

政策推动与产业发展

——全球新能源汽车政策评估

主编 张永伟

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



政策推动与产业发展



全球新能源汽车政策评估

张永伟 主 编

机械工业出版社

新能源汽车市场前期的发展普遍获得了各国政府的大力扶持，为促进本地区市场的发展，这些国家及地区的不同层级政府都相继出台了各类支持政策。由于各个国家新能源汽车战略的差异、地区市场发展程度的不同，使得各个地区和市场的政策呈现出不同的特点和激励效果。为了对比研究不同地区和市场发展的政策环境，评估不同政策激励在不同环境中取得的效果，探索未来政策制定的趋势和相互借鉴的可能性，中国电动汽车百人会组织开展了一项全球主要新能源汽车市场新能源汽车政策对比工作，对包括中国、美国、欧洲各国和日本的新能源汽车（纯电动汽车、插电式混合动力汽车、燃料电池汽车）主要政策进行跟踪、梳理和分析评估，并形成本书主要内容。

本书是研究全球新能源汽车主要政策的专著，可为从事新能源汽车产业政策研究和国际对比的研究人员提供一定的参考。

图书在版编目（CIP）数据

政策推动与产业发展：全球新能源汽车政策评估 / 张永伟主编.
—北京：机械工业出版社，2016.7

ISBN 978-7-111-54008-3

I. ①政… II. ①张… III. ①新能源—汽车工业—经济政策—研究—世界 IV. ①F416.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 129909 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：张萍 责任编辑：张萍 丁锋

责任校对：杨立京 封面设计：张静

责任印制：李洋

北京汇林印务有限公司印刷

2016 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

184mm × 260mm · 14 印张 · 262 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-54008-3

定价：80.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：010-88361066 机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：010-68326294 机工官博：weibo.com/cmp1952

010-88379203 金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版

教育服务网：www.cmpedu.com

政策推动与产业发展 全球新能源汽车政策评估

主 编 张永伟

副主编 张 娟

参 编 (中文名按姓氏笔画为序,英文名按首字母排序)

王云石 方海峰 刘 斌 杨子菲 张百杰

张钟允 李春利 李振锋 金伶芝 董 超

Alex Campestrini Anup Bandivadekar Nic Lutsey

Sarah Chambliss Stephanie Searle Uwe Tietge

本书编委会

编委会主任 张永伟

副 主 任 张 娟 龚慧明 张国强

委 员 (中文名按姓氏笔画为序,英文名按首字母排序)

白云峰 何 卉 张成斌 张思远

Christian Hochfeld Drew Kodjak

序：由“政策驱动”向 “市场—政策双驱动”转型

陈清泰

中国电动汽车百人会理事长

在电动汽车产业发展的孕育期，政府是新能源汽车的第一推动力，以2015年新能源汽车产销量超过汽车总产量的1.5%为标志，表明国家的鼓励和支持政策已经趋于完善，并得到了大多数试点城市的积极响应。更加可喜的是，市场对电动汽车的拉动力开始显现，电动汽车技术逐渐被消费者所接受，潜在的消费人群在迅速增长。但是，目前总体上来说，电动汽车还是一个高度依赖政策的市場，它的不可持续性也越来越明显。在产品的导入期，政府出台了多种形式的购车补贴激励政策，弥补了产品技术成熟度不足和初期的高成本，较快地启动了电动车市场。但是，财政的激励政策难以很好地体现对产品技术水平提升的导向和对降成本的激励，也就是说，它的导向是先把规模搞上去。在这个时候，往往会出现企业追逐补贴、鱼龙混杂、泥沙俱下的情况。

当前，从总体上看，提高技术水平、降低生产成本，仍然是发展的主题；创新技术、降低成本，离不开政策的支持。但是，它更需要的是市场，需要市场的激励、倒逼和筛选。种种情况表明，电动汽车发展的动力应该由政策驱动转向市场、政策双驱动，促进产业进入成长期。

发展动力的转型，意味着政府应该更加关注创造好的市场环境，促进创新、鼓励竞争、加强监管、完善基础设施，并选用具有普适性的激励工具和倒逼政策措施，使电动汽车逐步向非试点城市扩展。发展动力如何平稳转型，而不致大起大落？合理的政策设计和政府与市场这两只手的协调配合至关重要。

一、有序放宽市场准入，强化市场监管

汽车技术的电动化与信息化、智能化和新能源革命交集，形成了一个举世瞩目的创新平台。在这个平台上，有太多的机会，给众多行业提供了丰富的想象空间。面对革命性的技术替代和升级，传统骨干汽车企业往往会踌躇和犹豫，而后起者和新进入者却看到了机会，他们甘愿冒险参与一搏。这是实现产业升级不可或缺的重要因素。

在政策上，应该欢迎新的进入者，但是政府决不能鼓动或者忽悠投资者进入，应让投资者自主决策、自担风险。另外，要以强制性技术标准和相关的法规为准绳，严格市场监管，使违规的企业和不达标的产品入市受到严厉的惩罚，目的就是要建立一个好的产业生态，不会出现劣币驱逐良币的问题。



二、要打破地方保护和壁垒，创造好的竞争环境

2009年开始实施的“十城千辆”工程，受到了很多城市的欢迎，地方政府有支持本地新能源汽车发展的强烈意愿，非常希望借助国家试点，推动实现本地的产业目标。销售的电动车可以获得力度很大的国家补贴，地方政府也甘愿给予配套资助。试点城市结合本地情况制定政策、制订实施方案，可以借助试点的机会，提升本地的交通、产业和环境治理水平。

试点确实调动了相关城市的积极性，他们动用当地资源，形成小环境，率先示范应用，使我国较快开启了全球最大规模的示范应用。在这个过程中，出现了很多创新，也发现了很多问题，探索出了很多解决途径，积累了丰富的经验。

在这个过程中，开辟了中国特色的促进新产业走向成熟的途径。但是，也存在一些问题。其中一个问题是，地方的目标与国家的目标并不完全一致，在执行国家政策的时候，有时候就会跑偏。比如，一些城市不太情愿以本地的财政来补贴外地企业，不太愿意向外地企业开放本地的市场，特别是公共交通、公共事业的市场。有的城市设定地方补贴目录，有的要求在本市销售必须在本地设厂，有的要求使用本地厂的电机和部件，有的规定充电桩只能由本地企业投资建设，如此等等。地方保护抑制了市场的激励、倒逼和筛选作用，造成优势企业得不到好的发展，劣势企业也失去了在竞争中提高的机会，可以说这是两败俱伤的做法。把企业最终引向了对政府和政策的依赖，削弱了创新技术、提高竞争力的动力。在认真贯彻国务院禁止市场保护规定的同时，应该总结、评估试点政策，适时使国家的政策普世化，在全国范围内建立有序、竞争的产业生态。

三、给全社会一个长期稳定的预期

汽车动力技术的变革，不仅涉及汽车业，而且涉及国家能源的结构调整、分布式能源的发展、基础设施的改造和建设，直至智能交通、智慧城市建设的大思路。其中，需要诸多政府部门、行业、大量企业的参与，要经历一个很长的过程。因此，国家新能源战略成功的一个重要条件，就是必须给全社会一个长期稳定的预期，使其纳入相关产业企业的长期发展战略。实践证明，几年一个周期的政策，不足以引导市场的长期行为，现行的两级财政补贴政策，不仅是地方保护的一个根源，而且一些城市已经感到财政压力过大，还出现了骗补、补贴过度等问题。值得注意的是，一些车企，在决策产品开发时，受到很强的补贴导向，行为短期化。而一些用户购车消费时，宁愿扭曲真实的需求而获取更高的政府补贴，这就使得政府的政策干预了技术路线，结果将造成更大的结构性扭曲。应该进一步研究实施非财政直接补贴的，与燃油消耗量限值相联系的零排放积分政策，政府的经济激励政策应该坚持几个原则：一是要释放政府长期致力汽车电动化的信号；二是在激励和倒逼双向发挥作用，但是不干预技术路线；三是利用碳排放原理，在高排放与零排放或者小排放之间交叉补贴，财政补贴淡出；四是发放5~10年甚至更长时间的指标，相关指标要便于



检测和监督，防止过度；五是要具有普世性，可以在非试点地区展开。

四、支持企业开发，依托市场自行发展多样化的产品和商业模式

在进入产业化阶段后，要发掘消费者需求，打开市场出口，主要依托市场的力量自行发展，这比什么都重要。

目前，在中等级别主流纯电动汽车还是政策驱动的市场，而在一些细分市场和一些新型商业模式，却正在走向政策支持下的市场驱动发展轨道。此时，政府应该保持技术中立，鼓励企业以新产品、新商业模式发掘当前的技术成熟度，可以较好支撑经济上又能被用户接受的细分市场，实现以空间换时间，护送中国的电动车产业走向成熟。

分时租赁商业模式，以租代买，解决了车价高的问题，只管用不管充电，解决了停车和充电难的担心，面对短途需求，可以满足续航里程的要求，使用成本低，又能满足自驾的偏好，成为现阶段很有希望的一种商业模式。

短途、小型、低速、实用型的电动车，在大城市的物流最后 1km，环卫、公交接驳、公安巡逻、市政工程、机场物流、旅客摆渡，以及老年人代步等方面，异彩纷呈。在一些中小城市和城乡结合处，作为乘用车更是快速发展。在这个领域，车价高、充电难、续航短的问题几乎都不存在，用户愿意买，企业愿意生产，地方政府则默许。我想，如果我们政策得当，很快会发展成为一个千万辆级的大市场，不仅会成为活跃城乡经济、拉动经济增长的一大亮点，而且将使各类短途交通机动化，不需通过燃油车的过渡而直接进入电动化时代，产生巨大的社会效益。

目前，在这个方面还存在着一些争议，但这一类需求是现实的，也是合理的。面对现实，可考虑责成地方政府给他一个名分，制定车辆技术标准、质量标准，明确路权，纳入地方交通管理，将其引上健康发展的轨道。待条件成熟的时候，纳入国家管理的范畴。

2000 年前后，美国、欧盟、日本及时修改道路交法规，均释放了低速电动车的潜在市场，他们的经验值得我们借鉴。

在多种利好政策驱动下，我国电动汽车实现了超高速增长，形势喜人。根据我国的经验，在市场高速增长时，一些企业的主要精力会被引向产能扩张，往往会忽略技术、质量和安全。电动汽车产业化刚刚起步，技术爬坡还有很大的空间，决定未来竞争地位的基础还是技术、产品质量和服务，在满足不断增长市场需求的同时，一定要持之以恒地创新技术、夯实基础、精益求精、确保安全，实现可持续发展，切不可昙花一现。

2016年7月

前言

“全球主要新能源汽车市场电动汽车政策对比”作为中国电动汽车百人会（以下简称“百人会”）基础研究课题之一，于2014年底立项，对包括中国、美国、欧洲和日本的新能源汽车（纯电动汽车、插电式混合动力汽车、燃料电池汽车）主要政策进行跟踪、梳理和分析评估工作。课题组研究团队包括来自中美欧日四个地区的专家和研究者，并得到了能源基金会、德国国际合作机构（GIZ）的支持，主要以当地视角来研究该地区市场的政策情况，并致力于将全球先进经验引入包括中国在内的不同新能源汽车市场，为相关的政策制定者提供参考。

由于该课题为持续性研究，本书是该课题首次出版的年度研究报告集，由中美欧日多位研究人员和行业专家共同撰写完成。研究成果包含以下板块：

1. 全球新能源汽车激励工具包总体评述

本部分主要通过对美国、欧洲、日本和中国相关政策的解读，共抽取41种激励工具，形成全球新能源汽车激励工具包，并针对每一种激励工具进行解读、评价和举例说明，为中国和各城市地方政府制定新能源汽车推广政策提供相关参考。

2. 中国新能源汽车政策及乘用车激励工具分析

中国部分主要对我国新能源汽车中央和地方政策进行梳理，抽取、统计了各地方政府推出的激励工具，并以城市为样本分析激励工具对新能源乘用车销量的影响，提出现阶段新能源乘用车推广的敏感政策和激励工具。同时，通过典型城市案例分析，总结了不同推广效果的城市政策特点。最后，提出了我国新能源汽车推广的政策建议。

3. 美国各级政府电动乘用车激励政策量化评估

美国部分从不同层面对于在降低电动车成本和促进电动车销售方面的政策措施作用进行了量化评估，分析了美国各州和25个主要大城市区域的政策措施对电动车发展的影响作用，发现了几个重要影响关键点，得出了研究结论并提出了下一段的研究计划。

4. 欧洲新能源汽车政策综述及分析

欧洲部分主要探讨了欧洲五大电动汽车市场（德国、英国、法国、荷兰及



挪威)的电动汽车激励政策,包括推出插电式混合动力汽车(PHEV)和纯电动汽车(BEV);分析了各国国家级财政与非财政激励措施,并对其中十个欧洲城市或地区进行了个案研究,探讨地方政府该如何对国家激励政策进行补充完善,并提出了相关的建议与最佳实践方案。

5. 日本电动汽车相关政策发展综述

日本部分主要是关于电动汽车相关政策的综述。本部分从宏观政策层面、财税和非财税激励政策方面介绍了日本电动汽车政策,分析了政策特点以及政策间的组合效应,对目前政策存在的主要问题进行了阐述;并提出了相关政策展望与建议。

6. 加州零排放车政策实施回顾和介绍

该部分主要介绍了加利福尼亚州(以下简称“加州”)零排放政策的历史背景,零排放政策的具体要点、支撑文件以及政策所取得的效果,重点分析了加州零排放政策的特点与面临的挑战。同时,该部分阐述了零排放政策对中国的重要借鉴意义,并对中国发展新能源汽车提供了想法和建议。

第一、二章主要由张娟、张百杰、李振锋、董超(“百人会”研究咨询部)撰写,刘斌、方海峰(中国汽车技术研究中心新能源汽车与财税政策研究室)协助完成了中国政策的梳理和编写;第三章内容由杨子菲、Nic Lutsey、Stephanie Searle、Sarah Chambliss、金伶芝、Anup Bandivadekar(ICCT美国)撰写,Drew Kodjak、何卉(ICCT美国)进行了积极协调;第四章由Uwe Tietge、Alex Campestrini、Nic Lutsey、Peter Mock(ICCT欧洲研究室)撰写,Christian Hochfeld、白云峰(GIZ)对其提供了国际方面的支持;第五章由李春利及张钟允(日本爱知大学)撰写;第六章由王云石(加州大学戴维斯交通研究院中国能源和交通中心)撰写。全书由本书主编张永伟(“百人会”首席专家)终审定稿。在课题组的前期召集和搭建过程中,龚慧明(能源基金会中国)进行了积极的协调,并提供了大力支持。

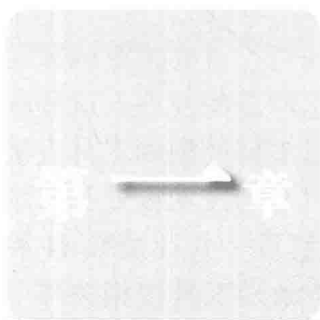
在课题立项和研究过程中,“百人会”顾问、工业与信息化部副部长冯飞同志给予了很多指导。“百人会”理事长陈清泰同志、副理事长欧阳明高教授对课题研究和内容设计也多次进行指导。他们的很多思想和建议,对研究工作能顺利完成有重要意义。本书的出版还凝聚了许多人的心血,书中存在的不足之处恳请专家、读者给予指正。

目 录

序：由“政策驱动”向“市场—政策双驱动”转型

前 言

第一章 全球新能源汽车激励工具包总体评述	1
第一节 激励工具包框架	2
第二节 激励工具包解析	5
第二章 中国新能源汽车政策及乘用车激励工具分析	27
第一节 中央及地方政策解析	28
第二节 示范城市乘用车激励工具分析	39
附录	69
第三章 美国电动乘用车激励政策量化评估	77
第一节 简介	78
第二节 方法论	78
第三节 结论与发现	89
第四节 案例研究	96
第五节 总结	100
附录	102
第四章 欧洲电动汽车主要推广政策分析与对比	103
第一节 简介	107
第二节 欧洲环境	112
第三节 国家和地区分析	115
第四节 电动汽车市场与激励政策对比	161
第五节 结果讨论	168
第六节 结论	170
附录	172
第五章 日本电动汽车相关政策发展综述	174
第一节 宏观政策层面	175
第二节 推广应用政策	177
第三节 政策特点分析与政策之间的组合效应	181
第四节 目前政策存在的主要问题	183
第五节 政策展望与建议	185
第六章 加州零排放车政策实施回顾和介绍	191
第一节 历史背景	192
第二节 加州零排放政策	194
第三节 加州零排放政策对中国的借鉴意义	208
第四节 相关法律和法规	211
参考文献	214



全球新能源汽车 激励工具包总体评述

编写人：张娟、张百杰、李振锋、董超
中国电动汽车百人会



第一节 激励工具包框架

新能源汽车作为新生事物，其前期发展需要政府的扶持。世界主要国家相继出台了各类型的扶持政策，从不同方面推动新能源汽车产业的发展。这些政策中可具化实施的措施在本书中称作激励工具。政府通过多样的激励工具直接或间接地鼓励新能源汽车的制造和使用，以促进新能源汽车的技术提升和市场推广。本书通过对美国、欧洲、日本和中国相关政策的解读（共计抽取 41 种激励工具），构成全球新能源汽车激励工具包。工具包将激励工具按相关环节分为生产、购置、使用和基础设施四大类，并按激励形式是否涉及资金给付分为货币和非货币两大类，详见表 1-1。

表 1-1 新能源汽车激励工具包

环节	序号	激励工具名称	货币 / 非货币 (Y/N)
生产类	1	车型开发奖励	Y
	2	生产 / 营销奖励	Y
	3	零排放车辆 (ZEV) 计划	Y
	4	碳排放限额与交易计划	Y
购置类	5	购置 / 租赁补贴	Y
	6	购置税费减免 / 关税减免	Y
	7	城市限购	N
	8	宣传体验	N
	9	乘用车使用补贴	Y
	10	整车置换补贴	Y
	11	营运指标奖励	N
	12	公务车电动化指标	N
	13	大宗采购优惠	Y
	14	营运许可 / 特许经营权	N
	15	销售网点建设补贴	Y
	16	购物券奖励	Y
	17	购车贷款优惠	Y
	18	固定资产折旧率提高	Y
使用类	19	电价优惠 / 补贴	Y
	20	车船税 / 车辆使用税费减免	Y
	21	公共充电设施免费充电	Y
	22	停车优惠与便利	Y
	23	专用车道	N
	24	不限号出行	N
	25	零排放区域	N
	26	减免道路桥梁隧道通行费	Y
	27	车辆检测费用减、免 / 年检专用通道	N



(续)

环节	序号	激励工具名称	货币 / 非货币 (Y/N)
使用类	28	公交运营补贴	Y
	29	出租车运营补贴	Y
	30	动力电池回收利用补贴	Y
	31	保险费用优惠	Y
	32	专用泊车区域	N
	33	企业纳税抵扣奖励	Y
	34	提高燃油税	Y
	35	免收道路拥堵费	Y
	36	可再生能源充电补贴	Y
基础设施类	37	基础设施建设直通窗口	N
	38	充电基础设施建设补贴	Y
	39	充电基础设施建设用地优先满足	N
	40	专用停车位建设补贴	Y
	41	公共充电桩在线管理服务系统	N

注：城市限购（序号7）主要针对针对燃油车购买上牌的限制措施，既包含北京的摇号措施，也包含上海的高额牌照费，即以行政或经济手段限制燃油车的购买。尽管上海市新能源汽车上牌可以免除高昂的牌照费，但该工具主要通过行政手段区别对待燃油车和新能源汽车，因此城市限购在本书中作为非货币类工具处理。序号27中，年检费用在车辆整个使用寿命期内很少，因此这里主要考虑新能源汽车年检次数减少、项目减少和增设专用通道带来的时间节省，遂将其划归非货币类工具。

生产类激励工具：主要指对新能源汽车生产环节发挥作用的激励工具。一些城市为鼓励本地新能源汽车的研发和生产，推出一些激励工具以激励本地企业研发、试制出更适应消费者需求的高质量车型。也有一些城市对量产车型的生产企业给予产、销量方面的奖励。目前，国内城市的生产类激励工具主要有车型开发奖励和生产/销售奖励两种。国外比较有特色的工具包括美国加利福尼亚州（以下简称加州）的零排放汽车政策，以及欧美国家广泛使用的碳排放限额与积分交易计划，这两种工具对于汽车生产商的影响较大。

购置类激励工具：主要指对车辆购置环节和购置行为发挥作用的激励工具。目前国内的购置类激励工具主要有购置/租赁补贴、购置税减免、限购城市对新能源汽车的不限购政策、对新能源汽车开展的宣传体验活动、购买时政府一次性给予的乘用车使用补贴、整车置换补贴、营运指标奖励、大宗采购优惠、营运许可/特许经营权、销售网点建设补贴以及各地方政府要求的公务车电动化指标等。这类工具通过购买优惠或者给予特许经营权等权利，对消费者选购燃油车还是新能源汽车的决策产生一定的影响。

使用类激励工具：指政府针对车辆使用过程推出的，旨在提高车辆使用便利性的激励工具，主要有电价优惠/补贴、车船税等使用税费减免、公共充电设施免费充电、停车优惠、有权使用专用车道、不限号出行、减免道路桥梁通



行费、车辆检测费用减免/年检专用通道、保险费用优惠、出租车运营补贴和蓄电池回收利用补贴等。

基础设施类激励工具：指政府为加快基础设施建设和运营，实现城市充电基础设施适度超前建设目标所采用的激励工具，主要有基础设施建设直通窗口、基础设施建设补贴、基础设施用地优先满足、专用停车位补贴（对于设立新能源汽车专用停车位的社会停车场，按车位上的基础设施给予一定数额的补贴）和公共充电桩在线服务管理系统等。

货币类（财税类）：主要指政府或者相关组织为促进本地新能源汽车的发展，在不同环节以补贴、税费减免等方式给予相关产业和消费者一定数额的资金奖励，如购置补贴、购置税减免、车型开发奖励、使用费减免和基础设施建设补贴等。这些资金主要来源于财政和税收，因此也称为财税类工具。

非货币类（非财税类）：主要以非货币形式体现的激励工具，如不限号出行、专用泊车区域和设立办事直通窗口等。

经过梳理，国内外现有激励工具共 41 种，为了更直观地观察工具包的构成，特绘制了激励工具包结构图，如图 1-1 所示。



图 1-1 激励工具包结构图

图中，蓝色外框表示国外特有激励工具，且国内暂无城市使用该激励工具；红色星代表货币类激励工具，绿色星代表非货币类激励工具。41 种激励工具中，生产、购置、使用 and 基础设施类的工具数量分别为 4、14、18、5 种。其中，28 种以货币形式体现，13 种以非货币形式体现。由此可见，国内外主要通过货币类激励工具推动新能源汽车的发展，且激励工具主要集中在购置和使用环节，生产研发以及基础设施方面的激励工具种类相对较少。当然，



这也和四个环节本身的特点有关：在购置和使用环节，可以激励的项目相较于生产研发及基础设施来说更加灵活。同时，从市场驱动的角度来看；新能源汽车前期市场较小，政府大力推动新能源汽车的销售，并完善车辆使用环境，将反过来推动企业的生产研发，因此，目前大量工具集中于车辆的购置和使用阶段，符合新能源汽车推广应用的阶段性需求。但是，新能源汽车的推广使用，必须依靠更为完善的充换电基础设施布局，而从全球范围来看，目前在基础设施建设运营上的激励工具相较于车辆端的激励，灵活性还不够。

国外特有的激励工具现有 10 种，主要涉及生产研发领域、金融类购置政策以及使用环节的多样化激励。例如生产类的 ZEV 计划和碳排放限额与交易计划，购置类的贷款优惠和使用类的特色税费减免激励。ZEV 计划和碳排放限额与交易计划分别从先进车辆技术、能源角度对汽车企业施加压力，加速新能源汽车研发和生产进度，值得国内借鉴。电动公务车采购支持、低息购车政策、允许企业加快新能源汽车的固定资产折旧速率等金融类政策，降低了消费者的购置支付成本并增加了企业短期资金流动性，有效促进了新能源汽车销售。在使用阶段，国外个别城市通过提高燃油税，增加企业纳税抵扣奖励，免收拥堵费及针对车位紧张小区建立专用泊车区域等多角度的激励措施，为新能源汽车使用提供优惠和便捷。国外特色激励工具为我国新能源汽车的推广提供了很多参考。

由于各地区的政策环境和使用场景不完全相同，上述激励工具在世界各国的使用情况会有一定差异，概念也可能不一致，以下主要按照我国的话语体系及使用场景对各种激励工具进行解释和说明。

第二节 激励工具包解析

一、生产类

1. 车型开发奖励

地方财政针对辖区内车辆生产企业研发的具有较高技术水平、较好节能减排效果，且列入《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录》的新能源基础车型给予一次性资金奖励，以鼓励和引导车辆生产企业积极研发新能源汽车。例如江苏省财政厅联合经信委发布的《2015 年江苏省新能源汽车推广应用省级财政补贴实施细则》，规定对省内企业新研发的新能源基础车型，按照车辆类型给予每款车 50 ~ 80 万元的一次性资金奖励。广西壮族自治区对列入国家《节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录》的车型每款给予 50 万元的一次性奖励。

车型开发奖励主要用来激励新能源汽车企业加快车型开发和技术升级，为销量的提升做车型和技术准备，目前对销量的直接激励效果尚不明显。



2. 生产和营销奖励

地方政府为鼓励辖区内汽车生产商研发、生产新能源汽车，提升辖区内经销商销售新能源汽车的积极性，由地方财政对完成计划生产任务及销售额的生产企业及经销商给予直接的资金奖励。例如武汉市政府表示，在武汉投资生产新能源整车的重点企业，节能与新能源汽车年产量首次突破 1000 辆、5000 辆和 1 万辆时，分别可获政府一次性奖励 200 万元、1000 万元和 2000 万元。

这种激励方式主要通过激励生产企业提高产销量，从车辆制造端推动新能源汽车的应用，并对新能源汽车的销量产生一定的积极影响。但整车企业生产和营销的积极性主要取决于市场需求，而现阶段新能源汽车的市场需求较小，且车辆研发成本较高，因此激励工具的效果在推广初期并不明显。当市场达到一定规模时，受到市场规律的影响，整车企业生产和营销新能源汽车的积极性也会相应提高。

3. 零排放车辆（ZEV）计划

“零排放车辆计划”是美国加州空气资源委员会为控制交通排放、提高空气质量而提出的一项举措，力图通过政策干预的手段促进低排放和零排放汽车的技术革新和推广应用机制。加州于 1990 年开展该计划，1998 年开始实行 ZEV 积分政策，虽经多次修订，但减排目标始终保持长期性和强制性，且相关指标每年都有提高。该政策的核心内容是要求汽车制造商在加州销售的乘用车和轻型车中，必须包括一定比例的零排放车辆（ZEV）或者部分零排放车辆（PZEV）。通过强制规定大型汽车生产企业零排放汽车销售比例（为确保公平性，对不同规模的车企设定了不同的零排放车辆销售目标），用政策手段赋予其生产、销售零排放汽车的责任，迫使企业推广零排放汽车。同时，引入积分机制并允许积分交易，构建市场机制，一方面使不能完成既定任务的车企能够通过购买积分完成目标，另一方面使能力充裕的车企可以通过积分交易获取部分资金，以加速先进技术车辆的研发和试制，从而达到优化资源配置的目的。现行的 ZEV 积分机制不仅着眼于推动新能源汽车的生产和销售，还注重通过积分发放促使新能源汽车的使用落到实处。该计划指导加州的汽车生产厂商通过逐渐替换原有车辆类型来增加零排放汽车的数量，计划到 2020 年底，实现已售轻型汽车中至少有 25% 是零排放汽车的目标。计划到 2025 年前，加州路面的零排放汽车数量达到 150 万辆。清洁高效的汽车每年将会替代 15 亿 gal（约 56.8 亿 L）汽油燃料，可实现交通领域温室气体排放 1990 年排放量的基础上减少 80%。截至目前，美国共有 8 个州在零排放车辆合作协议上签字，加州之外的 7 个州分别是纽约州、马萨诸塞州、马里兰州、俄勒冈州、康涅狄格州、罗得岛州和佛蒙特州。

零排放车辆计划是长期鼓励无尾气排放技术创新的管制条例。它要求汽车