

5月17日，工信部发布了《关于2016年度新能源汽车推广应用补助资金初步审核情况的公示》，其中有12款新能源车型未能满足“累计行驶里程达到3万公里”的要求，没有通过审批。

为堵住“骗补”漏洞，去年12月29日，工信部就曾下发《关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，要求非私人用户购买的新能源汽车累计行驶里程要超过3万公里才能领取国家补贴，并于2017年1月1日起实施。

这一“史上最严”的新能源补贴政策和推广目录的变化，已经开始影响新能源商用车的销量，今年前4个月销量同比下滑幅度达到71.6%。

事实上，对一些新能源物流车来说，受性能和使用实际情况限制，短时期内很难达到“3万公里”。更重要的是，每年只申请和审核一次的补贴流程，使企业所获补贴时间周期拖长，导致资金压力非常大。此外，车辆销售后如遇多次转手，生产企业一旦无法跟踪所销售车辆的里程数据，就将面临不能申请和领取补贴等问题。

对此，专家认为，制定“3万公里政策”主要目的是遏制“骗补”，同时促使新能源汽车技术性能提高，目前在实际操作层面车企面临的问题是否能够纳入考虑意见，还需要进一步调研。

## 本期看点

### ■ 分享

**美国物流市场发展研究（上）**

**设立“中国品牌日” 助力中国汽车发展**



# 美国物流市场发展研究（上）

## 一、美国物流发展史

美国的物流发展经历了从实物配送、到综合物流再到供应链管理三个阶段。

### ◆ 阶段一：实物配送阶段，物流成本高位运行

- 物流发展的主要目的是帮助工业企业扩大销售规模
- 物流功能单一，物流信息化、一体化程度较低
- 上世纪70年代以前，美国物流成本与GDP的比率也高达17%以上

### ◆ 阶段二：一体化物流阶段，物流成本不断下降

- 物流发展的主要目的是提高效率，帮助工业企业降低成本
- 物流信息化逐步提高
- 在20多年的时间里，物流成本与GDP的比率由17%以上降至2001年的10%以下

### ◆ 阶段三：供应链阶段，物流成本低位波动

- 供应链模式广泛运用，物流运行高效稳定
- 物流成本在较低的水平上波动变化
- 美国物流成本与GDP的比率一直稳定在9%左右

↓ 美国在20世纪90年代进入供应链管理阶段，物流运输高效稳定

## 美国物流市场发展研究（上）

### 二、美国物流的基本特点

美国是世界物流业起步最早、技术领先的国家，与其他国家和地区相比，其物流业呈现出以下有以下特点：

#### ◆ 物流规模与实力占绝对优势

总体上，美国的物流发展在规模总量、企业实力和先进技术应用方面都代表了世界最高水平。

- 美国物流支出占全球总量的1/4强
- 世界前十大物流企业，5家是美国公司，占收入总和的2/3

#### ◆ 水、陆、空、铁立体交通网络发达

美国物流的发达得益于其密集而先进的综合交通网络。

- 全球前十大货运机场中，美国占据5个
- 美国内河运输总长度约为30万公里，全球最长
- 美国州际高速公路占世界高速公路总长度的一半以上

#### ◆ 仓储业发达带来物流成本的降低

美国仓储业中自动化等信息技术的广泛使用以及“零库存”的普及大大节约了成本，使美国物流成本近十几年来保持稳中趋降。

## 美国物流市场发展研究（上）

### 二、美国物流的基本特点

#### ◆ 放宽交通运输管制，鼓励竞争搞活市场

美国政府对物流业的管理采用“有所管”和“有所不管”的策略，主要体现在运输法规的变化上。

- “管”是对交通安全和环境保护的监管
- “不管”是对交通运输经济法规放宽管制

#### ◆ 注重多式联运的发展

美国政府高度重视交通设备的标准化和各种交通方式的联合，颁布《多式联运法》，鼓励发展多式联运，并将之视作美国运输系统的四大特征之一。

#### ◆ 利用甩挂提高效率

美国货运车辆基本采用甩挂运输的方式，并以厢式半挂车为主。

- 可提高道路货运效率
- 提升车辆燃油经济性

## 美国物流市场发展研究（上）

### 三、美国道路运输管制政策对物流发展的影响

自由

#### 1887年，州际商务法案

美国规范公路运输的第一部法律，强调运价必须公正合理，查处违反法规的行为。

管制

#### 1935年，公路运输法案

标志着美国公路运输从自由发展阶段进入管制阶段。

#### 1966年，运输部法案

组建运输部，将原分属八个部门管理的陆、海、空运输集中由运输部管理。

自由

#### 1980年，公路运输解禁法案

标志着美国公路运输由管制阶段进入解禁阶段。

#### 1982年，公共汽车制度改革法

解除了对公共汽车开业、停运和运价方面的限制。

自由

#### 1984年，汽车运输企业法

规定州际运输企业必须符合联邦政府和运输部有关安全、保险、赔偿方面的规章制度。

#### 1986年，机动车辆安全法

主要包括新车安全标准，运输企业安全制度和汽车安全规则等内容。

#### 1991年，“冰茶法案”

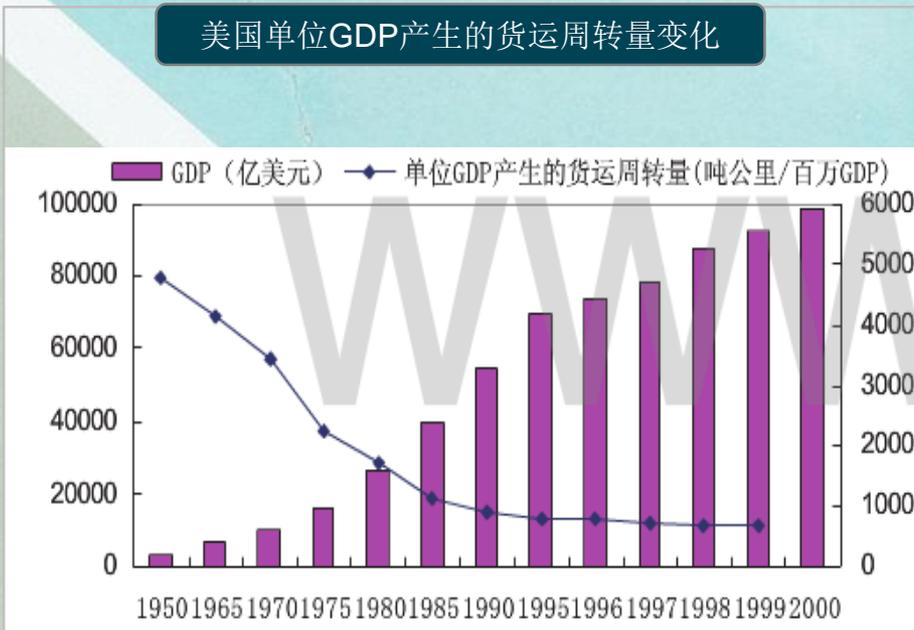
确定了开发多种交通运输体系的政策，具有划时代意义。

# 美国物流市场发展研究（上）

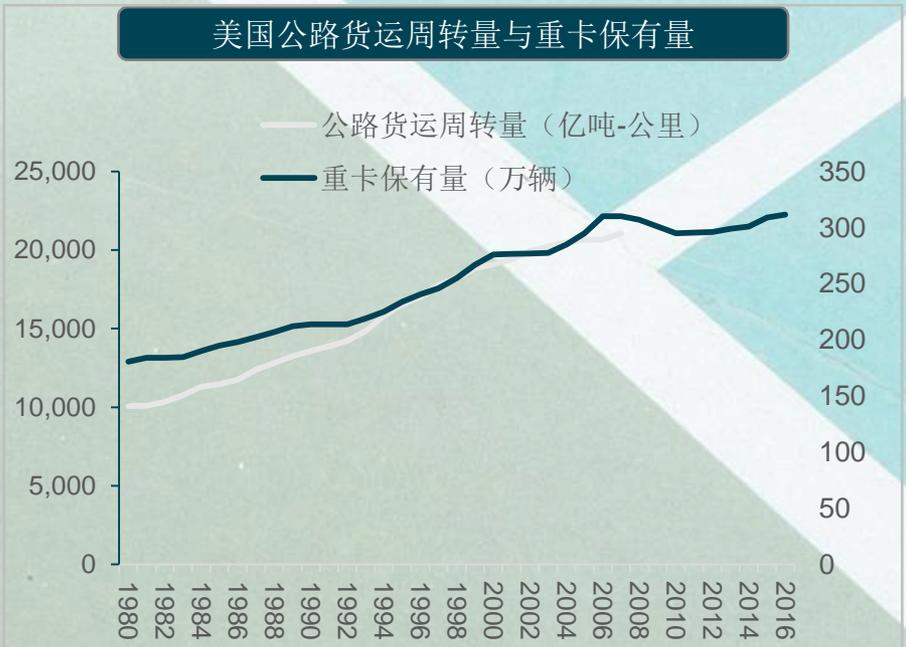
## 三、美国道路运输管制政策对物流发展的影响

美国的道路运输管制政策影响了美国的物流成本，进而影响了美国的货运强度与重卡需求量。

美国单位GDP产生的货运周转量变化



美国公路货运周转量与重卡保有量



• 更多信息，请联系：

赵秋娜

乘用车及后市场研究事业部 (Passenger Vehicle & Post Market Research Division)

Tel: 010 - 67120665 - 2036

E-mail: zhaoqiuna@pamri.com

## 设立“中国品牌日” 助力中国汽车发展

今年5月初，国务院下发指令，将每年5月10日设立为“中国品牌日”。

品牌是企业乃至国家竞争力和国际地位的核心体现。

我国品牌发展严重滞后于经济发展，据统计，在500多种主要工业品中，中国有220多种产量居于世界第一。但2016年度《世界品牌500强》中，仅有茅台、中国银行和海尔等36个中国品牌上榜，美国上榜的品牌产品则高达227个。



## 设立“中国品牌日” 助力中国汽车发展

就汽车品牌而言，我国汽车产量已连续8年位居全球第一，2016年汽车产销突破2800万辆，虽然中国汽车品牌在某些细分市场已能够和国际一线品牌同台竞争，但产销量的近半依旧是国产外国品牌汽车凑的数，创新能力不强、部分关键核心技术缺失、品牌含金量不高等问题的存在，致使中国品牌成为汽车发展的软肋，汽车产业大而不强。

英国品牌价值及战略咨询公司BrandFinance依据公众熟悉程度、忠诚度、推广活动、营销投资、员工满意度，以及企业声誉等维度，评选出2017年度全球最具价值品牌500强，其中入榜的百强汽车品牌有9个，均为丰田、宝马、奔驰、大众、福特和现代等欧美和日韩汽车强国车企。500强中整车制造商有28家，唯一上榜的中国汽车品牌是吉利，排名第472位。可见，设立“中国品牌日”，是提高我国企业乃至国家竞争力的需要，是提高国家国际地位的需要。

## 设立“中国品牌日” 助力中国汽车发展

设立“中国品牌日”，是推动中国产品向中国品牌转变的需要。国家要求，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，开展消费品工业增品种、提品质、创品牌的“三品”专项行动，其中“创品牌”就是要引导企业增强品牌意识，夯实品牌发展基础，培育知名品牌、完善品牌服务体系、推进品牌国际化等，提升产品附加值和软实力，提高品牌竞争力，从而推动中国产品向中国品牌转变。

设立“中国品牌日”，就是以国家的名义，强化全社会的品牌意识，传达中国政府的一种态度和决心，让“中国品牌”成为中国文化的重要传播载体。



## 设立“中国品牌日” 助力中国汽车发展

设立“中国品牌日”，还是迎接和满足我国品牌消费时代到来的需要。我国中等收入群体持续扩大、消费结构不断提升，2015年时人均GDP已经达到7000多美元，已经进入品牌消费时代，供给结构和需求结构必须随之升级，以满足品牌消费时代的到来。



• 联系环亚：



010 - 67120665



email@pamri.com



www.pamri.com



Beijing\_Pamri



北京市朝阳区劲松三区甲302号华腾大厦8层809 (100021)