

工信部：已发现骗补企业并将严处

根据北京商报在全国“两会”期间消息，新能源车产业的发展受到更多关注。前日，工信部部长苗圩表示，目前已发现一些企业存在新能源车骗补行为，下一步政府将对这些企业严肃处理。同时，苗圩指出，国内新能源车产业已进入成长期，新能源车代表着汽车产业调整的方向，预计今年比去年有一倍以上的增长。业内认为，骗补调查迅速取得成果表明政府对维护新能源车市场秩序的重视，同时国务院发布的多项支持措施将成为新能源车发展的新动力。

青年报 孙臣 整理报道

骗补调查取得成果

在全国“两会”的“部长通道”，苗圩接受媒体采访时表示，已经发现一些地区个别企业存在骗补行为，现在还在进一步查处，无论涉及到谁都会严肃处理。值得注意的是，这距离工信部宣布对新能源车骗补行为进行调查不足两个月。

今年1月，有消息称国内部分新能源车整车企业通过数据造假骗取财政补贴，形成所谓的“新能源汽车骗补产业链”。1月21日，包括工信部、财政部在内的四部委联合发布通知，表示近期将对新能源汽车推广应用实施情况及财政资金使用情况使用管理情况进行专项核查。随后，2月初，财政部组织全国35个专员办检查北京、上海、江苏等25个省市，覆盖2013-2015年度获得中央财政补助资金支持的全部90家新能源汽车生产企业，延伸部分购买使用新能源汽车的企事业单位以及地方政府相关部门。同时，此次检查不仅仅针对中央财政补助资金，对省、市、县三级提供的新能源补助资金也一并检查。

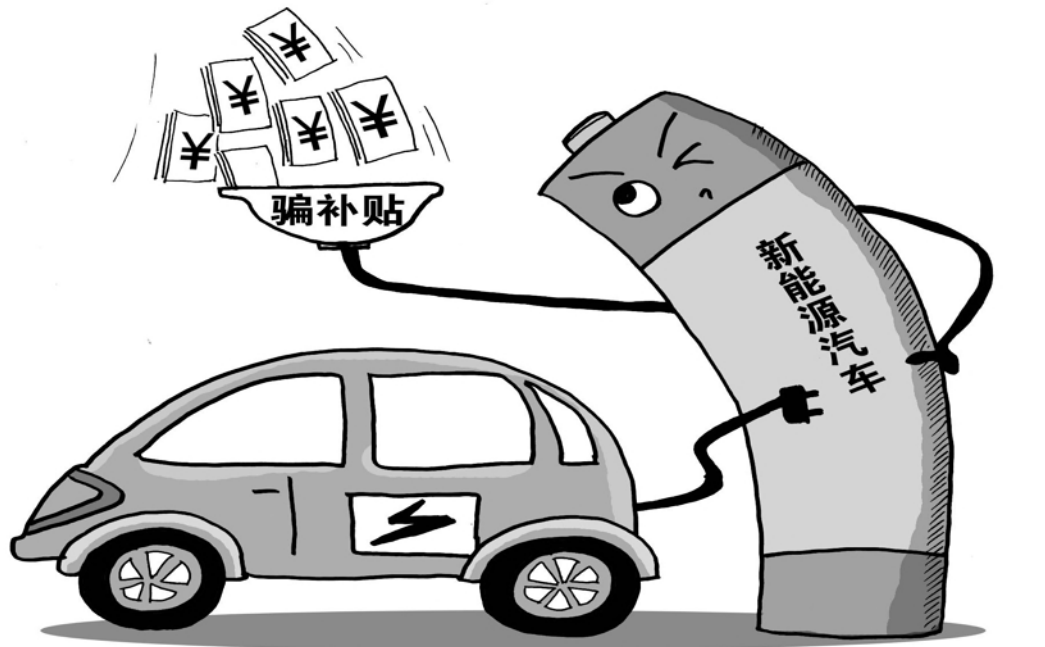
有业内人士表示，不到两个月的时间就已取得实际成果，说明了政府对于新能源车产业的重视程度。“同时，随着骗补调查的深入，质量较差的新能源车将被完全淘汰，新能源车市场的产品质量会得以保障，也保障了新能源车市场的健康有序。”上述业内人士说。

保持一倍以上增长

在公布新能源车产业骗补调查进度的同时，对于新能源车在2016年的发展情况，苗圩认为，中国新能源车目前已经进入成长期，同时也代表着汽车产业调整的方向。“新能源汽车将保持高速增长态势，预计今年有一倍以上的增长。”苗圩说。

中国汽车工业协会发布的数据显示，2015年我国生产新能源汽车约34万辆，销售约33万辆，同比分别增长3.3倍、3.4倍。虽然在2016年初受骗补调查以及补贴车型目录改变的影响，新能源车产量环比出现大幅下降，但与去年同比仍保持成倍的增长速度。工信部数据显示，据机动车整车出厂合格证统计，2016年1月，我国新能源汽车生产1.61万辆，环比去年12月的9.8万辆下滑了超过八成，但同比增长144%。

另外，在车企方面，自主品牌、合资品牌等都开始重视新能



青年报资料图

为，中国新能源车目前已经进入成长期，同时也代表着汽车产业调整的方向。“新能源汽车将保持高速增长态势，预计今年有一倍以上的增长。”苗圩说。

中国汽车工业协会发布的数据显示，2015年我国生产新能源汽车约34万辆，销售约33万辆，同比分别增长3.3倍、3.4倍。

虽然在2016年初受骗补调查以及补贴车型目录改变的影响，新能源车产量环比出现大幅下降，但与去年同比仍保持成倍的增长速度。工信部数据显示，据机动车整车出厂合格证统计，2016年1月，我国新能源汽车生产1.61万辆，环比去年12月的9.8万辆下滑了超过八成，但同比增长144%。

另外，在车企方面，自主品牌、合资品牌等都开始重视新能

源车车型的研发和生产。根据汽车集团此前发布的“十三五”规划显示，上汽集团未来五年新能源业务将新增投入200亿元，新能源车目标销量为60万辆；广汽集团则到2020年新能源汽车产销规模力争突破20万辆；奇瑞汽车力争新能源汽车到2020年产销规模达到20万辆。

面临两个瓶颈

苗圩认为，在新能源车保持高速发展的同时，目前新能源汽车仍面临两个瓶颈，“一是产品端，要集中攻克以动力电池为代表的产品性能、可靠性、续航里程、寿命等难题；二是应用端，要重视社会充电设施建设等”。

2月24日，国务院常务会议就提出，动力电池核心技术的研发与政府奖励挂钩以及引入社会

资本构建新能源车基础设施等帮助新能源车产业发展的新措施。

具体而言，中央财政采取以奖代补方式，根据动力电池性能、销量等指标对企业给予奖励，加大对动力电池数字化制造成套装备的支持。另外，国家还将利用中央预算内投资和电网专项金融债等支持各地充电设施建设，鼓励地方建立以充电量为基准的奖励补贴政策，减免充电服务费用。

对此，全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受北京商报记者采访时表示，这表明国家对于新能源车补贴从宽泛变得更有针对性，对于动力电池性能等核心技术研发的奖励补贴政策，以及引入社会资本，能够增强新能源车产业的核心竞争力，同时构建新能源车生态圈。

■ 资讯

源自庞巴迪 BRP 中文名“庞博”诞生

本报讯 车键 近日，与庞巴迪有着嫡系血统的加拿大著名动力运动品牌BRP公司宣布其中文名为“庞博”。

BRP的产品名称基本还是沿用了国内一贯的叫法，而其品牌名称“庞博”对于中国市场而言则是一个全新的名词，在谈及为何取名“庞博”时，BRP庞博中国总经理姚忠伟(Tony Yao)表示：“庞”字是因为我们是源自庞巴迪的血脉，我们依照中国的传统使用家族姓氏；“博”意为多而广，不仅表示了庞博拥有覆盖陆地、水上、雪地，丛林，沙漠各种环境的丰富产品线，也体现了庞博在每一个领域都力求完美，不但探索的精神。”

1937年，庞巴迪先生设计的史上首辆B7雪地车的诞生，开启了BRP传奇品牌传奇履历的步伐；2002年顺业船舶以BRP总代理的身份将其产品带到中国，让国人第一时间能够体验到加顶尖的动力运动产品；2015年BRP与顺业船舶签约，成立在华中子公司，正式开启其在中国业务，加快品牌在中国的发展。

试驾东风悦达起亚全新K5

本报讯 车键 什么是安全感？对于消费者而言，安全感是来自座驾的强大安全保障。对于汽车品牌而言，安全感是足以把握未来的强劲实力。在同级市场展现出强劲竞争力的东风悦达起亚全新K5，有可以制胜车市的产品力，更有“坚如磐石”的品质沉淀，从而为消费者带来后顾无忧的汽车生活。

奢华、高端的气质是全新K5赢得大众青睐的重要因素，傲然新生的全新K5，用MX时尚版和SX运动版两款创新车型，开启这款旗舰明星的双面时代。不止于外观的改变，全新K5在传承汽车设计大师彼得·希瑞尔“Design KIA”设计理念的同时，更通过应用大量前瞻性科技成果，让品质更加闪耀。为了让车主更具精英风度，全新K5引入智能远近光调节系统(HBA)，可根据周边环境和前方/对面车辆情况，自动控制远近光切换。此外，全新K5的smart key既可以远距离解锁车门、又能完成一键启动、后备箱自动开启等便捷功能，用科技为车主带来更为便利的驾驶体验。

以人为本，是全新K5贯穿始终的造车宗旨。全新K5以构筑稳固的车身为基础，同时，通过科技的力量，成为一部领先同级的中高级座驾。全新K5的超高张力钢板应用比例大幅度提升，达到51%；并以7安全气囊全方位保护驾乘人员。作为K系旗舰车型，全新K5配备了诸如自动紧急制动系统(AEB)，AEB系统会自动启动制动系统对车辆进行制动；盲区监测系统(BSD)等多种安全技术。

起亚KX5 15.68万起售萌脸玩差异

青年报 孙臣

本报讯 在紧凑级SUV大行其市的当下，相比标致3008、全新途胜以及全新途观的热卖，起亚在SUV市场里缺乏有力的产品支撑，智跑、狮跑已跟不上竞争对手的節奏。

在这个看脸的时代，如果你没有宋仲基那样的撩妹手段，你很难打动人的内心。起亚KX5的出现又是一个异类的存在，喜欢它的人会很喜欢，讨厌它的人会很拒绝。它没有宋仲基的清秀外表，却有着萌萌哒的气质，内在性价比也会让你犹豫，是爱是恨因人而异。

韩国人的务实笔者深有体会，韩系车的发布会永远是劲歌热舞之后，厂商媒体经销商一起举杯大喊：“大卖大卖大卖。”只是这次在重庆换成了有

地域特色的“雄起”。由此可见，厂商是非常在乎经销商的销售成绩，这次他们给KX5定的销售目标为月均1万辆，在合资品牌里应该算中规中矩的目标，既比不上途观的月均两万多辆，更比不上某些自主神车的月均三四万辆。

在这个不讲究规则的市场里，追逐热潮成了习惯，今年紧凑级SUV市场将继续猛涨，1月份紧凑SUV一共销售26.8万辆，占整个SUV市场的58.2%，增幅达到73%，这里肯定是目前中国汽车市场里最赚钱的一块肥肉，不管怎样各厂商都不会放过。

起亚给KX5的销量目标应该难度不大，即使月均1万辆的销量可能也排不进紧凑型SUV前十五位，1月份销量里排名靠前的依然是哈佛H6、宝骏560和传祺GS4，途观紧随其后，即使

排第十的景逸系列SUV 1月也销售了1.47万辆。排名前十的里面合资只占了四席，宝骏和传祺的爆发也给起亚看到了希望。

在目前紧凑型SUV热卖的车型中有一个共同点，大部分都是手动挡车型，动力都以涡轮增压为主，不算特别突出，但绝对够用，性价比是它们的优势，外观也基本符合大众审美，起亚KX5还算聪明，在车型里留了一款手动挡车型，也是最便宜的，2.0L的排量也很有竞争力，它有可能成为起亚在三四五线城市里驰骋的关键。

再说到一二线城市里的竞争，起亚KX5 15.68万元-23.18万元的价格区间，1.6T车型匹配7速双离合变速箱，2.0L车型匹配6速手动变速箱和6速自动变速箱，从数据角度来看，它优

于途胜，与途观相当。从颜值来说，KX5没有途观那样清秀硬朗的外观，但它另辟蹊径，“呆萌”的路线或许也能获得不少人的喜爱。

在这个追求个性化的时代，KX5的“呆萌”路线笔者也不好说它是加分项还是减分项，这就因人而异了。就连新蓝鸟这么奇葩外观的车型也在狂喷声中月销过万了，对于起亚KX5来说也没什么不可能的了。

现在的消费者都是在理性中跟风，配置过得去，价格相对便宜，对于他们来说这就够了，外观漂亮他们可以叫大众审美，外观奇葩点他们也能叫做个性化。定位合适了也就不缺消费者了。目前智跑和KX5将一起牵手拼市场，月销1万辆的稳扎稳打对于还在摸索中的起亚已经足够了。