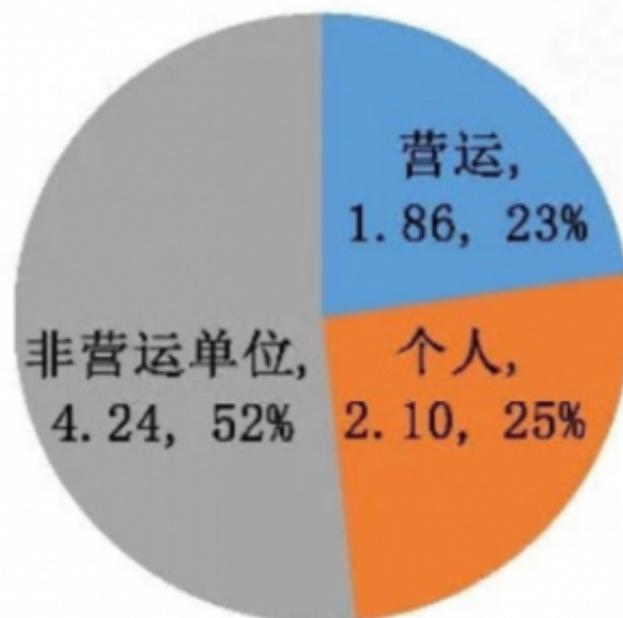
图1 疫情影响下的汽车销量趋势推演

在网约车市场，除了疫情带来的出行需求下降外，部分城市停止运营、供应商亏损等问题也在短期内迅速爆发。而新能源汽车市场，有一个显著的市场特点，从车辆上险情况来看，B端客户的上险数量至少超过总上险数量的一半，个人用户比例相对较少。目前的疫情导致新能源汽车运营平台、司机等对复买、换购的需求大大降低。

疫情的影响也进一步向下传导至充电运营企业，据访谈，2月充电量将下降80%以上，预计到3-4月份，才能逐步恢复至疫情前水平的40%-50%，至6月才能完成恢复。

图2 北汽新能源2019年纯电动乘用车上险数分布

单位：万辆/%



2供给端：消费抑制、上游供应不足等导致整车产量临时受到压制，产业链整体受到冲击

根据预测，疫情预计在今年4月会消除影响，自1月末春节假期及各地封闭管理开始，经历2-3个月的“特殊时期”，消费者购车行为无法进行，而新能源汽车行业具有明显的“以销定产”的特点，汽车制造商无法生产，进而上游产

业链企业无订单、无法排期、零部件供应不足等情况出现，最终导致整个产业链目前处于临时受到压制的局面。

然而近年来，新能源汽车产业制造企业、动力电池制造企业，大部分处于应收账款高企、现金流紧张的局面，销售短期内的急剧萎缩、产业链供应不足等情况的出现将会加剧部分企业现金流紧张的局面，甚至导致部分企业现金流断裂，财务情况进一步恶化。

表格 5 上市公司2019年前三季度财务数据

上市公司	经营活动现金净流量 (2019年前三季度) (亿元)	应收账款及应收票据余额 (2019年第三季度末) (亿元)	应收账款及应收票据余额/ 营业收入 (2019年第三季度末)	销售毛利率 (2019年前三季度)
北汽蓝谷	-62.09	249.97	142.97%	5.04%
比亚迪	38.33	480.14	51.18%	16.04%
江淮汽车	-23.32	71.72	19.26%	11.03%
蔚来	-	12.70	25.52%	-18.99%
上汽集团	254.89	571.30	9.76%	12.49%
广汽集团	-91.11	55.93	13.00%	7.82%
宁德时代	103.25	184.11	56.04%	29.08%
国轩高科	-3.74	79.54	154.41%	30.80%
亿纬锂能	8.49	26.01	56.83%	28.98%

3企业内部影响：短期内多项成本被推高

受疫情影响，新能源汽车产业制造企业、动力电池制造企业多项成本，如物流成本、人力成本、抗疫成本等预计均会出现不同程度的增加。

以人力成本为例，根据中国汽车工业协会数据，至2月中旬，全国183个汽车生产基地仅有59个基地复工，复工率仅为32.2%，大量人员处于居家隔离、无法返工和返工后隔离的状态下，企业在无法复工的情况下，承担着高额的人力资源成本和复工后人员的抗疫成本。

以物流成本为例，根据国家邮政局数据显示，1月，快递发展规模指数为169.7，同比下降12%，发展趋势指数为57.8，同比下降19.1%。可以反映出，受疫情影响，物流效率出现一定程度的下滑，同时，为了保证应急物资及时送达，快递等物流运输产业将有效运力大量集中于应急物资运输，势必导致企业生产资料运输效率较低/成本提高，推高企业生产成本。

然而近年来，新能源汽车产业制造企业、动力电池制造企业，大部分处于应收账款高企、现金流紧张的局面，销售短期内的急剧萎缩、产业链供应不足等情况的出现将会加剧部分企业现金流紧张的局面，甚至导致部分企业现金流断裂，财务情况进一步恶化。

二、长期向好，加速产业转型，催生新模式

在党中央领导下，中央和各地方政府采取了强有力的防控措施，所以，疫情的发展是可控的、暂时的，并不能改变我国新能源汽车产业升级发展的步伐。相反，在这段时间内，新能源汽车产业更有机会梳理自己的产品线，建立强大的客户粘性，切实基于用户需求，提升竞争力。危机的出现，也将促使新能源汽车行业诸多参与者重新审视和产业的中长期发展，从而加速推动行业变革。

1加速中国新能源汽车产业优胜劣汰，重塑产业链格局

疫情对车市的冲击，看似是销售这一个环节的影响，实则是对整条产业链的冲击。展望未来，此次疫情将会是对产业链格局的重塑。从产业的优胜劣汰来看，头部企业具备较为明显的系统性优势，应对突发事件可整合的资源更多，强大的资金、技术、客户粘性等储备更容易让头部企业在冲击中生存下来。预计在疫情过后，头部企业的优势将进一步加大，产业集中度会进一步提升；从产业链格局来看，“以销定产”“低库存”等长期存在于汽车产业链的供应格局可能打破，适当的提前生产、适当的库存帮助企业顺利度过突发事件下的供应不足、无法生存的局面，上游采购、制造的持续优化，下游的销售加速提升转化率，抓紧盘活存量，营销加速智能化等反思，都将重塑新能源汽车产业的格局。

2刺激产生新的消费需求

由于疫情通过近距离飞沫传播，对于那些无车家庭，疫情的发展会刺激一部分首购需求。据《经济观察报》及网络调研统计，55%的被调查者所在地区出现了出行不便的情况，而其中46%的原因是缺少交通工具。基于此，有高达84.6%的网友认为疫情之后购买私家车变得更为必要。

3引发新的零售模式

此次疫情期间，上汽、蔚来等企业均提供了线上订车等模式，有效减少店内等待时间，线上销售成为了最安全、最容易的消费渠道，疫情过后，随着供需关系的深度调整，以及互联网+、大数据、AI等技术快速发展，以线上体验、选车、购车为主的新能源汽车新零售模式会加快发展。

4推进新能源汽车在大数据、无人驾驶等多场景下的应用

在本次疫情中，大数据发挥了巨大优势，通过手机信号、航班高铁实名制等信息，快速追踪、模拟人群去向，对疫情控制起到至关重要的作用，在过去，电池数据、车辆运行数据等只被作为监测电池、车辆是否安全运行使用，而在疫情的驱动下，新能源汽车所搭载的大量芯片，可用于车辆实时反馈数据、大数据分析等，对特定人群定位、突发事件控制等可起到重要的数据支撑作用。无人驾驶等智能网联技术：在本次疫情中，为了防止人与人的接触，出租车、网约车、快递业务等营运业务受到重挫，多地暂时叫停相关业务，无人驾驶可以有效规避拿取快递、出行过程中，人与人在密闭空间内的接触，疫情的发生也将有效推动无人驾驶等智能网联汽车技术的进一步发展。

三、政策建议

2月16日，《求是》杂志发表了习近平总书记的讲话。习近平总书记称，扩大消费是对冲疫情影响的重要着力点之一，要积极稳定汽车等传统大宗消费。可以预期，在疫情得到控制后，众多新能源汽车产业政策将陆续出台，在政策预期的护航下，新能源汽车行业长期向好的局面必然不会改变。

1建议进一步放宽汽车消费限制，增加车牌供应，尤其是新能源汽车牌照供应量

北上广深等城市，由于城市路网的交通压力，近年来均采取“摇号”等限牌措施，以北京为例，每年投放机动车牌照10万张，其中6万张为新能源汽车牌照，而新能源牌照已近五十万，排期约9年，可见有明显的消费潜力。地方政府可通过燃油车区域限行、调峰限行等方式，将路权适当向新能源车辆倾斜，这样在平衡路网压力的同时，可适当增加新能源汽车牌照供应，可为新能源汽车消费贡献十几万，甚至几十万的销售量。

2建议进一步引导电动化转型，以多种方式鼓励新能源汽车消费

(1) 在个人消费方面，建议将家庭购买新能源汽车计入个税减免范围。个税改革后，购房贷款可以一定金额抵扣个税，新能源汽车消费同属家庭大宗消费，建议以一定金额计入个税抵扣范围。同时，鼓励个人将保有的燃油车型替换为新能源汽车，并在替换时给予一定金额的置换补贴。

(2) 在公共消费方面，目前，各种形式的网约车、出租车、公务用车等保有量近900万辆，建议以一定的政策手段，在5-6年内将上述车辆替换为新能源用车，既可实现公用出行车辆的电动化、环保化，也可每年为新能源汽车市场贡献百万辆销售。

3建议在即将出台的各项产业政策基础上，进一步加大对新能源汽车产业的支持力度

(1) 在物流、公务、出租等领域，先行先试燃油车禁售政策，鼓励部分大气污染严重城市和新能源汽车普及率较高的城市先行先试燃油车禁售。

(2) 加快公用充电桩、个人充电桩等充电基础设施建设，目前我国公用充电桩、私人充电桩建设远不达预期，要大力增强充电基础设施建设，提高消费者购买信心。

(3) 延长新能源汽车补贴，这将有利于增强本土新能源汽车制造商信息，快速组织生产，走出疫情阴霾，持续提升新能源汽车市场竞争力。

（4）进一步修订《双积分政策》，加大车企获取正积分难度，提高积分价格，降低积分流转市场上的供给，从而对新能源汽车市场起到调节作用。

（5）积极鼓励各地方政府成立新能源汽车产业引导基金、纾困基金等，支持新能源汽车产业建设，适当补充企业流动性，加大项目投资力度，尤其是大型项目投资力度。

尽管中国新能源汽车产业已有十余年的发展历史，但新能源汽车产销不同于整体车市，更多是政策驱动影响，根据近期政策趋势，我们可以推测，中国新能源汽车产业在2020年将迎来一波政策红利，叠加疫情解除后消费需求的释放，中国新能源汽车产业在未来几年内也必将迎来融合创新、高质量发展的又一黄金时期。据测算，2020年新能源汽车全年销量有望达到140万辆，较2019年增长约20%，重回增长通道。（本文作者李东昌，现任中咨华澍新能源投资部总经理）

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/152353.html>