

加州零排放汽车项目及对中国地方新能源汽车推广的经验借鉴

中国汽车技术研究中心
汽车产业政策研究室
2014年12月

目 录

一	加州零排放车（ZEV）法案介绍	1
1	加州零排放车法案的实施背景和目标	2
2	加州零排放法案总体思路	3
3	加州零排放法案实施步骤	4
4	加州零排放车法规的成效	8
二	汽车行业实施信用额度交易等灵活性措施的必要性、可行性分 析	10
1	中国实施信用额度交易的必要性和可行性	10
2	中国实施新能源汽车规定及积分管理的基本思路	11
三	对示范推广的影响分析及相关建议	15
1	对汽车行业的影响	15
2	对汽车企业的影响	16
3	对地方新能源汽车推广的相关建议	17

节能与新能源汽车代表汽车工业的发展方向，是汽车产业应对能源安全、气候变化和结构升级问题的重要突破口。加快节能与新能源汽车产业发展，是促进中国汽车工业长远发展的必然选择。各国都在大力支持节能与新能源汽车发展，中国政府也将新能源汽车产业列为战略性新兴产业，并将出台系统性的政策措施来推进节能与新能源汽车产业化。

加州零排放汽车（Zero Emission Vehicle, 简称 ZEV）规定在推动电动汽车普及方面效果显著，尤其是其积分交易制度为特斯拉等优势企业提供了足够的市场激励和积分收入，促进了汽车企业不断加大技术研发投资，实现电动汽车的快速推广。为实现我国确定 2015 年、2020 年新能源汽车累计产销量分别达 50 万辆和 500 万辆的目标，加快推广新能源汽车，京津冀、珠三角、长三角地区等污染重点领域有必要充分借鉴加州 ZEV 法规，激励新能源汽车企业和市场的快速发展。

一 加州零排放车（ZEV）法案介绍

加州的零排放汽车法案作为推动零排放车（ZEV, Zero Emission Vehicle）的重要政策，在推动零排放车普及方面取得了较大的成功，其实施情况和成功经验值得我国节能管理与新能源汽车推广借鉴。

1 加州零排放车法案的实施背景和目标

1980 年代，加州面临严重的环境污染问题，为减少汽车尾气排放和治理大气污染，加州从 1990 年开始推广零排放汽车，实施强制性的 ZEV 规定，通过强制规定企业零排放汽车销售比例和允许积分交易相结合的方式，迫使汽车企业推广零排放汽车。

移动源排放的臭氧和颗粒物占到了加州的 50%，排放的二氧化碳则占到温室气体的近 40%。为了实现达到健康空气质量标准和温室气体减排目标，加州空气资源委员会制定了针对轻型车（包括轿车和轻卡）污染物排放和温室气体排放的综合性政策法规，零排放汽车项目是其中的重要内容。1990 年时，加州认为依据传统技术所预测的改进不足以满足空气质量标准，为此实施了零排放汽车项目，零排放汽车法案作为零排放汽车项目中的一部分开始实施。经过多次修订，逐步形成了加州零排放汽车 1.0 版本（到 2017 年）和 2.0 版本（2018-2025 年）。加州 2012 年 3 月签发 B16 州长令，提出加州交通温室气体排放到 2050 年在 1990 年基础上消减 80% 的目标和到 2025 年要实现 150 万辆零排放汽车的拥有量。

1990 年后法案基本框架无变化，主要目标为：（1）推进先进汽车技术的发展，包括混合动力车，蓄电池电动车及燃料电池汽车 (FCVs)；（2）在加州创立并扶持“零排放汽车 ZEV”行业；（3）减少温室气体 (GHG) 排放量；（4）降低对石油总量及进口石油依赖度。

2 加州零排放法案总体思路

加州零排放汽车法案通过强制规定企业零排放汽车销售比例和允许信用额度积分交易相结合的方式，迫使企业推广零排放汽车。总体思路是要求在加州汽车销售量达到 4500 辆以上的大中型企业必须具备一定的零排放车辆信用额度积分，以企业传统车年销量乘以零排放车占比要求（如：2012-2014 年为 12%）来确定企业应达到的积分目标。企业可以通过销售各种零排放车和清洁汽车（“金”车、“银+”车、“银”车和“铜”车）来满足，也可以通过购买其他企业的富余积分（额度交易）获得，否则必须按照健康安全法向加州政府缴纳每个积分 5000 美元的罚款

（1）政策目标：2025 年前 15% 的新车销量为零排放汽车。

（2）适用区域：加州及另外 7 个州（包括：康涅狄格州、马里兰州、马萨诸塞州、纽约州、罗得岛州、俄勒冈州和佛蒙特州）。这 8 个州零排放车辆 15% 的市场份额将转化为整个美国电动汽车市场至少 3% 的市场份额（8 个州在美国汽车市场中占 23% 的市场份额）。

（3）零排放车定义：纯电动和氢燃料电池汽车。

（4）车型包括：乘用车、轻型货车和中型车。

（5）指导原则：一是零排放车辆的大规模商业化是实现加州远期温室气体减少、空气质量提高和石油独立目标的根本所在；

二是零排放车需要强制推广；三是必须简单化；四是本政策有效合理的关键是透明；五是目标明确

3 加州零排放法案实施步骤

主要实施步骤为：先根据企业销量（传统车）确定企业规模（不同规模企业的要求有差异），与加州年度零排放车目标相结合，确定企业零排放车积分目标。然后根据车辆排放和技术水平将车辆分为四类车，每类车型的排放车积分（或信用值）不等，根据车型销量和单车积分加权计算企业的总积分。最后，达不到积分目标的企业可以向其他企业购买，或者向政府购买积分。详细步骤具体如下：

（1）根据政策实施前的前三年销量平均值确定企业规模。因为认识到零排放汽车需要投入较大的研发、产业化、推广成本，中小型企业无力承担，为此，加州主要根据企业规模的大小设定不同的 ZEV 要求，规模越大的企业要求越严格。企业规模根据政策实施前三年销量平均值确定。

具体来说，根据汽车企业乘用车、轻型货车和中型车的总计销量将企业划分为小规模生产商（加州年销售量低于 4500 辆）、独立小规模生产商（加州年销售量低于 10000 辆）、中等规模生产商（年销售量介于 4501 与 60000 辆之间）、大规模生产商（年销售量大于 60000 辆）。

如果企业规模增加，给予 5 年的过渡准备期；如果规模减少，则转年开始计算；如果兼并，则给予 3 年的过渡准备期；如果一

家厂商拥有另一家厂商大于等于 50%的所有权，那么在确定规模时这两家生产厂家的销售量合并计算。

(2) 根据往年法（开始实施年的前 4、5、6 年销量平均）和当年法（开始实施的那一年销量）为基准，确定企业（传统）汽车销量。企业销量是确定企业 ZEV 积分目标的前提，销量越大则其积分目标越高。

(3) 设定加州年度目标（ZEV 占传统车占比），企业销量乘以年度目标则为企业零排放车积分总目标。生产企业积分目标根据加州年度零排放汽车目标确定。加州年度目标逐年提高，分别从 2009-2011 年的 11%、2012-2014 年的 12%提高到 2015-2017 年的 14%和 2018 年后的 16%。譬如，2014 年一家年销量为 10000 辆的汽车企业，其积分目标为： $10000 \times 12\% = 1200$ 积分。

(4) 零排放汽车界定及金车积分要求。企业可以通过销售各种零排放车来实现零排放车积分目标，为此，加州根据不同类型技术将零排放汽车界定为金、银+、银、铜车，其中纯电动和氢燃料电池汽车为金车，插电式混合动力为“银+”车，普通混合动力和压缩天然气汽车等为银车，其他清洁汽车为铜车。

企业除了应达到总体积分目标，还应实现金车积分目标。2012-2014 年零排放车的总体比例必须达到 12%，其中金车比例要达到 0.79%。譬如，一家年销售 1 万辆的企业，其零排放车积分总目标为 1200 积分，同时其金车积分目标为 $1 \text{ 万辆} \times 0.79\% = 79$ 积分，这 79 积分企业必须通过生产金车或购买金车积分获得。

2015-2017 年零排放车的总体比例提高到 14%，其中金车比例提高到 3%。

表 1 历年零排放车额度值目标

	总体目标	ZEV (最低要求)	TZEV	AT PZEV	PZEV
2012-2014	12%	0.79%	2.21%	3%	6%
2015-2017	14%	3%	3%	2%	6%

(5) 车辆(单车)积分的确定。纯电动汽车单车积分根据纯电续航里程的不同分为 2、2.5、3、4、5、7 分。一辆续航里程在 300 英里以上的特斯拉的积分为 7 分。

表 2 零排放汽车(纯电动汽车)的界定及单车积分

车型	定义	排放信用/车
5 型	300 英里以上可行驶里程 FR*(快充)	7
4 型	200 英里以上可行驶里程 FR*(快充)	5
3 型	100 英里以上里程 FR*(快充)或 200 英里以上可行驶里程	4
2 型	100 英里以上可行驶里程	3
1.5 型	75-100 英里可行驶里程	2.5
1 型	50-75 英里可行驶里程	2

插电式混合动力、普通混合动力和其他清洁汽车根据(1)部分零排车基础积分[0.2分]、(2)零排放燃料循环积分[0.3分]、零排放行驶英里数积分(根据等效全电动行驶里程确定不同分值)、先进零部件积分(根据峰值输出功率和牵引电压确定不同分值)四项确定。

(6) 积分结转和企业间的积分交易。制造商超过积分要求的富余积分可以被储存转为将来使用,也可以出售给任何企业。

为避免受到政府的处罚，未达到要求的汽车企业一般向其他企业购买积分。

(7) 区域间的积分转移。依据“清洁空气法案”第 177 款，零排放车排放信用可以用来满足加州零排放车的要求，以及转移到其他州用来满足的要求。在加州的零排放车可以参照“销量比值”转移到符合第 177 条的州，例如某制造商在纽约州的销售量只有加州销售量的 50%，其在加州的 10 辆 3 型零排放车为 40 个排放信用，如果转移到纽约州的 3 型零排放车排放信用则只有 20 个排放信用。康涅狄格州、马里兰州、马萨诸塞州、纽约州、罗得岛州、俄勒冈州和佛蒙特州等 7 个州也加入了加州零排放车法案，在加州的零排放车积分可以按照“销量比值”的计算原则转移到其他七个州。

(8) 厂商上报职责。在实施年的转年 5 月 1 日前，厂家必须要完成所有的报告。比如 2008 年实施，则报告要在 2009 年 5 月 1 日完成。生产商在 9 月之前还可以更新报告，不受规章制约的厂家可以随时提交排放信用，并可以随时报告排放信用的交易或销售情况。

(9) 罚则。企业未达到积分目标，则有额外 2 年的时间来弥补零排放车辆赤字。如果企业仍不满足规定，必须接受健康安全法 (HSC) 第 43211 款所规定的经济惩罚，即 5000 美元/积分。

4 加州零排放车法规的成效

加州的零排放法规对加州新能源汽车的推广起了重要的作用，主要的成效为：一是在强制性要求及多项政策的推动下，新能源汽车在加州加速普及。加州已成为新能源汽车的重要销售市场，2013年加州电动汽车销量已经占到美国的44%。二是加州ZEV规定成为加快电动车供给多样化的强劲推动力。财务罚款的风险迫使汽车企业增加清洁车型规划，推动清洁车辆研发创新，为加州消费者提供了多样化的零排放车产品。三是ZEV规定尤其是积分交易制度，为特斯拉等创新型企业提供了良好的成长土壤。积分交易为特斯拉等企业提供了足够的市场激励和积分收入，2013年第一季度特斯拉积分交易获利6800万美元，这有效促进其加大技术研发投资。此外，积分交易也为汽车制造商提供了合规的灵活度，而不会影响零排放车强制要求的总体目标。四是电动汽车市场快速增长带动了充电基础设施等相关产业的发展。充电基础设施建设、汽车销售和售后服务的投资在电动汽车增长带动下加快发展。

（一）“胡萝卜+大棒”的激励政策和惩罚措施有利于市场发展。加州采取“胡萝卜+大棒”的激励政策和惩罚措施有助于培养电动车环境：从需求角度，在加州，降低车辆销售价格，鼓励价值体验，提供专用车道、专用停车场，完善基础设施，消费者的需求侧管理，以实现新技术的转变；从供应角度，ZEV政策强制企业必须将清洁汽车计划纳入企业规划，否则将遭受每个积

分五千美元的罚款。同时也允许积分交易，提供更多的零排放汽车的出发点，企业都被激励去提供零排放汽车。

（二）ZEV 是应对供应侧的问题的一个非常有效的政策。加州特斯拉电动车销量占美国销量的 44%，2013 年在加州，有超过 15 种电动车车型供消费者选择。特斯拉拥有超快充电网络，基础设施与汽车销售同步进行，提供 270 公里续驶里程，充电时间 30 分钟，根据电动车市场来进行选址，随着市场不断繁荣，基础设施也就不断完善，在加州汽车销售和服务方面投资超级充电的投资要比在其他州投资更多，所以对于特斯拉和其他汽车企业来说，加州对于电动车市场来说是一个非常理想的发展的地方，特斯拉在加州的市场反映了 ZEV 规定的成功。

（三）积分交易是基本的组成部分，有助于特斯拉的创新，同时还能够满足 ZEV 政策的目标。积分交易很重要，因为所有汽车企业并非都是 ZEV 专家，对于消费者来说，重要的是有不同的消费选择，如果所有车都被迫成为电动车，消费者就失去了多样性的选择需求。

通过积分交易，整个的汽车产业能够继续为消费者提供最好的、不同的产品类别。但政府想设置电动车方面的标准也要得到满足，在加州整个汽车产业是超越 ZEV 的要求。最后从特斯拉的角度来看积分交易，使 S 系列能够在美国上市，然后在全世界上市，这也为创新做出了贡献。

二 实施 NEV 积分管理的必要性、可行性分析

1 中国实施信用额度交易的必要性和可行性

新能源汽车代表汽车产业的发展方向，发展新能源汽车是解决车用能源问题的根本途径。世界各主要汽车生产国都把发展新能源汽车上升为国家战略，从财税优惠、研发支持、充电设施建设、使用环境等方面加大扶持力度，尤其是美国加州通过强制规定企业零排放汽车销售比例和允许信用额度积分交易相结合的方式，使行业资金向电动汽车优势企业倾斜，在推动整车企业推广零排放汽车方面取得了积极的效果。

加州零排放车（纯电动和氢燃料电池汽车等汽车）规定的主要思路是认为大型制造商有推广零排放车的责任，为此根据其燃油汽车销量确定其责任大小。要求在加州汽车销售量达到 4500 辆以上的企业必须具备一定的零排放车辆信用额度积分，以企业传统车年销量乘以零排放车占比要求（如：2012-2014 年为 12%）来确定企业应达到的积分目标。企业可以通过销售各种零排放车和清洁汽车（金车、“银+”车、银车和铜车）来满足，也可以通过购买其他企业的富余积分（额度交易）获得，否则必须按照健康安全法向加州政府缴纳每个积分 5000 美元的罚款。加州通过制定严格的法规要求推动制造商达到法规要求并研发和产业化零排放汽车，也允许企业间的积分交易，在为企业提供灵活性的同时，为零排放汽车制造商提供市场激励，鼓励其持续进行研发和产业化投资。

当前我国面临和加州类似的环保压力，机动车作为污染物的重要分担者，亟待采取硬性措施推动新能源汽车普及以降低城市尾气污染。我国在从燃油汽车向新能源汽车转变过程中也存在市场失灵，由于电动汽车技术风险、不确定性大导致企业不愿投资，我国应在继续实施财税优惠、充电设施建设等的同时，需要借助政府之手加速新能源汽车普及进程，借鉴加州经验规定汽车生产企业的新能源汽车产销占比是有效的推动措施。为实现新能源汽车普及目标，应尽快落实新能源汽车目标的分解。同时，新能源汽车占比要求是迫使中国汽车企业尽快研发、产业化新能源汽车的重要举措。

实施新能源汽车积分具有较好的可行性：第一，中国面临加州一样的环保压力，拥有巨大的乘用车市场，较大的市场规模为新能源汽车发展提供了市场空间。第二，我国新能源汽车和加州零排放汽车具有较大的相似性。尤其是 2018 年的零排放车车型、零排放车积分简化后，和我国的新能源汽车相似性较大，同时，要求更明确，更容易实施。第三，具体实施可与我国现行的补贴政策有效结合。中国纯电动乘用车补贴金额根据纯电续航里程确定，和加州按照纯电续航里程差别化积分具有相似性，能与补贴政策结合进行差别化设定。第四，我国对新能源汽车的公告管理、进口管理为政策实施提供了较好的基础。

2 中国实施新能源汽车规定及积分管理的基本思路

由于在从燃油汽车向电动汽车动力系统转型中存在市场失

灵，由政府强制规定燃油汽车生产商应承担的新能源汽车产销占比，建立取之于车（燃油汽车）用之于车（新能源汽车）的产业发展反哺机制。企业每生产销售一辆燃油汽车，则欠相应的积分，需要通过生产新能源汽车（或向有新能源汽车富余积分的企业购买）来归还所欠积分，否则，应接受政府的惩罚。同时，创建NEV积分市场，允许企业间的富余积分交易，通过市场激励让社会分担新能源汽车推广成本，并为企业间的交易提供价格信号，让企业抉择是自行研发生产新能源汽车还是向优势企业购买积分。

在实施过程中，以乘用车生产企业为评价对象，要求具有一定规模（如年产量8万辆或10万辆及以上）的生产企业根据其燃油汽车年度产量承担一定比例的新能源汽车推广义务，企业通过销售新能源汽车积累或购买积分达到目标要求。

（一） 新能源汽车年度比例积分要求

根据新能源产业发展情况，以产量8万辆、50万辆为界限将企业划分为中型汽车企业、大型汽车企业，中型企业、大型企业的年度比例略有差别，大型企业应承担更多的新能源汽车推广义务，则有中、高两个方案。如放宽对企业要求，可提高产量规模门槛至10万辆并对所有规模企业实施同一比例要求（如2015年年度比例为1%），则为低方案。

2015~2020年可分阶段实施，第一阶段（2015~2016年）以搭建管理制度为重点，建议可采取中方案，即2015年中型企

业 1%、大型企业 3%。第二、三阶段年度比例不断提高。

表 3 汽车生产企业新能源汽车年度比例积分要求

方案	2015~2016 年		2017~2018 年		2019~2020 年	
	大型企业	中型企业	大型企业	中型企业	大型企业	中型企业
高方案	4%	1.5%	5%	2%	6%	3%
中方案	3%	1%	4%	2%	5%	3%
低方案	1%		2%		3%	

注：高、中方案均以 8 万、50 万为界将 8 万~50 万辆企业确定为中型企业，年产量 50 万辆以上企业确定为大型企业，大型企业的年度比例要求更高。低方案下不再区分为大型、中型企业，而将年产量在 10 万辆以上的企业均认定为规模企业承担同一比例要求。

（二）企业达到年度比例的途径

设定新能源汽车车型积分，与新能源汽车推广应用补贴根据纯电续航里程设定相一致，根据纯电续航里程对纯电动、插电式混合动力（含增程式）和燃料电池等各类新能源乘用车设定不同的车型积分。如，对续航里程在 80-150 公里、150-250 公里、250 公里及以上的纯电动乘用车车型积分可设为 2、4、5 分；纯电续航里程在 20-50 公里、50-80 公里、80 公里以上插电式混合动力（含增程式）乘用车积分分别为 1、2、3 分；续航里程在 300-500 公里、500 公里以上的燃料电池乘用车积分分别为 6、7 分。

表 4 乘用车类型按纯电里程对应的积分表

乘用车类型	纯电续航里程 R(工况法、公里)对应的积分		
	纯电动	80≤R < 150 (基本要求档)	150≤R < 250
2		4	5
插电式混合动力(含增程式)	20≤R < 50	50≤R < 80 (基本要求档)	R≥80
	1	2	3

乘用车类型	纯电续航里程 R(工况法、公里)对应的积分		
	燃料电池	-	$300 \leq R < 500$
-		6	7

企业可以通过研发生产新能源汽车、购买积分达到年度积分要求 (NEV 积分实际值), 也可以通过应用怠速起停、混合动力等先进技术降低新能源汽车义务 (NEV 目标值)。具体如下: 企业可以研发、量产新能源汽车, 如比亚迪、江淮等企业; 也可向富余积分企业 (如 2015 年中低方案测算比亚迪富余积分为 7367 分) 购买; 仍无法达到积分目标的, 可向政府购买 NEV 积分即可, 年产 10 万辆以上的企业 (如按照 1% 积分目标则为 1000 积分) 按照 1 个积分 1 万元价格则需要花费 1000 万元向政府购买 NEV 积分。此外, 企业可以充分利用技术奖励折算优惠政策, 在生产燃油车时通过应用小排量、怠速启停、非插电式等技术措施来减免其新能源汽车生产义务, 如广汽丰田、一汽丰田全系标配混合动力则无需承担 NEV 义务。

同时, 为保持初期的积分市场平衡推动政策实施, 将对政策进行实时跟踪并进行效果评估, 适时进行政策调整和优化。譬如, 可在核算燃油汽车时加大对小排量汽车、怠速起停奖励的折算优惠, 也可调高新能源汽车积分分值或允许企业购买新能源商用车积分。此外, 也可研究由管理部门预留一定比例的积分, 根据 NEV 积分供需情况适时投放市场。

三 对示范推广的影响分析及相关建议

1 对汽车行业的影响

就行业燃油汽车产量确定的 NEV 积分目标值来看，预计 2014-2015 年燃油汽车产销规模将维持在 2000 万辆以上，确定行业 NEV 积分目标值的基数不会变化很大，主要由于不同方案下的百分比要求不一样会造成积分目标值的差异。低方案下，根据 2013 年产量对 10 万辆以上规模的企业年度目标为 1%比例测算，2013 年国产、进口乘用车企业积分目标值（即所欠 NEV 总积分，负积分）为 167782 分，2013 年全国共生产 9645 辆新能源乘用车，含进口车后新能源乘用车正分为 36850 分，差额为 130932 分。中方案下，按照 8 万和 50 万辆企业规模确定中型企业、大型企业且其年度目标分别为 1%、3%测算，差额为 285555 分，估计需要再生产 7 万辆新能源汽车（按生产的均为 150~250 公里的纯电动乘用车，分值为 4 分测算）。高方案下，按照 8 万和 50 万辆企业规模确定中型企业、大型企业且其年度目标分别为 1.5%、4%测算，则国产、进口乘用车企业积分目标值为 443560 分，含进口车后新能源乘用车正分为 36850 分，差额为 406710 分。

就行业产销新能源汽车所积累的积分实际值来看，2013 年新能源乘用车 1 万辆左右，2014 年上半年已接近 1.4 万辆左右，全年估计达到 3 万辆左右。预计 2015 年新能源乘用车保持平稳增长将很容易达到 4~5 万辆，低方案下积分实际值将与目标值持平。中方案下（7 万辆）需要企业做出一定努力达到，而实现

高方案(10万辆)存在较大的难度。

表 5 汽车行业积分平衡表

大中型企业规模要求		NEV 积分比例		负分	正分	平衡	需生产电动车 (辆)
高	50/8	4%	1.5%	-443560	36850	-406710	10 万
中	50/8	3%	1%	-322405	36850	-285555	7 万
低	10	1%	1%	-167782	36850	-130932	3.3 万

加快实施新能源汽车积管理，对示范城市推广新能源汽车具有极大的促进作用，尤其是对京津冀、长三角、珠三角等细颗粒物治理任务较重的区域，通过先行试点新能源汽车销量占比的积分交易制度：一方面能够引导我国对新能源汽车产业发展政策的方向，及时掌握政府下一步对新能源汽车支持和鼓励的力度；另一方面，有助于调动企业生产和销售新能源汽车的积极性，加快新能源汽车该区域推广的步伐，实现该区域示范推广新能源汽车的目标，进一步缓解能源和环境污染压力。

2 对汽车企业的影响

就企业影响来看，据测算，2012~2013年国产汽车产量在8或10万辆以上的企业分别为35或40家，占到总体产量比例的92%或95%，其中50万辆以上的企业为9家，占总体产量的52%。进口汽车中10万辆以上的企业为4家，占到总体产量比例的63%。从企业情况看，按照中方案计算，欠分最多的企业为上海大众、一汽大众两家企业，欠分都在4万分以上，上海通用欠分1.7万分，按照4分一辆电动车计算，需要至少生产4250辆新能源汽车（如生产分值较低的插电式混合动力汽车则需要更多）。

综合以上测算结果来看，无论采用哪种方案，都会要求全行业比 2013 年多生产 3.3 万~10 万辆新能源汽车，其中积分义务最多的为上海大众、一汽大众两家企业，比亚迪等企业由于已经生产了较多的新能源汽车，不但满足政策要求，还能通过销售一定的积分从市场获得奖励资金，为企业长期开展新能源汽车业务获得资金支持。

3 对地方新能源汽车推广的相关建议

当前，世界各大汽车跨国公司纷纷将新能源汽车引入中国，如和国内企业建立合资公司生产新能源汽车、进行新能源汽车宣传及产品导入活动、开展新能源汽车本土研发等。

示范城市尤其是特大城市以及京津冀、长三角、珠三角等细颗粒物治理任务较重的区域，要先行试点基于企业销量规定新能源汽车销量占比的积分交易制度。京津冀等重点区域应继续加快引入节能与新能源汽车符合中国汽车产业政策的导向，积极借鉴加州的零排放法规，强制要求企业生产新能源汽车，促进新能源积分交易实施，加快新能源汽车市场的快速发展，实现大气污染防治治理、节能减排以及新能源汽车示范推广的目标。为此，提出以下发展建议：

(1) 地方政府要跟踪新能源汽车积分交易制度情况，为推广销售新能源汽车做好积极准备。新能源积分交易制度是私人购买新能源汽车、验证新能源汽车性能和市场发展的重要途径。建议京津冀、珠三角等重点推广领域积极跟踪政策进展情况，同时

监测公共领域示范推广情况、推广重点、接口标准、配套的充换电等基础设施建设、商业推广模式、产品性能参数等，为将来电动汽车的推广、销售创造良好的条件。

(2) 积极借鉴加州零排放法规，积极实施新能源汽车 (New Energy Vehicle, 简称 NEV) 积分管理制度。通过借鉴加州零排放车法案成功经验，进一步加快新能源汽车产业发展，推动我国从汽车大国向汽车强国迈进。

在实施补贴推广政策的同时，计划从 2016 年起，在乘用车生产企业引入新能源汽车推广积分交易制度。要求规模企业承担一定比例的新能源汽车推广义务，设置年度新能源汽车销售积分门槛。允许生产企业间进行新能源汽车积分交易，达到积分要求的企业可以通过出售富余积分获利；达不到积分门槛要求的企业，须向积分富余企业或者中央政府购买积分。通过市场激励让全产业分担新能源汽车推广成本，并通过积分交易的市场机制激发全社会研发、生产和推广新能源汽车的活力。积分交易制度是 2020 年后财政补贴退出后新能源汽车产业支撑自身发展的长效机制。

(3) 健全政策支持体系，支持产业创新发展。加强政策配合，通过补贴、税收等支持政策与新能源汽车积分交易，形成奖惩结合的财税激励政策体系。在购车财税优惠基础上，加大公共领域新能源汽车运营和私人使用新能源汽车的支持，逐步形成以鼓励新能源汽车使用为导向的政策体系。结合产业技术变革趋势，支持新能源汽车通过轻量化、智能化、网络化实现创新发展以及

商业模式的创新。

要加快完善相关政策体系，一方面，对获得正积分的企业，可以通过政府采购、新能源汽车创新工程、节能与新能源汽车推广补贴等政策给予支持，以鼓励企业加大技术研发，并为市场贡献更多交易标的。另一方面，对未实现合规（生产新能源汽车、企业间积分交易）要求的企业，在新能源汽车补贴、节能环保汽车推广及车辆购置税优惠以及研发支持方面给予惩罚。对于未按要求接受积分管理的企业，给予相应的积分扣减、暂停公告或产品合格证、暂停投资扩能等处罚。

（4）加强组织实施和监督检查。建议由政府相关部门组织实施，并由专业技术支撑机构负责日常数据管理、积分管理、协调、惩罚、监督、政策评估等工作。同时，强化监督检查，建立数据核查制度，对企业产量（含进口量）与新能源汽车的产销量等数据进行核查，核查结果向社会公开发布。

（5）完善新能源汽车消费环境。从财税优惠、充电设施建设、建设统一市场、优化消费环境培育消费意识等着手培育新能源汽车市场。以财税优惠为先导，完善充电设施建设规范、规划和建设力度，尽快打破新能源汽车消费的地方保护壁垒，培育新能源汽车消费意识和文化。

附件：中国新能源汽车积分相关测算表

表 6 国产汽车主要生产企业及产量

序号	企业名称	2013 生产量	2012 生产量	2012-2013 年 平均产量
1	上海大众汽车有限公司	1576527	1292466	1434497
2	一汽-大众汽车有限公司	1507762	1340528	1424145
3	上汽通用五菱汽车股份有限公司	1413941	1339209	1376575
4	北京现代汽车有限公司	1021024	851683	936354
5	东风汽车有限公司	931784	757556	844670
6	重庆长安汽车股份有限公司	717296	528335	622816
7	上海通用汽车有限公司	580287	575886	578087
8	东风悦达起亚汽车有限公司	547972	481642	514807
9	长城汽车股份有限公司	579302	430852	505077
10	长安福特汽车有限公司	498662		498662
11	神龙汽车有限公司	531265	439051	485158
12	上海通用东岳汽车有限公司	531732	400765	466249
13	天津一汽丰田汽车有限公司	412794	478296	445545
14	深圳市比亚迪汽车有限公司	446469	380030	413250
15	广汽本田汽车有限公司	430461	308136	369299
16	奇瑞汽车股份有限公司	322303	345993	334148
17	上海通用(沈阳)北盛汽车有限公司	345651	316368	331010
18	长安福特马自达汽车有限公司	140981	494038	317510
19	东风本田汽车有限公司	320267	285353	302810
20	广汽丰田汽车有限公司	296147	251409	273778
21	中国第一汽车集团公司	244020	179153	211587
22	上海汽车集团股份有限公司	216170	189644	202907
23	华晨宝马汽车有限公司	210186	149727	179957
24	安徽江淮汽车股份有限公司	172741	169607	171174

序号	企业名称	2013 生产量	2012 生产量	2012-2013 年 平均产量
25	重庆长安铃木汽车有限公司	139893	170193	155043
26	浙江吉利汽车有限公司	155209	150805	153007
27	浙江豪情汽车制造有限公司	157623	147250	152437
28	天津一汽夏利汽车股份有限公司	122051	176901	149476
29	东风柳州汽车有限公司	145172	135569	140371
30	东风汽车公司	71854	181954	126904
31	东风小康汽车有限公司	169798	69153	119476
32	北京奔驰汽车有限公司	117434	107169	112302
33	东南(福建)汽车工业有限公司	117312	102784	110048
34	北京汽车股份有限公司	144482	61301	102892
35	华晨汽车集团控股有限公司	111602	90458	101030
	合计占比	91.6%	92.5%	92.1%

表 7 进口汽车主要生产企业及进口上牌量

序号	企业名称	2013 生产量	2012 生产量	平均
1	大众	203348	189449	196399
2	宝马	198126	185975	192051
3	丰田	176987	157154	167071
4	戴姆勒	105573	106610	106092
	合计占比	61.50%	64.70%	63.00%

表 8 乘用车行业积分平衡表

	欠分(负分)	正分	合计
国产、进口乘用车合计	-167782	36850	-130932
其中, 乘用车	-154482	36724	-117758
其中, 进口乘用车	-13300	126	-13174

表 9 乘用车生产企业积分平衡表

序号	乘用车	欠分	正分	平衡
1	上海大众汽车有限公司	-15765	0	-15765
2	一汽-大众汽车有限公司	-15078	0	-15078
3	上汽通用五菱汽车股份有限公司	-14139	0	-14139
4	北京现代汽车有限公司	-10210	0	-10210
5	东风汽车有限公司	-9318	856	-8462
6	重庆长安汽车股份有限公司	-7173	808	-6365
7	上海通用汽车有限公司	-5803	0	-5803
8	长城汽车股份有限公司	-5793	0	-5793
9	东风悦达起亚汽车有限公司	-5480	0	-5480
10	上海通用东岳汽车有限公司	-5317	0	-5317
11	神龙汽车有限公司	-5313	0	-5313
12	长安福特汽车有限公司	-4987	0	-4987
13	广汽本田汽车有限公司	-4305	0	-4305
14	天津一汽丰田汽车有限公司	-4128	0	-4128
15	上海通用(沈阳)北盛汽车有限公司	-3457	0	-3457
16	奇瑞汽车股份有限公司	-3223	0	-3223
17	东风本田汽车有限公司	-3203	0	-3203
18	广汽丰田汽车有限公司	-2961	0	-2961
19	中国第一汽车集团公司	-2440	0	-2440
20	华晨宝马汽车有限公司	-2102	0	-2102
21	东风小康汽车有限公司	-1698	0	-1698
22	浙江吉利汽车有限公司	-1552	0	-1552
23	东风柳州汽车有限公司	-1452	0	-1452
24	长安福特马自达汽车有限公司	-1410	0	-1410
25	重庆长安铃木汽车有限公司	-1399	0	-1399
26	天津一汽夏利汽车股份有限公司	-1221	0	-1221
27	北京奔驰汽车有限公司	-1174	0	-1174
28	东南(福建)汽车工业有限公司	-1173	0	-1173

序号	乘用车	欠分	正分	平衡
29	上海汽车集团股份有限公司	-2162	1006	-1157
30	华晨汽车集团控股有限公司	-1116	0	-1116
31	浙江豪情汽车制造有限公司	-1576	832	-744
32	东风汽车公司	-719	0	-719
33	北汽福田汽车股份有限公司	0	400	400
34	海马轿车有限公司	0	1844	1844
35	安徽江淮汽车股份有限公司	-1727	4732	3005
36	湖南江南汽车制造有限公司	0	3508	3508
37	北京汽车股份有限公司	-1445	5880	4435
38	上海华普汽车有限公司	0	5022	5022
39	深圳市比亚迪汽车有限公司	-4465	11832	7367