

新能源汽车市场从政策驱动迈入消费驱动新阶段

回归本质,方能赢得车主芳心



新能源车越来越受市民欢迎(资料图)。

本报济宁10月25日讯(见习记者 褚思雨 通讯员 张长青) 25日,全国新能源汽车后补贴时代生态论坛在邹城召开。本次论坛邀请了吉利新能源、比亚迪、雷诺、电咖等多家企业代表共同把脉行业发展,探讨上下游协同的空间及并肩前行的方式,合力促进新能源汽车产业的健康持续发展。

“前三季度,新能源汽车产销超过70万辆,今年有望超过100万辆,这意味着新能源

汽车产业化在稳步推进,综合能力也在逐步提升。”万帮新能源集团董事长、星星充电董事长邵丹薇表示,新能源汽车经过多年发展,形成了一定规模和综合产业发展体系能力,但客观来说,离成熟产业和完全市场化的产业还有很大距离。

随着2018新能源汽车补贴新政的实施,面对补贴逐渐退坡的新形势,不少在场的业内人士纷纷认为,汽车行业进入后补贴时代,也代表新能源

汽车市场很可能从政策驱动迈入消费驱动发展的新阶段,因此只有回归到汽车的本质——控制好成本、提高品质才是企业和行业提高竞争力的关键。

对于后补贴时代企业应该如何参与市场竞争,连续三年占据全球销量第一宝座的比亚迪新能源车有自己的解决方案。“只有真正了解用户的需求,满足用户的需求,才是企业的核心竞争力所在。”比亚迪汽车济宁地区负责人

表示,比亚迪在中国是电动出行的领航者,且战略发展方式非常全面。比亚迪新能源以客户为中心,致力于打造电动车市场的生态圈。

论坛上,行业专家建议,

车企要看清各细分领域的技术壁垒,不能盲目拉长产业链,应根据自身的技术优势、客户优势、市场优势有选择性地布局上下游企业,实现产业的协同作用。

相关链接

以质赢得客户 才能站稳脚跟

“面对国内补贴减少和外资车企发力新能源车市双重压力,国内车企只有不断增强技术实力,推出让消费者满意的产品,才能在市场‘后补贴时代’站稳脚跟。”论坛现场,北汽新能源营销公司副总经理何斌从新能源汽车时代北汽新能源怎么做,以及针对后补贴时代的应对策略和思考两方面进行了交流,获得与会嘉宾的一致认同。

“北汽新能源有一个总的计划叫‘擎天柱计划’,它是集发电、充电、储电、换电、电池梯次利用、二手车等一站式全生命周期生态服务。”何斌表示,北汽新能源汽车在销量上取得了不

错的成绩,主要是基于业务和商业模式做了不断探索和创新,以及做了和国家战略一致的战略部署等两方面的努力。

“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。”对于如何平稳过渡到“后补贴时代”,何斌认为,一方面整车企业要提高电动汽车的性价比,让消费者的一次购车成本不随着补贴退坡而大幅增加。另一方面,政府也应营造更好的消费和使用环境,吸引消费者优先购买新能源汽车。

本报见习记者 褚思雨

中国银行 BANK OF CHINA

千金一生宠爱一世

女儿金

女儿是父母心中的天使,在父母眼里,她们纯真、美丽、可爱,如此美好。女儿随着时间不断成长,因为有爱,小女孩终于长成她们最美的模样。女儿金产品主要针对有女儿家庭设计的一款具有女孩儿特质的金条,寓意着宠爱与牵挂,这份牵挂,联结着父女,联结着母女,联结一个家庭世世代代的传承。

女儿金—平安

此金条主题为平安,是该系列产品的第一组。该金条以“平安”作为主题来表达情感和父母对女儿的期许。金条正面是一个齐肩短发、头戴花环、表情娇嗔的女孩儿形象,配以花朵、月亮和星星等元素,设计风格唯美浪漫。

女儿金—健康

此金条主题为健康,是该系列产品的第二组。该金条以“健康”作为主题来表达情感和父母对女儿的期许。金条正面是一个扎麻花辫、头戴花环、面带微笑的女孩儿形象,配以花朵、太阳等元素,设计风格唯美浪漫。

女儿金—善良

此金条主题为善良,是该系列产品的第三组。该金条以“善良”作为主题来表达情感和父母对女儿的期许。金条正面为站在天女花丛中的十岁左右小女孩形象,面容纯净善良,头饰为天女花花环,木兰花和皎洁的月亮装饰一侧,设计风格端庄典雅。

女儿金—快乐

此金条主题为快乐,是该系列产品的第四组。该金条以“快乐”作为主题来表达情感和父母对女儿的期许。金条正面为十六岁活泼快乐的少女形象,周围围绕着朵朵灵动的小雏菊,栀子花和太阳装饰一侧,整体设计快乐氛围浓郁。

女儿金为中国印钞造币总公司自2017年开始发行的系列产品,共十二组,每年发行二组,背面设计用! love you和底纹一起,形成一个连贯性的纹样,将产品串在一起,形成套系,中国银行logo为背面主要元素之一,显示产品的品牌性。

咨询电话: 0537-2602910