



补贴为什么？

如果补贴资金来自公共财政，需要在政策制定时反复推敲，在政策执行中也要不断检讨，否则就变成给人送钱

这两年，政府出台了許多鼓励发展新能源汽车的优惠政策。今年暑假调研，得来一个故事。在中部一个地级市，有很多私人老板买了电动汽车，经营市区到乡镇中巴车线路。当地充电设施的建设情况并不好，难道他们要自建充电桩？车主们回答说：“我们不充电，我们烧油。”买电动汽车烧汽油，为什么呢？

原来中国要在2016年前推广电动汽车50万辆，任务被各部门层层分解，并以城市为单位考核。我去的这个地级市市区没几辆公交，所以推广电动汽车的任务就落到了中巴上。当然，政府也有激励政策，补贴是其中之一。一辆电动中巴车60多万元，中央财政补贴30万元，地方财政再补30万元，几乎不花钱送辆车。当地充电不方便，老板们也有办法：买了电动中巴后再花点钱买个发动机，把车子改装成普通燃油车，这样下来，花不到10万元，就可以添置一辆新车投入运营，同时支持了政府工作，何乐而不为？

结果让人哭笑不得。在新产业发展早期，为帮助克服市场对新产品采用的障碍，补贴是常用手段。用户的采用障碍有两种：一是新产品或服务性能很好、很有价值，但用户不习惯。滴滴打车就是这一类。消费者原本习惯路边招手打车，出租车司机也习惯沿街扫活，除了广告和宣传，叫车软件祭出的法宝就是你打车、我补贴。冲着补贴，消费者都愿意试试。

一试，比自己站在寒风苦雨中等出租方便多了，而且由于有补贴，比路边打车还便宜。消费者尝到甜头不断使用，渐渐形成新的打车习惯。这里的补贴，是商家支付给用户使用新产品的学习成本，一旦习惯使用新产品的用户上了规模，新产品市场建立起来，就可以不用补贴了。

还有一类障碍来自新产品本身的不完善。新技术与原有技术比往往性能不够稳定，成本高，用户不愿采用。只有当产销量达到一定规模，厂商从大量生产和用户服务中积累了经验，产品性能提高、成本下降，新产品进入市场的障碍才能消除，这是所谓“产业学习曲线”。

电动汽车刚出来时，与燃油车相比价格偏高，市场需求受限。这是一个死循环：因为规模不够，厂商没有学习和积累，成本下不来；成本下不来，企业不愿亏本，产品价格就高；价格太高，买的消费者就少，需求市场就形不成规模。这是许多新兴产业早期市场发展常常遇到的问题。

怎么破？一种方式是企业不断投入开发，提高性能降低成本，坚持到性能超越现有技术产品时。这个过程耗时费劲，企业积极性不够，新技术在商业化道路上就停滞不前了。但如果这是对整个社会有正外部性的所谓战略新兴产业，政府就有可能使用产业政策工具介入，比如补贴。其逻辑是：政府通过给消费者补贴主动创造一批新技术的早期用户，

最终让厂商实现自主发展。

业界一般认为，如果新车型产销量超过10万辆，成本就大幅度下降，规模再大些，新能源汽车相对传统汽车就有了市场竞争力，将来即使不靠补贴也能在市场中立住脚。补贴扮演了新技术产品的市场“接生婆”。

但不管谁接生的娃，都要自己长大。政府补贴本身不是目的，通过补贴让需求市场形成规模，从而帮企业开启学习过程，才是核心。这就要求补贴本身能促进新技术和产品的使用，因为只有用户使用，才能形成从用户、生产再到核心零部件、以及关键技术开发等整个生态系统的完整循环，产业才能真正自主发展。否则，用户仅仅受补贴的诱惑，买了不用，变成“僵尸用户”，不能给厂商提供有价值的反馈，从技术端到客户端的产业价值链不能形成循环，补贴就白补了。

商业社会里没有白吃的午餐，更没有永远白吃的午餐。现在补贴是为了将来不补贴，所以开始就要计划好补贴如何退出。如果补贴资金来自企业，那是市场主体的自主决策，只要股东没意见，旁人不能说啥。但如果像电动汽车那样，补贴资金来自公共财政，就需要在政策制定时反复推敲：补贴为什么？在政策执行中不断检讨：补贴达到目的了吗？否则就会变成本文开头的那个故事：补贴变成给人送钱。■