

传统汽车销量缓慢复苏,新能源车产业将迎来整合——

汽车市场有所回暖 新能源车面临“洗牌”

经济日报·中国经济网记者 刘 瑾

“**透视**

今年二季度,受高温天气、贸易摩擦、库存量高企等因素影响,汽车销量持续乏力,车市逐渐转冷。不过,业内专家认为,随着不利因素逐渐消除,9月份、10月份作为传统销售旺季,车市将缓慢回暖。此外,新能源车持续保持高速发展,产品分化态势逐步显现。预计2020年补贴退出后,新能源车产业集中度将进一步提高,整车生产企业将会集中在10家企业以内——

中国汽车工业协会近日发布的8月份汽车销量数据显示,8月份汽车生产199.99万辆,环比下降2.10%,同比下降4.38%;销售210.34万辆,环比增长11.34%,同比下降3.75%。对此,中汽协表示,虽然销量增速仍在回落,但总体表现符合年初预期。

销售回暖行情复苏

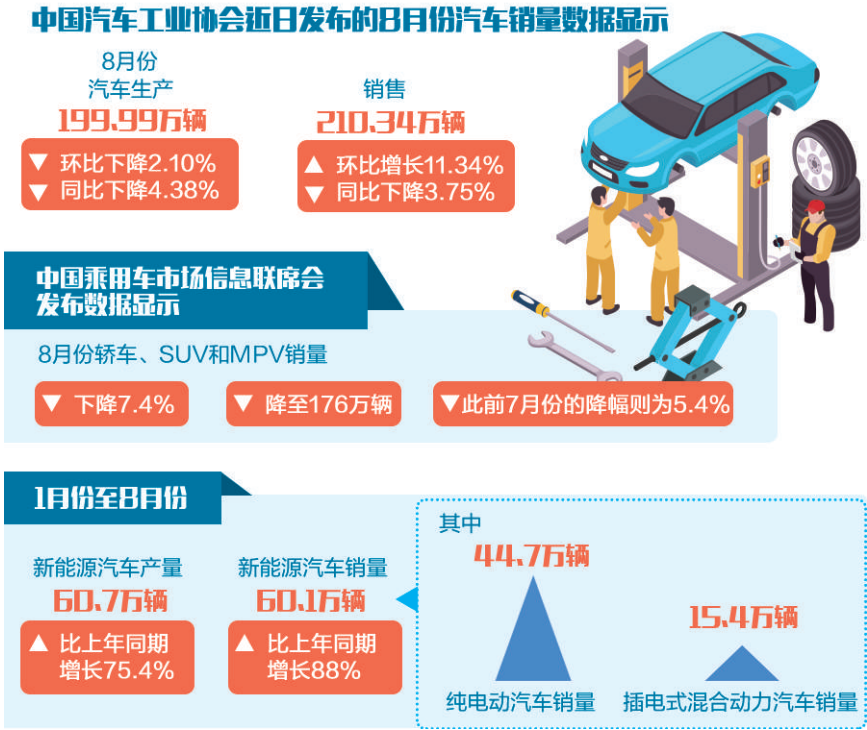
从数据看,8月份汽车产量环比下降、销量呈较快增长,产销量同比均呈小幅下降。1月份至8月份,汽车产销继续保持小幅增长,增速比前7个月均呈一定回落态势。中国乘用车市场信息联席会发布的数据看起来形势颇为严峻,8月份轿车、SUV和MPV销量下降7.4%,降至176万辆,此前7月份的降幅则为5.4%。

乘联会秘书长崔东树称,近期消费者在大件方面的消费变得更加谨慎,“中国汽车市场的冬天来了,SUV需求年内可能会继续下滑”。

对于“冬天来了”的观点,业内有不同声音。国务院发展研究中心产业部助理研究员周毅告诉经济日报记者,8月份汽车产销率高达105.2%,一是受以往月份高库存率影响,生产节奏放缓,二是受季节性因素影响,销量开始转好。

“8月份,汽车销量数据在连续数月下降情况下首次出现两位数增长,表明行情开始复苏。”周毅表示,主要原因是影响销量的不利因素基本已经消除,天气因素等为销量提升创造了条件,预计接下来两个月会有不错的增长。

“二季度销售的疲软使得汽车促销现象较为普遍,造成总体消费额偏低,对于经济拉动作用有限。”周毅表示,加上中美贸易摩擦事态升级,汽车产业发展面临很大不确定性因素,未来汽车业对



经济的带动作用仍面临考验。

新能源车产品分化

1月份至8月份,新能源汽车产销分别为60.7万辆和60.1万辆,比上年同期分别增长75.4%和88%。其中,纯电动汽车产销分别为45.5万辆和44.7万辆,比上年同期分别增长60.2%和71.6%,其销量占新能源汽车总销量的73%;插电式混合动力汽车产销分别完成15.3万辆和15.4万辆,比上年同期分别增长1.4倍和1.6倍。

从数据中可以看出,新能源汽车整体销量相比上年同期保持着稳步增长态势,插电混车型的增势更是居高不下,正逐步抢占纯电动汽车的市场份额。

中汽协表示,插电式混合动力车型比纯电动车起步较晚,但随着新能源汽车的补贴退坡,政府对于插电式混合动力汽车与部分续航较低的纯电动汽车之间补贴差距已经不再明显,加之插电式混合动力车型可以减缓部分用户对于电动汽车的里程焦虑,使得插电式混合动力车型的优势愈发明显。

中汽协副秘书长师建华表示,协会对今年新能源汽车销量的预测是超过100万辆,目前来看应该能够达到,还有相关人士认为,今年销量可能会达到150万辆,在他看来,100万辆、110万辆,甚至150万辆,其实差别并不大,因为新能源汽车在整个汽车市场中所占的份额依然很小。

师建华还表示,未来10年内燃油车还将是汽车市场的主力,传统燃油车也肯定会逐步增加电气化、智能化、网联化因素。未来,也许还没到各国禁售燃油车的法令出台,纯燃油汽车可能就没有了,因为燃油车也正在向混合动力、插混

车型进化。

“新能源汽车行业在多方影响下分化必然加快。”周毅表示,工信部日前将停止生产新能源汽车产品12个月及以上的30家企业(第1批)特别公示,如果未能通过核查将被撤销新能源汽车生产资质。这意味着新能源汽车行业的野蛮化发展时代已经过去,未来市场规律和清理整顿会促使车企分化进一步加快,预计2020年补贴退出后,新能源整车生产企业会集中在10家企业以内。

“新能源汽车高端品牌已经开始发力。”周毅认为,奔驰、奥迪、保时捷近期纷纷发布自己的纯电动车品牌,如果这些品牌按照预期在中国量产,这对于新能源汽车在公众心目中形象、新能源汽车消费都会有极强的促进作用。”周毅认

链接

二手车线上拍卖溢价高

本报讯 记者周明阳报道:二手车拍卖平台天天拍车近日发布了《8月个人卖车大数据报告》。数据显示,在8月份北上广深四地成交的二手车中,异地车商出价高于同城车商出价的比例均超过了70%;大众POLO、雷克萨斯ES200等车型异地价格比同城价格高出20%以上。

拍卖模式打破了二手车交易的物理局限,加速了全国二手车跨区域流转。通过全国买家竞价方式,二手车拍卖平台让个人车主真正享受到了跨区域溢价的实惠。在北上广深四地的二手车交易中,异地高价成交的占比较多。在北京,

为,总体看,新能源汽车的发展任重道远。在数量上,新能源汽车月销量刚突破10万,不到汽车总销量的5%;技术上,近期的电池事故也给电动车消费带来了很多不确定性。电动车要兼容安全性、经济性、实用性三方面,在保证安全的前提下提升电池能量密度、增加使用便利性、不断降低成本。

4S店面临转型考验

“在庞大的汽车产业链中,4S店是流通销售环节最重要的一环。由于目前市场整体供大于求,经销商单店销量少、毛利低,尤其在新能源汽车市场,竞争已经进入白热化阶段。”中海同创集团董事长李金勇指出,随着我国汽车市场由卖方市场向买方市场转变,大部分4S店的盈利能力都在不断减弱,卖车利润日趋摊薄,主要靠维保及其他衍生业务盈利。在新能源汽车经营层面,如果沿用传统4S店模式,实现持续盈利更是难上加难。在这种情况下,车企必须打破传统品牌4S店的思维局限,尝试走进商场、建体验店、运用互联网思维等方式,立足传统、升级传统。

在崔东树看来,4S店体系始终被认为是传统燃油车销售市场中效果较好的模式,但是由于新能源车动力体系完全改变,导致后期维护保养大幅减少,所以新阶段传统汽车4S店的售后功能在大幅削弱。他表示,未来4S店要变成以销售展示和宣传服务为核心的体系,弱化售后服务的功能。

“这种转变是一个庞大的工程,不可能一蹴而就,至少需要3年到5年的转型时间。”崔东树认为,如果售后功能大幅减弱,4S店的经营效率将大幅降低。因此,要转变现有4S店的销售模式和布局模式,成本还是偏高,未来4S店将会以小的直营店展示模式为主。

异地车商出价高于同城车商出价的比例为73.9%;上海为72.5%;深圳为72.1%;广州为71.9%。

在天天拍车8月份成交的二手车中,一辆2016年款的丰田卡罗拉双擎精英版,同城交易价格为96000元,跨区域成交价格为118800元,车主多卖23.8%。

此外,天天拍车8月份各品牌二手车销量统计数据显示,大众保持领先态势,稳坐二手车销量冠军。销量排名前10位的车型分别是别克凯越、福特福克斯、大众POLO、雪佛兰科鲁兹、大众朗逸、大众捷达、雪佛兰赛欧、本田雅阁、别克英朗、标致307。

是因为越来越多的影视企业开始重视海外市场,抱团出海,这也让中国风刮得越来越劲道。

早在2017年12月份,中国电视剧领军企业华策影视便联合华谊兄弟、爱奇艺、京都世纪、大唐辉煌等10家中国影视文化龙头企业共同成立中国电视剧(网络剧)出口联盟,集结优秀电视剧作品和力量,迅速形成聚合和增量效应,助力国内影视行业迈入“抱团出海”、合力突围的新阶段。

不可否认的是,欧美影视工业有着成熟的经验,科学的模型、全新的技术、大数据分析系统以及全球化发行网络等。中国影视行业在推动中国文化“走出去”的时候,应虚心学习,同时还要学为己用,作出最好的影视作品,在此基础上使用顶尖的全球发行网络,把中国影视作品推广发行出去。

作为传递中华文化的重要渠道,中国影视行业首先应当对中华文化充分自信,讲好自己的故事。如此,中国的影视作品才能够真正地“走出去”“走得远”,并最终实现让优秀的文化和商业模式在中国生根发芽,最终将我国培养成为世界影视产业的发动机。

包头稀土行业推动全产业链发展

稀土之都力争“点土成金”

本报记者 陈 力

“目前,我国稀土行业已进入健康发展的轨道。作为重要的战略资源,稀土在改造传统产业、发展新兴产业方面功不可没。”在近日举办的第十届中国包头稀土产业论坛上,工业和信息化部副部长王江平表示,自2011年国务院专门出台关于促进稀土行业持续健康发展的若干意见以来,稀土资源保护不断加强,产业结构持续优化,转型发展成效显著,行业面貌得到了明显改善。

推进稀土全产业链互利共赢,创新源头管理格外重要。“全国矿产资源规划将稀土列入重要矿产目录,自2006年以来,持续实行全国稀土开采总量控制。”自然资源部矿业权管理司司长姚华军认为,“贯彻落实好稀土规划,要进一步优化稀土开发格局,协同推进建设内蒙古包头、江西赣州等7个稀土资源基地,巩固大型企业集团的主导地位。要合理设定稀土开采项目,严格控制新增产能,科学确定稀土矿山回采率、综合利用率,不断提升稀土高效开发和综合利用。同时,积极配合有关部门完善稀土全产业链监管体系,开展稀土产品追溯体系等有关建设。

被誉为稀土之都的包头,正在努力推动产业链与创新链精准对接,“挖土卖土”正转变为“点土成金”。包头市市长赵江涛告诉经济日报记者,目前包头市稀土领域院士工作站已经达到6家,团队40个,合力加快稀土产业提档升级。继去年稀土新材料产值首次超过了稀土采选产值之后,今年又出台了稀土人才引进政策十条、科技发展政策十条、产业促进政策十条,加快稀土新材料园区20平方公里核心区建设。稀土永磁、储氢、抛光、催化、合金五条产业链先后成型,稀土钢、稀土铝等“稀土+”产业不断壮大。国家新材料产业发展专家咨询委员会主任、稀土论坛主席干勇表示,包头稀土产业发展水平逐年提高,尤其从资源链、创新链到产业链非常完整。

不过,对当前的包头稀土行业而言,稀土资源价值尚未充分挖掘,存在稀土可持续发展保障能力不足、业内技术规范标准有待完善等短板。

业内专家认为,稀土行业的高质量发展之路要从4个方面切入:一是发挥市场功能与行业管控机制的协同作用,提高稀土资源精细化管理水平。二是坚持创新驱动,绿色发展。既要用科学技术引领稀土的功能应用,也要用科学技术来改变传统模式的开采冶炼模式。三是加强稀土功能的应用,做大做强行业规模。探索利用率低的稀土元素在特种钢、非金属材料、化肥等领域的开发利用,推动稀土功能材料在机器人领域的提升利用。四是强化稀土集团的管控能力,加快6家稀土集团内部实质整合,压减低端无效产能,逐步向新材料终端应用一体化发展。

线上市场增速达44%

B2C线上市场增速远超线下

本报讯 记者黄鑫报道:在日前举行的2018中国快速消费品行业年度峰会上,全球市场调研公司尼尔森发布了《品质生活新趋势》报告。报告显示,中国B2C(企业对个人)线上市场增速达44%,远高于C2C(个人对个人)和线下市场增速,已经成为驱动全渠道增长的重要推动力。

高端水饮、健康、享受等成为品质生活新趋势。在B2C驱动全渠道增长过程中,维生素、爱宠类依赖线上渠道,维生素线上占比93%,宠物食品占比94%;水饮类增长迅速,包装水线上增长69%,酸奶线上增长62%。

从城市级别来看,三四线城市潜力大。尼尔森数据显示,网购潜力人群“90后”在三四线城市占比最高,达到41%,特别是在四线城市中,家庭消费支出较去年增长了21%。

“大快消行业以无界零售为核心的线上线下融合模式,更好地满足了消费者对于便利性的诉求,从而进一步推动消费者线上购物。”尼尔森电商研究团队副总裁洪轶锐说。

财经作家吴晓波认为,无界零售重新定义了零售行业,将过去的“人、货、场”提升到“人、货、场、时”。消费主流人群的变化带动了消费理念转变,性价比不再是核心消费关注点,品价比开始占据更高位。“人”的变化,也让“货”经历着从“标品”到“非标品”的迭代。移动的普及更是让线上线下数据空间链接趋于无界,模糊了“场”的界限。人脸识别、大数据、SaaS(软件即服务)等新技术应用所带来的用户交互体验,则改变了时间的逻辑。

北京市工商行政管理局关于换发外资银行《营业执照》的公告

下列机构经北京市工商行政管理局同意换发《营业执照》,现予以公告。

摩根士丹利国际银行(中国)有限公司北京分行
统一社会信用代码:91110102690804291G
证照编号:004514234

类型:分公司
营业场所:北京市西城区太平桥大街18号丰融国际大厦11层7、8、10单元
负责人:郑芳

成立日期:2009年06月24日
营业范围:

在下列范围内经营对各类客户的外汇业务和对除中国境内公民以外客户的人民币业务;吸收公众存款;发放短期、中期和长期贷款;办理票据承兑与贴现;买卖政府债券、金融债券;买卖股票以外的其他外币有价证券;提供信用证服务及担保;办理国内外结算;买卖、代理买卖外汇;代理保险;从事同业拆借;从事银行卡业务;提供保管箱服务;提供资信调查和咨询服务;经中国银行业监督管理委员会批准的其他业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)

登记机关:北京市工商行政管理局西城分局
发证日期:2018年09月03日

全球知名网剧平台将推《天盛长歌》——

国产影视精品“出海”闯市场

本报记者 温宝臣

市场瞭望

国产高品质古装剧登陆全球知名网剧平台,不仅意味着中国影视逐渐获得了国际认可,更彰显了中国影视行业逐渐走上高质量发展道路。随着我国文化软实力不断提升,国产影视剧成为中国优秀传统文化“走出去”的重要窗口。未来,国产影视剧要坚持精品化策略、“出海”闯市场,在做大做强行业的同时,将我国的优秀文化带到世界各地——

近日,全球知名互联网娱乐平台Netflix宣布用“Netflix Original Series”方式预购70集中国高品质古装剧《天盛长歌》,并计划将其翻译成10余种语言,9月14日起向Netflix全球190多个国家和地区的1.3亿多用户提供播出。这是中国影视行业“走出去”的又一重要事件。

近年来,随着中国文化软实力的提升,影视行业快速发展,迎来自身发展的黄金期,越来越多反映时代新风貌和中国优秀传统文化的国产电视剧走出国门并取得了全球平台的认可。

从《媳妇的美好时代》在非洲热播到《失恋33天》《老有所依》等被作为国礼赠送给外国政要,继而《三生三世十里桃花》入选戛纳电视节“全球最受欢迎电视剧”TOP50,再到此次《天盛长歌》被

Netflix迅速预购,中国影视凭借实力得到全球观众的认可,也逐步成为中国文化“走出去”的重要角色。

统计数据显示,近年我国电视剧生产总量为每年400部至500部,出口总量维持在每年250部至350部,超过一半的电视剧出口海外。2016年中国电视剧出口总额比2015年增长了三分之一;2017年中国生产电视剧数量13470集,国产电视剧出口额超过了8500万美元。“出海”的国产剧体量在不断增长。更多类型多元、制作精良、反映新时代精神的高质量影视作品成功“出海”,“走出去”步伐明显提速。

全球影视市场近年来缘何刮起“中国风”?华策影视相关负责人告诉经济日报记者,答案离不开精品化策略,有品

质才有市场。同时,经过海内外观众和市场的洗礼,中国影视行业不断积累和沉淀,并将眼光放在了精品化策略上,这推动了中国优秀影视剧质量不断提升,精品不断涌现。不同类型的精品电视剧,向世界讲述了不同年代的中国故事、传递历史悠久的中国文化。

据了解,《天盛长歌》得到Netflix的青睐,其重要原因就是该剧在调动观众关注中国古典美学的同时,传递中华文化中仁爱忠义、大爱无私的精神内涵。

中国传媒大学传播研究院非洲传媒研究中心主任张艳秋教授表示,在国际文化潮流中,中国影视要更好担当起新时代的文化形象大使,从一开始就必须具备“影视出海”的意识。她表示,影视剧商业化“走出去”的路子值得推广。也正