

新能源车发展势头未减

本报记者 刘瑾

今年前4个月

汽车生产完成 769.0万辆

销售完成 769.1万辆

同比下降 10.5%

同比下降 12.1%

一汽集团红旗荣工厂里,工人正在进行生产作业。

(新华社发)

量分别为120.5万辆和118.1万辆,环比下降46.2%和47.1%,同比下降46.1%和47.6%。

“4月份汽车销量跌破120万辆,为近10年来同期月度新低。”中汽协副秘书长陈士华说,4月份乘用车和商用车产销量环比和同比均呈现大幅下降。

对于销量下降的原因,陈士华分析说,4月份,国内疫情呈现多点散发态势,汽车行业产业链、供应链经历了严峻考验。部分企业停工停产,物流运输受到影响,生产供给能力下降。同时,受疫情影响,消费意愿有所下降。

乘用车市场信息联席会最新调研显示,受疫情影响,进口零部件短缺,涉及长三角地区的国产零部件体系供应商无法及时供货,有的甚至完全停工、停运,加之物流效率降低和运输时长不可控,生产不畅问题突出。4月份,上海地区5家主力车企产量环比下降75%,长春地区合资主力车企产量下降54%,其他地区总体产量下降38%。

一家新能源汽车企业相关工作人员向记者透露,因部分零部件短缺,公司产品交付时间延长。“正常情况交付时间是8周左右,现在要更长时间。同时,有些车型因订单较多,交付时间也会延长。”

在此背景下,多数车企公布的4月份销量数据不容乐观。上汽集团、广汽集团、长安汽车、长城汽车等车企4月份销量同比和环比均出现两位数跌幅,还有10余家车企销量环比出现下跌,造车新势力代表企业“蔚

小理”(蔚来汽车、小鹏汽车和理想汽车)4月份销量下滑同样明显。

经销商们也面临着巨大压力。乘联会数据显示,国内乘用车4月份零售同比与环比增速均处于当月历史最低值,1月份至4月份累计零售595.7万辆,同比下降11.9%,同比减少80万辆,仅4月份单月销量同比下降达57万辆。

乘联会秘书长崔东树说:“4月份,吉林、上海、山东、广东、河北等地经销商顾客进店和成交都受到影响。”

新能源车仍是亮点

相较于,新能源汽车虽也受到疫情影响,但依然高于上年同期水平,总体表现较好。

数据显示,今年4月份,国内新能源汽车产销量分别为31.2万辆和29.9万辆,环比下降33%和38.3%,同比增长43.9%和44.6%。其中,4月份新能源乘用车零售渗透率为27.1%,同比提升17.3个百分点。在新能源汽车主要品种中,与上年同期相比,纯电动汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车产销量继续保持高速增长势头。

“新能源汽车表现较好,同比延续了稳步增长势头,市场占有率依旧保持较高水平。”陈士华分析称,新能源汽车销量之所以能够继续保持同比增长,一方面是由于消费需求旺盛,另一方面也是因为企业积极保产。在整体承压情况下,多数车企选择将主要精力投入到新能源汽车生产中,以确保销量稳定。

4月3日,比亚迪汽车宣布自今年3月份起停止燃油车整车生产。在订单量大涨和积极保产的双重拉动下,比亚迪新能源汽车4月份销量实现了同比和环比双增长,完成约10.6万辆,同比增长达134.3%。这使得比亚迪在乘联会发布的4月份狭义乘用车零售销量厂商排名中,超越一汽大众,夺得榜首。

崔东树表示,新能源车市场订单充足,但4月份新能源车供不应求加剧,导致未交付订单延期严重。他预估,目前未交付新能源车订单在60万辆至80万辆之间。

值得一提的是,4月份中国品牌乘用车

表现也是市场中的一抹亮色。数据显示,今年4月份,中国品牌乘用车销量55.1万辆,环比下降39.1%,同比下降23.3%。虽然销量环比和同比均下降,但其市场份额却有了明显提升。当期市场份额为57%,比上月提升8.5个百分点,比上年同期提升14.9个百分点。

保供应促消费

近期,上海、长春等地的重点企业陆续复工复产,多数车企及零部件企业也在加紧补产能缺口。然而,在需求收缩、供给冲击、预期转弱等多重压力下,汽车行业稳增长任务仍较为艰巨。

中汽协常务副会长付炳锋指出:“当前,稳增长的关键是畅通汽车供应链和物流运输,加快激活消费市场。”

崔东树表示,今年前4个月,全国乘用车国内零售市场销量损失较大,拉动消费是挽回损失的关键。目前的汽车消费环境压力较大,据中国汽车流通协会统计,部分经销商面临巨大经营压力,部分消费者表现出消费收缩态势。

对于经销商群体面临的“供给与需求双落”状况,中国汽车流通协会副秘书长郎学红认为,目前最迫切的是统筹疫情防控和经济社会发展,确保消费者可以正常到店购车。其次,消费者在疫情后产生的观望心理以及当前面临的原材料价格上涨问题,都会在一定程度上影响汽车消费增长。因此,一系列促消费举措必不可少,要进一步挖掘消费者需求。

近期,从中央到地方,刺激汽车消费的举措密集出台。陈士华表示,党中央、国务院及时推出了稳增长、促消费政策,主管部门和各地方政府认真贯彻落实党中央各项决策,积极作为、协同行动。他认为,汽车企业克服疫情影响,加快复工复产,同时纷纷推出一大批新车型上市,进一步活跃了市场。从目前情况看,汽车产业发展形势正在逐步好转,企业奋力抢抓5月份和6月份关键窗口期,以弥补损失的产销量。

预计汽车产业全年有望保持稳定发展。

产业聚焦

4月份国内新能源汽车生产 31.2万辆 同比增长 43.9%
销售 29.9万辆 同比增长 44.6%

其中4月份新能源乘用车零售渗透率为 27.1% 同比提升 17.3个百分点

近期国内新冠肺炎疫情多点散发,车企生产、市场销售受到一定影响。5月11日,中国汽车工业协会发布数据显示,今年前4个月,汽车产销分别完成769.0万辆和769.1万辆,同比分别下降10.5%和12.1%,结束了第一季度的增长态势。

对于车市遭遇的“倒春寒”,工业和信息化部副部长辛国斌在“看见中国汽车”品牌巡礼全国启动仪式上表示,我国汽车工业韧性强、市场空间大、梯度深。随着疫情防控成效显现,第二季度的产销损失有望在下半年得到弥补,全年有望实现平稳发展。

产销明显下降

中汽协数据显示,4月份,我国汽车产销

当前,我国服务贸易面临前所未有的发展机遇。服务业新动能逐步激发,新业态新模式不断涌现;制造业与服务业持续融合,服务供给的质量、效率明显提升。

商务部数据显示,今年一季度,我国服务贸易继续快速增长。服务进出口总额14569.9亿元,同比增长25.8%。其中,服务出口增幅大于进口9.5个百分点,带动服务贸易逆差下降56.4%至290.3亿元。这充分体现新冠肺炎疫情暴发以来,我国在服务贸易领域结构调整、出口竞争力提升等方面取得的积极成效,我国服务贸易协调发展又进一步。

从最新数据来看,知识密集型服务贸易稳定增长的特点仍较突出。一季度,知识密集型服务进出口6156.6亿元,增长14.1%。其中,知识密集型服务出口3500.6亿元,增长16.3%;出口增长较快的领域是电信计算机和信息服务,其他商业服务、知识产权使用费,分别增长22.1%、14.6%、11.2%。知识密集型服务进口2656亿元,增长11.4%;进口增长较快的领域是保险服务,增速达134.9%。

近年来,我国企业的科技创新能力不断提升,效果也越来越显著。随着我国知识、技术密集型服务业国际竞争力的增强,知识密集型服务贸易呈现迅猛发展之势。商务部新闻发言人高峰此前表示,疫情深刻影响了人们生产生活方式,视听服务、医疗、教育、网上零售等在线提供与线上消费大幅增长,数字支付手段大量运用,为知识密集型服务贸易快速增长拓展了空间。2021年,我国知识密集型服务出口增长18%;其中,个人文化和娱乐服务、知识产权使用费、电信计算机和信息服务出口分别增长35%、26.9%、22.3%,显示出较强的出口竞争力。从今年一季度

探索服务贸易制

数据,2021年我国服务业增加值同比增长8.2%,占国内生产总值比重为53.3%。服务业新动能逐步激发,新业态新模式不断涌现;与此同时,新一代信息技术大大提高了服务的可贸易性,制造业与服务业持续融合,服务供给的质量、效率明显提升,我国服务业快速增长为今年以来我国服务贸易协调发展更进一步奠定坚实基础。

当前我国已进入高质量发展阶段,服务贸易面临前所未有的发展机遇。同时,我国服务贸易发展也面临新的挑战。从国际看,全球产业链供应链面临重塑,区域化、本土化趋势明显。服务贸易复苏在疫情冲击下仍具有不确定性不稳定性。从国内看,部分服务领域国际竞争力有待提高,服务供给不能充分满足消费升级和产业转型的需要,服务贸易发展不平衡不充分问题仍然突出。

为积极应对挑战,以更加开放的姿态推进我国服务贸易高质量发展,应努力从以下几个方面发力。

进一步支持服务贸易发展,要扎实推进实施《“十四五”服务贸易发展规划》,各地落实好各项任务举措。同时,要研究推动出台一批新的政策措施,大力促进数字贸易、技术贸易、对外文化贸易高质量发展。

进一步支持服务贸易发展,要不断探索服务贸易制度型开放路径,推动出台全国版跨境服务贸易负面清单。持续推进服务贸易创新发展试点,各项政策举措落地见效,总结推广更多制度创新成果。遴选试点成效显著的地区,升级建设国家服务贸易创新发展示范区。

进一步支持服务贸易发展,要推进特色服务出口基地提质升级,完善基地管理制度和促进体系,落实支持基地发展的各项政策措施。不断促进服务贸易在构建新发展格局、培育国际合作和竞争新优势中发挥更大的推动作用。

业界点睛

央企开启新一轮压减工作

本报记者 周雷

中央企业压减工作开展以来
中央企业累计减少人工成本449亿元,减少管理费用368亿元

年化全员劳动生产率

67.9万元/人

44.6万元/人

提升比例超过52%

指标、特定企业、集团管控、布局结构优化、风险防控等“五个聚焦”。

围绕近年来出现的新情况新问题,新一轮压减紧抓关键要害,精准施策。2016年5月份以来法人户数净增量大、反弹快的企业,要严格按照专项行动要求,确定有力度的压减指标;净增量低于20%的企业,也要结合自身实际制定压减计划。要对管理层级再压缩,管理层级为5级的中央企业应结合实际深入研究,能控制在4级以内的,采取有效措

施力争实现。

要结合企业战略和发展阶段推动压减,坚定不移推动资金、技术、人才向主责主业和关键领域集中。

深化压减工作,必须标本兼治。国资委强调,着力健全制度机制,推动企业实施法人机构全生命周期管理。以压减为契机,建立更加符合市场经济要求的管理机制,为建设世界一流企业提供有力支撑。

近日,国务院国资委召开中央企业压减工作“回头看”专项行动推进会。国务院国资委副主任翁杰明表示,通过5年多努力,中央企业法人户数和层级过多、管理链条过长的突出问题初步得到解决。国务院国资委已印发“回头看”专项行动工作方案,要通过防反弹、补短板、强管理、调结构、防风险、建机制等一系列措施,推动中央企业再瘦身再优化。

2016年以来,国资委指导各中央企业采取有力措施推进压减工作,基本扭转了法人户数无序增长的局面,实现了户数增长与经营发展速度基本匹配、管理链条与资产收入规模基本匹配。2016年5月到2021年底,中央企业共压减法人19965户,占比38.3%;法人层级5级以内企业已超过70%;97家中央企业集团管理层级全部控制在5级以内。

压减工作开展以来,中央企业累计减少人工成本449亿元,减少管理费用368亿元;年化全员劳动生产率由44.6万元/人增加到67.9万元/人,提升比例超52%。企业从简单设机构、铺摊子的粗放式增长,逐步转向提升单户企业质量和实力的集约化发展。中央企业法人单位户均资产从9.52亿元增加到13.99亿元,户均收入从4.40亿元增加到6.72亿元,户均利润从0.23亿元增加到0.45亿元,增幅分别达47%、53%、96%。

当前,新形势新任务对深化压减工作、加快央企高质量发展提出了更高要求。国务院国资委印发《中央企业压减工作“回头看”专项行动工作方案》,启动新一轮压减工作,下决心清理退出一批企业,优化整合一批企业、重点监控一批企业,进一步减少法人户数,力争将集团公司管理层级控制在4级以内、大多数企业法人层级控制在5级以内。

翁杰明表示,要锚定目标、突出重点,扎实有序开展新一轮压减工作。具体来说,要做到聚焦重点