

ESG 的必要性

MMOG/LE V6 与之前版本最大的不同，是将环境、社会和公司治理（Environmental, Social and Governance, ESG）纳入考量。随着环境、社会等议题逐渐成为市场关注的焦点，可以预见，ESG 话题在 MMOG/LE 评审的后续版本中将会占有更多、更重要的比例。

2015 年的《巴黎协定》上，全世界同意在本世纪内将升温幅度控制在 2°C 以内。为了实现这一目标，人类活动导致的碳排放必须尽快降到零。各国政府陆续公布了自己的减排承诺，包括欧盟、美国和日本在内的 100 多个国家和地区都把 2050 年作为实现碳中和的最后期限，另外两个排放大国巴西和印度则分别承诺到 2060 年和 2070 年实现碳中和。中国是世界第一排放大国，习近平主席在 2020 年 9 月召开的第 75 届联合国大会上首次提出了中国的“双碳”发展目标，承诺二氧化碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和。中国在新能源开发和使用上具备得天独厚的条件，目前中国在太阳能光伏板和发电风机的制造力都处于世界的绝对前列，加之近三十年来市场储存的强大生产力，让我们拥有了“弯道超车”的可能性。因此，中国企业更应把握市场机遇，顺应市场潮流，在生产制造方面降低碳排放，将知识优势和技术优势转化为可持续的市场回报。

无论是企业还是公民，良好的自然和社会环境都是我们生产和生活所必须的必客观条件。出于历史和地理原因，自然资源的分配很难平均。也正是因此，需要更加严肃的对待环境、社会和治理的问题，以保证不同受众的市场可以被照顾到。

据估算，全世界约有 14 亿辆汽车，中国的汽车占有率大约有 3 亿辆。总数虽然不少，但平均汽车占有量按国际通行的千人汽车保有量来算的话，大概是每 1000 人拥有汽车 210 多辆。在全球各国的千人汽车保有量排名中，我国大概排在 70 多名。不仅是在中国市场，还有许多发展中国家，汽车工业还有大量空白需要填补。这就需要更多的汽车制造商、汽车供应商加入进来，在不增加环境负担的情况下完成市场转型，从资本、技术和环境的角度提升消费者的幸福感。从目标上公正对待市场资源，从理念上珍视环境和社会资源。想要实现这个目标，单单依靠新能源汽车是很难实现的，汽车制造商和供应商需要将整个汽车的制造、生产过程转化为可持续的供应链过程。从制造、生产、库存、销

售到维修甚至最后的报废回收，都实现低能耗、零浪费的生产和管理方式，这才真正贯彻了 ESG 的可持续目标。

随着全球气候变化和能源转型的挑战，汽车行业正面临着新能源转型的必然趋势。新能源汽车不仅是应对碳中和目标的重要手段，也是汽车企业实现可持续发展的重要机遇。那么，生产和销售新能源汽车就等于做好了 ESG 实践吗？特斯拉在 ESG 评分上不佳的表现推翻了这一说法。作为能源转型案例的汽车行业，为什么在 ESG 实践上履步为艰？从产业结构上看，汽车行业涉及多个环节，包括制造、销售、使用和回收，每个环节都会产生不同的 ESG 数据，在数据和管理难度上就不小。从企业规模上来说，整车企业产业链员工数量多、零配件供应链庞大，生产过程中的能源和污染物排放密集，因此想要在供应链中做好 ESG 风险管理并非易事。

汽车行业产业链长、辐射面广，每一个零部件或者每一种材料都是汽车碳足迹的来源。根据欧洲车企全生命周期评估，生产一辆电动汽车并不比生产燃油车碳排放要少，这就要求车企从产品本身延伸至能源来源、原材料、供应链到生产制造等产品全生命周期减少碳排放。一辆汽车从设计到原材料、零部件生产，再到整车制造到使用，除使用清洁能源作为燃料之外，减碳最关键的还是要在原材料等上游制造及车辆使用环节。所以，对供应商和合作伙伴的管理对于汽车制造商的 ESG 实践至关重要。

近年来，汽车市场变数颇多：芯片供应、原材料价格、或是疫情原因。2023 年，从局部延烧至全国的价格战引起了汽车行业的震荡。背后原因复杂，有补贴政策退出和减排标准升级的推动，但根本上反映的是汽车市场供需结构的失衡，使得 2023 年国内汽车滑进“大洗牌”时代。根据中国汽车流通协会的数据，2023 年一季度乘用车零售总量仅为 429 万辆，同比下降 13%，甚至低于去年处于“疫情+缺芯”背景下的同期销量。其中，尤其是燃油车在第一季度的销量大幅度下降，乘用车零售 297 万辆，同比下降 23%。

以前汽车公司开发新车型需要以 5 年为周期。然而面临环境和社会的双重压力、日新月异的科技革新、以及不可预测的自然冲突所带来的社会政策变化等，很少有车厂能够有自信可以预测未来的消费走向。尤其是，国内汽车经销商仍有高库存的问题。高库存导致的价格混乱，库存一高，就会降价卖，利润削薄，最后恶性循环，整个行业都不挣钱。2022 年补贴政策的刺激提前透支了市场需求，加上各地车企产能释放过快，今年压在经销商手里的库存到了非常高的位置。据中国汽车流通协会统计，今年 1~3 月中国汽车经销商库存系数分

别为 1.8、1.93 以及 1.77，库存水平均位于 1.5 的警戒线以上。为了维持汽车市场的稳定、增强企业抵御风险的能力，采用稳健的、可持续的供应链管理方案显得更为重要。

与燃油车相比，新能源车在 2023 年的汽车市场上展现出逆流而上的趋势。根据中国汽车流通协会的数据，新能源乘用车 2023 年第一季度零售达 132 万辆，增长 23%。新能源汽车在减碳方面拥有独特的技术优势，同时享有多项政策支持，对于消费者来说一定程度上能够降低开销，因而受到市场青睐。但是，新能源汽车也并非高枕无忧，特斯拉降价之后，许多品牌的系能源汽车也跟着降低售价。

汽车的历史跟工业革命息息相关，现在以新能源为代表的新兴汽车产业正面临一个充满无限可能性的时代。过去，汽车是一个相对闭塞的行业，格局比较固定。现在，各种新玩家涌入，大量选项摆在消费者面前，汽车行业或许也正在转型成为一个以消费者为主导的产业。我国人均汽车的拥有量还不算高，而且广大的农村地区，现在道路资源越来越好，国家也在提乡村振兴，所以农村市场还有需求可以释放。此外，随着汽车使用场景的丰富，女性群体和老年群体的需求也在增长。而这一切都需要汽车制造企业承担相应的环境考量、社会公益价值以及企业治理义务，从而逐步完善以客户需要为本的供应链方案。

中企数据 (CEDEX) 一直积极推动 ESG 理念，致力于通过有效的信息流、高效低碳的物流和资金流，帮助客户理解并践行 ESG 原则和 MMOG/LE。CEDEX 通过应用先进的技术手段提高工作效率，降低库存，实现可持续改进和可持续发展。这是对 ESG 原则的积极响应，也是推动社会整体向更加可持续、更加公平的方向发展的重要一步。

欢迎垂询→公众号：CEDEX-CHINA