

农村需要怎样的电动车？

作为刺激汽车消费的新政策，新能源汽车下乡被外界广泛关注。

7月15日，工信部与农业农村部、商务部联合发布《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》，提出将联合组织开展新能源汽车下乡活动，活动时间自今年7月至12月。青岛是新能源汽车下乡活动启动的第一站。

7月24日，成都车展开幕，但一些车企的高层却选择“放弃”成都，来到了青岛。在车市下行、新能源汽车销量呈负增长的情况下，农村市场被认为蕴含巨大增长空间。

价格在5万~8万元

从整体来看，在下乡的30多款车型中，优惠后的价格大多集中在5万~8万元。此次汽车下乡活动，多数车企都在主打“便宜且电动”的策略。北汽新能源推出的EC3售价在6万元以内。在车辆性能方面，多数电动汽车设计的续航里程在100~300公里，基本上可以满足农村居民的日常生产生活需求。

5万~8万元的下乡产品，被认为较符合农村消费特点。农村人买新能源汽车，最重要的还是看价格。根据我们的经验，价格在5万元左右，老乡普遍能接受。但是，一旦超过7万元，是基本不可能卖出去的，因为如果有这个钱，那他会觉得还不如买辆飞度，开着多舒坦！”7月24日，在青岛车展的新能源下乡展馆内，一位当地自主品牌新能源汽车4S店负责人表示。在7月18日举办的中国电动汽车百人会第一届汽车市场与



消费论坛上，国家信息中心经济咨询中心副主任李伟利表示，根据调研，当前农村地区的电动车消费价格从3万~7万元不等。其中，3万~5万元区间主要是用于老年人代步或者接送孩子，7万元则主要是三线小城市的年轻消费者购买。不过，李伟利认为，未来5万~10万元区间将是新能源汽车一个很重要的市场，“因为补贴变化以后，5万元及以下的车型拿到国家补贴可能比较难。”这意味着农村的电动车也有可能迎来一波消费升级。值得注意的是，电动汽车百人会的报告显示，目前已有企业计划对农村市场进行产品的针对性开发。

消费者对自我推销比较谨慎

当前的政策力度是否足够刺激农村居民对新能源汽车埋单？对此，一位青岛当地的新能源汽车4S店负责人表示，从这一轮的补贴政策看，新能源汽车下乡可能并不会收到像十年前“汽车下乡”那么好的效果。“上一轮

是国家统一补贴，这次消费者对自我实际上能在多大程度得到政府补贴会持怀疑态度。两者相比，还是上一轮汽车下乡政策对消费者的刺激更大。”

而在企业层面，部分车企也认为此次政府补贴推广力度不及预期。“上次汽车下乡是全国统一的，不用我们去宣传，消费者就都知道了，但是，这次补贴是地方政府补贴一部分，而宣传推广就完全靠我们企业自己做，但农村消费者面对企业的这种自我推销还是比较谨慎的，效果怎么样还不能保证。”一位北方地区的新能源汽车企业销售人士表示。

另外，值得注意的是，虽然大部分新能源汽车生产企业此次参与申请下乡的热情较高，但仍有一些企业并未对此展现出参与意愿，在一定程度上缩小了消费者的产品可选范围。而不参与的原因据了解集中在两个方面：一是此次补贴中，企业自身优惠占较大部分，意味着车企利润可能被削弱；二是有些企业担心下乡对自身品牌有负面影响。

多款车型家用电可充

针对农村地区充电基础设施配套不足的问题，在车展上，不少车企最新推出的电动汽车充电已经不需要安装直流快充充电桩，普通的220V家庭用电就可以为车辆充电。换句话说，只要能插空调的插座，就可以给汽车充电。相比燃油车还要去加油站加油，电动汽车可以做到足不出户就可以充满电，其实更加方便、快捷。而青岛市为配合新能源车下乡活动，也正在积极推动公共停车场、旅游景区等场所充电基础设施建设。预计到2022年年底，全市电动汽车充电桩数量将达2.35万个，充电设施建设重点向农村地区倾斜。

在消费者层面，部分消费者存在担心车辆出现问题后得不到及时维修的疑虑。对此，一些造车新势力企业已经开始加速三四线及村镇渠道的建设。总体上新能源汽车在农村市场仍然面临诸多不确定性，主要原因之一是农村消费者对新能源车的接受程度有待提升。（王文）

感·创未来 无科技不广汽

2020 广汽科技日重磅发布

7月28日，以“感·创未来”为主题的2020广汽科技日以线上形式举行。广汽集团总经理冯兴亚联合广汽研究院相关领域的专家联手发布相关技术，500多家媒体的记者和众多网友通过云端参与了本次活动，共同见证广汽集团不断探索的创新科技成果，以及在科技驱动下对未来出行的畅想。

继去年发布e-TIME行动、发出广汽集团向科技型企业转型的宣言后，本次广汽集团又集中亮出多项行业

领先的“黑科技”。广汽全球平台模块化架构GPMA和纯电专属平台GEP凝聚了广汽以人为本、科技领先的造车理念；此外，其还发布了具备限定条件下自动驾驶功能的新一代ADiGO 3.0智驾互联生态系统、可靠高效的动力总成技术、全球领先的高能量密度动力电池电芯技术等。广汽首款氢燃料电池汽车Aion LX Fuel Cell与广汽3DG石墨烯技术也在发布会上正式亮相。（行成）

巴斯夫与捷豹路虎签署亚太区首选供应商协议

日前，巴斯夫涂料业务部与捷豹路虎全球总部就巴斯夫高端修补漆品牌Glasurit鸚鵡和R-M签署合作协议，为捷豹路虎全球车身和车漆项目在亚太地区的开发与实施。

按照该协议，双方将开展长期战略合作，共同推动捷豹路虎在车身修复和车漆修补方面超越行业标准。除

供应汽车修补漆产品和配色解决方案外，巴斯夫还将指定专门的亚太区钣喷项目经理，支持捷豹路虎全球车身和车漆项目在亚太地区的开发与实施。

作为本协议的一部分，巴斯夫还将提供完善的增值服务解决方案（ABS），助力捷豹路虎提高授权维修站和指定经销商网络的盈利水平效率。（张兆莱）

哈弗携手张家界定义高品质自驾游

随着国内疫情防控形势持续稳定向好，受影响最严重的旅游业迎来转机。适逢暑期出游旺季，自驾游作为人们消费意愿最强烈的出游载体之一将加速带动旅游业“重启”。8月2日，哈弗品牌与张家界政府签署战略合作协议，围绕自驾游出行场景，双方将合力打造“最佳自驾游目的地”。签约仪式当天，张家界武陵源景区、

天门山景区、茅岩河景区被正式授牌为哈弗SUV自驾游基地。后续，哈弗还会为用户推出更多丰厚、优惠的品牌定制旅游产品。

哈弗与张家界打造的是集休闲、冒险、亲子、越野、露营、自然、民俗等多重元素于一体的独特体验，匹配张家界成熟的旅游配套服务体系，将把场景化体验发挥到极致。（罗列）

上半年盈利汽车经销商不足三成

新冠肺炎疫情打击了汽车行业，“受苦受难”的不光是汽车制造商，经销商的日子也很难过。

8月3日，中国汽车流通协会发布了2020年上半年经销商生存状况调查数据，结果显示，经销商的经营压力越来越大。2020年上半年，经销商的经营压力继续加大。数据显示，仅有28.8%的经销商实现盈利，较去年下降0.9个百分点。

实现销量增长的经销商比例为21.5%，其中有60%的

经销商为豪华/进口品牌经销商；销量下降的经销商占比达78.5%，其中，同比减少四成以上的经销商占总数的17.2%。

靠卖新车赚钱显然已经无法支撑经销商盈利。数据显示，从单店情况来看，上半年单店销量呈整体下降，新车销售收入为7600万元，仅为2019年全年的37.6%，新车毛利率进一步下降至3.5%。

退网的4S店也越来越多，数据显示，上半年乘用车

经销商总数为29773家，同比减少了0.7%，退网4S店数量达到了1019家。经销商的满意度也持续下降，这是第四年出现满意度下降的情况。经销商们普遍表示，厂家在疫情期间给出的扶持政策调整期太短，对销售情况改善不明显。经销商最不满意的就是厂家指定的销售任务指标过高，库存压力过大。

对于今年的汽车市场走向，大部分汽车经销商表示并不看好。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，在

针对2020年车市的预期调查中，仅有29%的经销商认为全年会实现正增长。（刘欣）



上海景诚拍卖有限公司拍卖公告

拍卖标的：金项链等公务礼品
拍卖时间：2020年8月18日10:00至2020年8月19日10:00（延时除外）
网拍平台：<https://zc.gpai.net/> 请扫描右侧二维码进入本场网络竞拍页面
咨询时间：即日起接受咨询，电话：13262785592、021-63078908、021-63078801
预展时间：2020年8月10日—17日（10:00—15:00，节假日除外）
预展现场：上海市静安区中山北路178号2号楼
注意事项：竞买人须在竞价结束前持有效证件在网拍平台进行线上注册并交付保证金（保证金金额见网页公示）。

公司地址：上海市静安区中山北路178号2号楼 电话：021-63078908 传真：021-60832044



竞拍页面