



第02版：要闻

上一版 下一版

- 国务委员兼外交部长王毅就中国外交政策和对外关系回答中外记者提问
- 让她们在新时代大显身手
- 治理网络营销号须打破流量崇拜
- GDP增速目标归来彰显经济发展信心
- 新能源汽车已“成年” 踏入社会要过消费体验关

# 新能源汽车已“成年” 踏入社会要过消费体验关

刘艳

连续7年被提及，今年政府工作报告找不到“新能源汽车”了，意味着什么？

意味着国家对新能源汽车前端的引导和扶持基本已达预定目标，新能源汽车发展将从“造车”的初级阶段进入市场锤炼的新层面。

就像人成年后总要踏入社会，在不少于10年的政策扶持与呵护下，各路造车势力将一辆辆一代代新车推向市场，中国成为全球新能源汽车产销量最高的国家，新能源汽车也已成年。

汽车行业新时代前景愈发清晰，新能源汽车消费趋势不可逆转。如果说，我们用政策补贴出了一个消费者买得起的新能源汽车良好开局，让消费者用得放心的问题还摆在那里等待解决。

比如，好用且密集的充电桩。这个问题已经喋喋不休了很多年。

欧洲市场去年纯电车销量140万，超过中国，其密集的充电桩功不可没。

不可否认，除了政策的扶持，欧洲市场国土面积小，通行半径短，充电桩部署难度低。同时，纯电车的续航里程普遍不高，不像中国，车辆续航里程不够500公里都不好意思拿出来见人。

不能否认，过去几年我国在充电桩建设数量、选址优化、充电功率有效提升等方面成效显著，在一定程度上解决了新能源汽车行驶里程不足、充电难、充电慢等“卡脖子”问题。但是，充电桩使用程度低的问题到了引起重视的时候了。

举个小例子，虽然众多公司积极部署充电桩，但不仅缴费方式不同，使用方式也有差异，消费者如果看到一个充电桩就能充电，可能要下载十多个App。

因此，在继续“加密”充电桩的同时，重建不重养护、服务差等现象更有待改善。

制约新能源汽车发展的关键就是配套设施不完善，充电桩不足首当其冲，虽然“换电模式”的推广在一定程度上缓解了消费者的里程焦虑，但标准不统一、新能源汽车保有量不高导致盈利困难等也是问题一堆。

当“造车”已不成问题，消费短板越发明显，使用痛点不缓解，释放消费潜力便无从谈起。

“稳定增加汽车、家电等大宗消费，取消对二手车交易不合理限制，增加停车场、充电桩、换电站等设施，加快建设动力电池回收利用体系。”

今年政府工作报告中短短一句话，指向了与新能源汽车发展息息相关的纵深结构，传达出疏通汽车消费后市场基础设施建设瓶颈，提升消费者选购新能源车信心的关键信息。

上一篇