

## 新能源汽车渗透率过半,汽车产业迎来变革时刻

# 燃油车与新能源汽车的竞争将走向何方?

4月上半月,我国新能源汽车市场渗透率突破50%,燃油车的市场地位开始动摇。业内人士表示,在较长时间内,汽车市场可能呈现双轨并行,新能源车与燃油车将在不同领域竞争共存。

提及燃油车,或许你会联想到其特有的燃油气味和震耳欲聋的引擎轰鸣。随着新能源汽车续航里程的提升,现如今最高已达到2000公里,燃油车的市场地位似乎开始动摇。

著下降,电动车成为家庭出行的新宠。

作为当代汽车行业变革引擎的智能驾驶技术,不断推动着新能源汽车前进。新年伊始,人们就见证了智能驾驶技术从L2级辅助驾驶到L4级几乎完全自动驾驶的飞跃性进步。统计数据表明,智能驾驶系统能有效降低约40%的交通事故,并显著减轻驾驶者的疲劳感。随着法规的日

### 国产品牌崛起 蔚然成风

近年来,技术进步与品牌形象的提升让国产车赢得了越来越多消费者的青睐。以吉利、长城为例,其市场份额在国内外均呈现出强劲的增长态势。在电动汽车领域,比亚迪的销量已数月

确提出,“巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势”“提振智能网联新能源汽车”,再次彰显了我国加快新能源汽车发展的决心。

从技术层面来看,比亚迪拥有刀片电池、CTB电池车身一体化等一系列领先技术,奇瑞自主研发了混动技术鲲鹏超能混动C-DM量产装车,长安汽车打造了首个自主设计舱驾一体的“超

本,提高了市场竞争力。

### 未来智能汽车边界在何方

“要做到全年新能源汽车渗透率超过50%,仍然还有一段路程要走,新的阶段也意味着前所未有的挑战。”中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三表示。

长安汽车国家级技能大师蔡渝东坦言,当前新能源汽车车用芯片、基础软件等方面还有明显短板,在一些区域和时段,消费者仍面临补电焦虑。另外,目前动力电池回收利用体系尚不够完善,能源再利用和环境污染问题也亟待解决。

除了技术上仍需进一步突破,新能源汽车的发展还面临着市场的考验。今年,汽车市场价格竞争仍然较为激烈。乘联会秘书长崔东树表示,去年市场降价总体相对均衡,但今年达到超强程度。从2023年初算起,这场价格战已打了一年多,而且目前还没看到止战的迹象。

“新能源车以环保、节能、经济等优势迅速占领市场,但燃油车以加油便捷、稳定续航和较高保值率等仍具市场地位。”蔡渝东说,政策和技术支持将推动新能源汽车发展,钠电池技术或为未来关键。较长时间内,新能源车与燃油车在不同领域竞争共存。

据《工人日报》

### 一个具有里程碑意义的事件

乘联会的数据显示,4月1日至4月14日,全国乘用车市场零售51.6万辆,其中新能源汽车销量同比增长32%,达到26万辆,渗透率达50.39%;全国乘用车厂商批发汽车53.4万辆,其中新能源汽车批发26.8万辆,渗透率达50.19%。

新能源汽车零售、批发渗透率双双突破50%,达成这一历史性节点,比许多人预估的要快。从2005年到2015年,中国新能源汽车用了10年,市场渗透率才超过1%。但近几年来,其发展明显提速。

随着电动汽车技术的进步,如今,电动车的续航里程和充电速度都有了显著提升。充电设施的逐步完备,吸引了越来越多的消费者选择电动车。加之电池成本降低,购置电动汽车的成本显



益完善和技术的不断进步,预计未来几年智能驾驶的普及率将有望实现翻倍。

今年新上市的多款新能源车型都具备高速公路和城市环境下的高度自动驾驶能力,运用高精度地图和传感器融合技术,实时洞察路况,智能决策为驾驶者带来前所未有的便捷体验。

蝉联全球市场榜首。

在重庆工商大学教授莫远明看来,国产新能源汽车品牌的崛起是多方面因素共同作用的结果,其中政策支持和技术创新尤为重要。

从政策层面来看,近年来,我国持续引导鼓励新能源汽车产业发展。今年政府工作报告明

脑中央计算平台”……我国新能源汽车之所以实现换道超车,关键在于以科技创新实现动力变革和动能转换。

我国新能源汽车产销量已经连续9年位居世界第一,显示出巨大的消费能力和潜力。巨大的市场规模效应帮助企业研发、生产、销售等环节降低了成

## APP自动续费乱象频发——

# 页面默认勾选 扣款前不提醒

自动续费人群覆盖率高达94%,超四成受访者遭遇网盘类APP自动续费,86.53%的受访者在订阅时遇到过页面默认勾选自动续费,超六成受访者未收到短信、站内信和微信内推送等自动续费提醒……5月29日,北京市消费者协会联合新京报贝壳财经发布的《APP自动续费与消费者权益保护报告》(以下简称《报告》)揭露了多个APP自动续费乱象。

对此,专家指出,APP自动续费乱象影响面较广,消费者的意见较大。其核心问题在于违背了《中华人民共和国民法典》中规定的“自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则”,同时也侵犯了消费者的知情权、选择权等合法权益。

### 内容类APP成 吐槽重灾区

3月18日,魏佳(化名)翻看某支付平台账单记录时发现一笔来自苹果商店的、每个月固定扣除19元的费用。她翻看以往账单,确认了这是自己在2022年3月开通的某视频平台包月会员费用。这两年,魏佳几乎没有登录过该视频平台,也没有收到过短信、电话、支付平台的通知。

《报告》显示,APP自动续费现象普遍,高达94%的受访者遭

遇过APP续费套路,多为“音乐、视频、网文、漫画等内容类”“网盘类”“文档、扫描等工具类”这三类APP,其中内容类以高达89%的比例居受访者吐槽首位。超六成受访者表示,未在APP自动续费扣款前收到过提醒。

“现实中不少商家通过免费试用或超低折扣等方式,诱导消费者在不充分知情的情况下开通自动续费功能,然后每次扣费的时候不再另行通知,而且关闭自动续费的设置也非常隐蔽,不管消费者在不在使用,需不需要这样的服务,都一直自动扣费,哪怕消费者卸载了,也同样照常扣费,类似行为严重损害了消费者的知情权、选择权和财产安全权。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说。

不过,《报告》指出,在约65%的受访者看来,遭遇APP不规范自动续费行为的维权过程并不容易,APP开发厂家、支付渠道和应用商店成为他们眼里影响问题解决的三大主要因素。

### 一些消费者因维权流程繁琐“默认倒霉”

在消费者眼里,没有明显提醒的APP自动续费行为一直“悄悄”进行,他们收到扣款提示的那一刻才想起自己开通了这类服务。但《报告》指出,面对自动续费套路,受访者的维权意愿并

不十分强烈,“默认倒霉”、尝试维权和强势维权的受访者比例基本一致。

数据显示,遇到自动续费问题后,33.5%的受访者选择默默



接受,“自认倒霉”;33.16%的受访者抱着“尝试解决,不行就算”的态度;采取行动且态度较为强硬(选择“努力挽回损失”“必须挽回损失”选项)的受访者占比为33.33%。

对此,北京工商大学商业经济研究所所长洪涛指出,维权流程繁琐导致许多消费者“默认倒霉”,但有消费者已经提出了,平台就应该引起重视,给予解决,畅通用户沟通渠道。

陈音江表示,客观来看,类似问题一般涉及金额不高,且维权确实需要花费大量时间和精力,因此很多人在遇到这种问题后往往可能放弃维权。另外,消

费者维权时往往难以举证。有些协议条款可能确实履行了提醒告知义务,但消费者确实没有仔细查看,所以也会觉得自己有一定责任,遇到问题之后

经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。

在多位专家看来,即将施行的《条例》有望遏制APP自动续费乱象。陈音江表示:“《条例》对自动续费进行了规制,可以让经营者知道‘自动续费’服务的红线在哪里,让消费者维权的依据更加明确、底气更足,也为监管部门日常执法提供了法律依据。”

洪涛认为,消费者的选择权应该被充分地尊重,对于法规提到的“以显著方式提请消费者注意”,应该是消费者认为的“显著”,确保消费者对重要内容充分知情,而不是APP经营者认为的“显著”。

北京京师律师事务所律师许浩指出,要将APP是否续费的选择不还给消费者,这需要有有关部门加大监管以及处罚力度。对于消费者大规模投诉或被媒体曝光的APP,有关部门要主动出击、从严处罚、公开曝光,以形成震慑,不能仅仅止于约谈。对于APP经营者来讲,与其绞尽脑汁“算计”消费者,倒不如从优化服务出发,带给用户更好的会员消费体验,提高用户的黏性,让用户自愿续费才是长远发展之道。

### 新规为自动续费画了红线

记者注意到,将于7月1日施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)第十条第二款规定,

据《工人日报》