



责任编辑:赵志超 美术编辑:左璇 校对:张琳  
2022年8月23日 星期二 2883 1967

相关新闻

## 老乡 新能源汽车来了

株洲日报讯(全媒体记者/任远)日前,工信部、农业农村部、商务部、国家能源局等四部门印发《关于开展2022新能源汽车下乡活动的通知》,在湖南、山西、江苏等地,选择县乡举办若干专场、巡展、企业活动。

“农村地区具有推广新能源汽车的天然优势条件,扩大新能源汽车在农村地区的推广应用,能够提升农村的交通安全水平,带动路网、电网等基础设施改造提升,助力农村经济绿色低碳转型和高质量发展。”工信部装备工业一司相关负责人表示,希望今年的新能源汽车下乡活动能为更多区域的汽车消费带来新的活力,提振信心,加快发展。

上述负责人建议,要进一步丰富活动形式,利用线上展厅、云端展、车展直播卖车等新模式创新思路,保持与消费者的互动联系,扩大2022年新能源汽车下乡活动的宣传力度和范围。针对乡村市场加强特色服务,鼓励车企研发更多适合农村市场交通场景需求的车型,同时加快售前、售后网络以及充换电基础设施建设与保障工作,提升参与活动产品的质量,对新能源汽车下乡车型在质量安全、低温适用等方面,要提出更高标准更严格要求,引导企业提升产品质量,提高服务水平,树立品牌形象。

根据中国汽车工业协会统计数据,2020年7—12月,新能源汽车下乡车型实现销售358万辆,同比增长了80%,明显高于行业增速;2021年全年,新能源汽车下乡车型实现销售106.8万辆,同比增长169.2%,比整体新能源汽车市场增速高约10%。

# 新能源汽车下乡记

株洲日报全媒体记者/任远 实习生/彭娅琪

■ 在中国,新能源汽车已逐步摆脱“萌芽期”,一脚“电门”进入发展的快车道。如今,这一态势愈发强劲,并从城市逐渐向农村进发。

从2020年起,工信部、农业农村部、商务部等多部委多次举办新能源汽车下乡活动,旨在促进农村地区新能源汽车的推广应用,提升农村居民的出行升级。

在株洲,今年7月底,由商务局主办,市电力新能源与装备制造(含汽车)产业链、荷塘区商粮局等单位协办的2022“制造名城,幸福株洲”消费节之新能源汽车下乡活动正式启动,它通过促进农村地区新能源汽车推广应用,全面推进乡村振兴。

新能源汽车的下乡之路是否顺畅?它又将面临哪些困难和挑战?

1.

镜头

## 一个月完成12场下乡巡展

8月15日,荷塘区仙庾岭里热闹非凡。灯光装点着露天帐篷,欢快的音乐从四周响起,人群三三两两聚集。株洲市首届乡村音乐节在这里热闹开启。

在音乐节一隅,北汽新能源汽车的销售人员拿着扇子、气球等小礼品向过往人群推介该品牌的新能源汽车。在他们身后,两台崭新的北汽新能源汽车并排停放,吸引人们前来观看、体验。

“这款BEIJING-EU5 PLUS,采用的是宁德时代时代的电池,续航最高可达501公里,里面宽敞大气,特别适合家庭使用。”面对前来咨询的村民,销售人员熟练地介绍起情况,并热情地邀请他们上车体验。

除了晚间的现场推介,销售人员白天更没闲着。他们带上资料和礼品,主动出击,挨家挨户上门给村民做宣讲、推广和普及新能源汽车。

类似情景出现在株洲各个乡镇。在市商务部门的牵头指导下,2022“制造名城,幸福株洲”消费节之新能源汽车下乡活动火热进行,其协办单位之一的湖南庞大贝宁汽车销售服务有限公司给销售部门下了指标,要在8月份完成12场新能源汽车下乡巡展活动。

“整个夏天,我们的销售人员都冲锋在各个乡镇一线,顶着酷暑,给村民们做推广宣传。从仙庾岭到三门镇再到白关镇,还有栗雨工业园、金山工业园、田心周边的乡镇,我们挨个跑了个遍,常常到了晚上八九点还在加班。”庞大贝宁集团副总裁曹海鹰说,通过一场场集中活动,“让更多的村民知晓新能源汽车,了解新能源汽车。”

2.

探访

## 销售人员更像知识普及者

近两年,新能源汽车行业发展迅猛。

据市车管所数据显示,2020年,我市新能源小车上牌量达1100多台,2021年这一数字达到3300多台,较前一年增长了近两倍。

然而,这份火爆仍然停留在城市,新能源汽车的下乡之路并没有想象中顺畅。

“尽管新能源汽车在城市居民中的接受度和认可度逐步提升,但在广阔的乡村,这一市场还亟待开发。”曹海鹰说,也因此,在整个新能源汽车的推广过程中,销售人员扮演更多的是知识普及者的角色。

譬如,在推广过程中,很多村民首先关心的车辆价格问题。

当得知一台新能源汽车的价格要七八万元,贵一点的可能要十多万元,一些村民便打了退堂鼓,有些人甚至直接说:“一台‘老头车’才七八千元,这个怎么这么贵?”

还有安全驾驶的问题。有些村民没有驾照,听说新能源汽车要拿了驾照才能上路,便觉得它没有“老头车”开着“方便”。

当然,新能源汽车的充电情况、电池情况等,也都是农村消费者关心的问题。

每每此时,新能源汽车的销售人员都会耐心地一遍遍解释:“‘老头车’虽然便宜,但没有安全气囊和制动系统,存在很大的安全隐患,而正规的新能源汽车是经过长期的研发、测试,安全性更好。”“凡是车辆都涉及人身安全,持驾照开车,既是保护自己,也保护别人,确保交通运行安全有序。”“正规的新能源电池是经过严格地测评,即使气温超过40摄氏度,也不会爆炸”……

渐渐地,这些努力取得了效果。

“去年我们做下乡推广活动时,很多村民都是远远地看着,瞧个热闹,把新能源汽车当成很‘高大上’,似乎遥不可及的事物。但今年我们再去做下乡推广时,很多村民会主动走上前来咨询,还有不少人会钻进展车里试乘试驾,这里摸一摸,那里看一看。有一些客户加了销售微信,主动上门来4S店看车。”曹海鹰认为,这都是进步,“证明我们的推广工作取得了实效,更多的村民已开始接受新能源汽车。”

有部分村民在推广之后,前往4S店看车。家住仙庾岭的刘先生初为人父,想购买一台北汽新能源汽车作家用,“自己家的院子里就可以装充电桩,晚上充电,白天出行,还是蛮方便。”

► 新能源汽车下乡活动现场。受访者提供



新能源汽车下乡活动现场,当地居民前来看车试驾。受访者提供

3.

分析

## 新能源汽车下乡背后的现实意义

随着脱贫攻坚的全面胜利和全面推进乡村振兴工作的深入,农民的收入水平不断提升,农村汽车产品消费能力也越来越强,汽车下乡产品和内容也不断升级。

新能源汽车下乡的推进,升级了乡村的出行方式,助力了低碳减排,为乡村振兴增添了一抹“绿色”。

在业内人士看来,新能源汽车下乡有着现实意义。

“相对于城市,乡村的居住密度低,家家有院,便于安装充电桩,且农村大多数是短途出行需求,避开了新能源汽车‘里程焦虑’这一最大痛点。另外,农村消费者对价格普遍敏感,新能源汽车的使用成本相对燃油车更低。”市商务局相关负责人表示。

新能源汽车下乡也有着积极的经济效益。上述负责人表示,在汽车产业链及供应链面临更多不确定性因素、市场风险增加的情况下,努力开拓国内汽车市场,深入挖掘县乡村汽车市场需求,为稳定和扩大汽车消费、改善农村出行条件作出了积极贡献。

近年来,我国积极推进“新能源汽车进乡村”活动,从各个层面推动这一进程。

2020年7月15日,工业和信息化部、农业农村部、商务部三部门联合发布《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》,为新能源汽车下乡拉开序幕。

2021年3月,《关于开展2021年新能源汽车下乡活动的通知》再启下乡大幕,此次的联合发起单位增加了国家能源局综合司,更有力地促进乡村充电基础设施建设,有助于新能源汽车下乡活动的普及推广。

2022年1月7日,国家能源局、农业农村部、国家乡村振兴局联合印发《加快农村能源转型发展助力乡村振兴的实施意见》,其中提到大力支持地方开展新能源汽车下乡活动。1月21日,国家发改委等七部门印发《促进绿色消费实施方案》,再次提出深入开展新能源汽车下乡活动,鼓励汽车企业研发推广适合农村居民出行需要、质优价廉、先进适用的新能源汽车。

在株洲的各个乡镇农村,新能源汽车下乡活动正在大力推进,逐步深入下沉。

“在2022‘制造名城,幸福株洲’消费节之新能源汽车下乡活动中,我们通过‘政府搭台,企业唱戏’的形式,为群众谋取福利,支持新能源汽车下乡。”市商务局相关负责人介绍。

活动期间,消费者不仅可享受新能源汽车下乡购车最大优惠政策,而且购本地地产新能源汽车(即株洲本地生产的新能源车)还可享受政府专项补贴5000元/台,以及享银联“云闪付”专区券包1000元/台。部分车型还可以享受1000元/台电费,以及2000-12000元/台不等的购车现金券。

4.

思考

## 后续运维需跟上

不过,要真正激活农村新能源汽车市场,需要发力、完善的地方还有很多。

媒体观察员杨淑华表示,目前,新能源汽车充电桩在市区和高速公路分布较为广泛,但在城市郊区或县城、乡村区域较少。

与此同时,当前新能源汽车进入乡村的下沉力度仍然不够,与实际消费需求仍然存在距离。在产品层面上,车企还需拓宽乡村电动汽车推广的产品库,加大适宜乡村尤其是不同地域、不同经济环境车型的供应,并加强在这些地区的销售和售后服务能力。

部分车企已瞄准短板,精准施策。

例如,北汽新能源正试水保养客户群制度,即每个客户都有一个专属微信群,群里有总经理、销售顾问、服务顾问和技术人员,客户出现任何问题,都可以在群里咨询,将随时有人为其服务。同时,汽车销售服务公司将定期到各个乡镇进行上门集中保养,上门的通知也会在客保群里及时公布,解决新能源汽车下乡售后保养“最后一公里”问题。

“不过,光靠企业还不够,需要政府、第三方机构共同努力,推动健全农村运维服务体系。”杨淑华称。

可以期待,在多方共同努力下,新能源汽车的下乡之路越走越宽,进而为整个行业,乃至乡村经济发展注入新活力。

经观杂谈

## 让新能源汽车在广袤乡村开得更远跑得更畅

任远

随着人们生活水平不断提升,国家补贴持续发放,新能源汽车以其低碳环保和经济实用等特点,驶入更多普通家庭,受到消费者的喜爱。

仔细研究新能源汽车的消费数据后,我们不难发现,城市消费群体对新能源汽车的接受度更高,购买力也更强,但随之而来的,是市场饱和来得更更快,销售增速开始放缓。与之相比,广大的县城和农村地区,其新能源汽车的普及程度还很低,这一片市场未来将是“蓝海”。开展新能源汽车下乡活动,是当前形势下的必要之举。

不过,在当前的环境下,让新能源汽车在广袤的乡村开得更远跑得更畅,还有许多问题需要尽快破解。

要提升车辆本身价值,找到适合农村农民的新能源汽车产品,不能将消化库存、低端产品作为下乡重点,而是要找到适合农村环境特点的新能源汽车,让农民真正买到满意的产品。农村道路路况比城市差一些,和城市居民相比,农民更注重车辆皮实耐用程度和承载能力,这就需要汽车生产商多动脑子,从农村实际情况出发,研发出适合乡村消费特点的新能源汽车,能否把底盘设计得高一点,空间大一点,既方便开车出行,也能更好地运输农产品。这都是需要新能源汽车厂商思考的方向。

要完善配套设施,让新能源汽车下乡更“通畅”。新能源汽车下乡,相应的充电设备也要跟着下乡。加快农村充电网络布局,让充电更方便,农民的购车意愿才会强烈,同样要通畅的还有农村的道路,要采取拓宽道路、建设会车道等举措,解决部分村道道路狭窄、路面颠簸等问题,补齐基础设施短板。

要完善售后体系,让新能源汽车下乡更有“保障”。汽车下乡,售后服务不能脱节。要构建以县城为中心、以城带乡的新能源汽车县域消费格局,建设完善售后服务体系,避免“重销售轻服务”现象,让农民真正能买得安心、开得放心。

新能源汽车下乡是一个系统工程,需要政府、企业共同努力,只有加强供给、补齐短板、优化服务,才能满足好农民日益增长的出行需求,为拓展汽车市场、扩大内需作出更大的贡献。

新能源汽车下乡活动现场,当地村民前来咨询。受访者提供

2022“制造名城·幸福株洲”  
——新能源汽车下乡——

