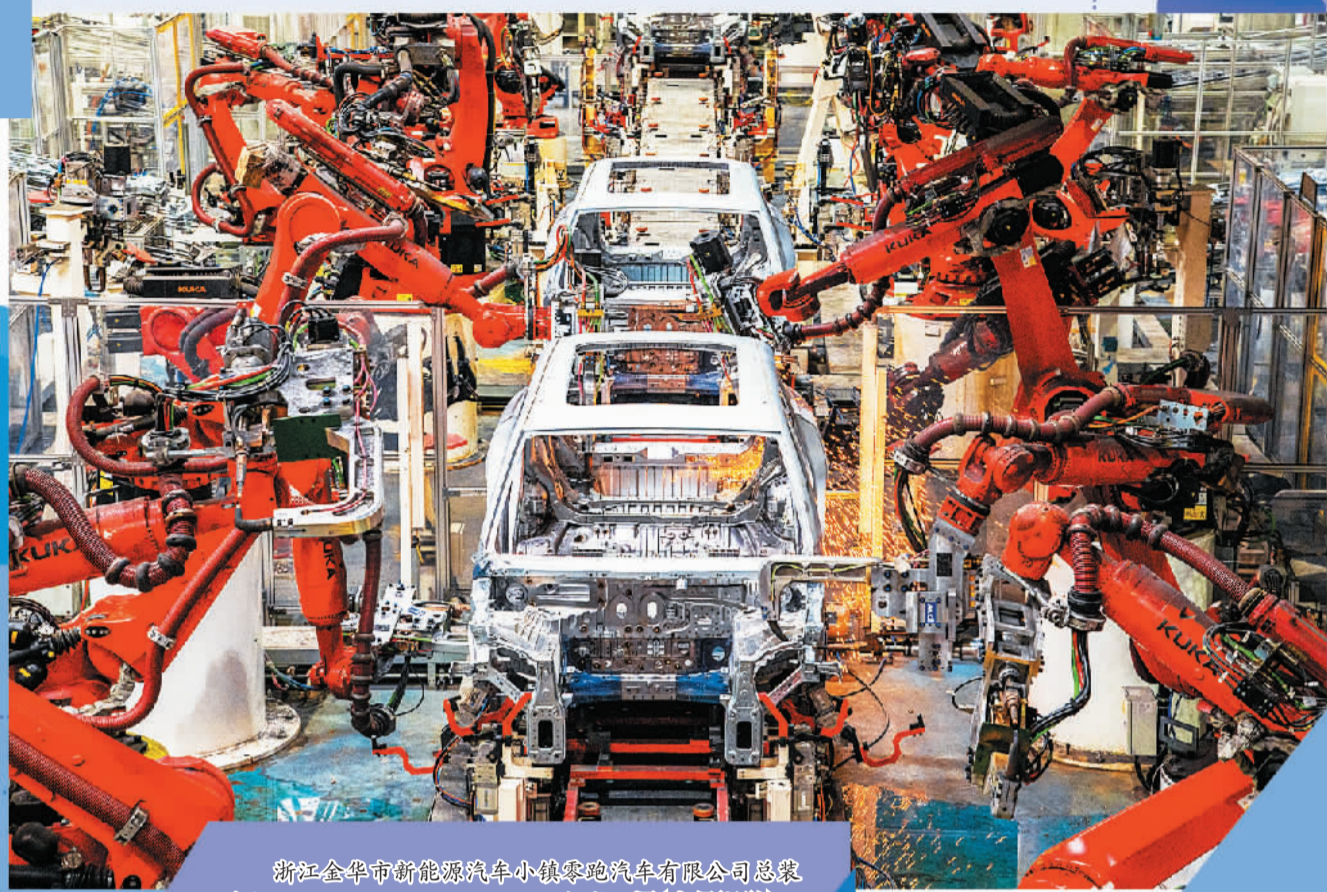


中国汽车品牌强势增长

本报记者 刘瑾



浙江金华市新能源汽车小镇零跑汽车有限公司总装车间。胡云飞摄(中经视觉)

1月份
 中国品牌乘用车销量达**100.4万辆**
 ▲同比增长**15.9%**
 市场份额达**45.9%**
 ▲同比上升**3.7个百分点**

产业聚焦

长安系中国品牌汽车第2000万辆下线,比亚迪第100万辆新能源汽车下线,东风公司第5200万辆汽车暨岚图FREE首台量产车正式下线,小鹏汽车科技日,奇瑞出海20年……在过去的2021年,“看见中国汽车”品牌巡礼的5场活动,展现了中国汽车品牌前所未有的携手发展新气象。

团结就是力量,汇聚得以图强。借助中国汽车品牌向上发展专项行动,中国汽车品牌开启了整体向上发展的全新局面。2月23日,在中国汽车品牌向上发展专项行动2021年总结暨2022年启动会上,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示,中国汽车工业正迈向高质量发展的新阶段,提升中国汽车品牌价值,实现品牌向上突破,是“十四五”时期汽车强国建设最为重要的任务。

增长势头迅猛

中国汽车品牌的强势增长要从2021年说起。

中汽协数据显示,2021年全年,中国品牌乘用车销量达到了954.3万辆,同比增长23.1%,市场份额达到了44.4%,同比提高了6个百分点。增长势头在今年得以延续,1月,中国品牌乘用车销量达100.4万辆,同比增长15.9%,市场份额达到45.9%,同比上升了3.7个百分点。

“新一轮科技赋能发展阶段,中国品牌和汽车企业迎来了新的机遇,这也是中国汽车品牌大有可为的时期。”长安汽车品牌公关部总经理陈卓表示,长安汽车致力于用科技创新引领汽车文明,公司每年将销售收入的5%投入研发,“十一五”至今,已累计投入超过1100亿元。在科技和服务的支撑下,长安汽车竞争力不断增强,2021年,长安新能源汽车销售突破10万辆,同比增加接近300%,增速在全行业中排名第一位。

与此同时,中国汽车品牌发力新能源赛道,在新战场上获得了腾飞的基础。从数据上看,今年1月新能源乘用车零售渗透率达到了16.6%,同比提升了10个百分点。自主

品牌中的新能源车渗透率已经达到31.4%,而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有2.5%。

多年深耕新能源领域的比亚迪汽车在今年1月份以超9万辆的月销量占据新能源车榜首。比亚迪汽车品牌及公关事业部副总经理杜国忠表示,今年比亚迪在品牌上将从“三大自信”更新为“三大领先”,包括科技领先、品质领先和市场领先。

造车新势力也是开局“猛如虎”。1月份,小鹏销量1.29万辆,再创新高,同比增长115%;理想销量1.22万辆,同比增长128.1%;哪吒汽车销售1.10万辆,同比增长402%;零跑汽车实现同比434%的增长。

自主品牌高歌猛进,一些弱势的合资品牌却正不断失去市场份额。“2021年,自主品牌地位大幅提升。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,对2022年新能源汽车保持乐观态度,特别是自主品牌的插混产品值得期待,随着自主品牌在这一市场发力,A级市场的新能源渗透率将有巨大的提升空间,而挑战主要来自高端自主品牌能否可持续发展。

加速全球化发展

过去一年,新冠肺炎疫情、供应链挑战、芯片短缺、航运困难等问题给全球汽车出口造成困扰,而中国汽车品牌的成绩却可圈可点。

继2021年8次突破单月出口2万辆大关之后,今年1月份,奇瑞取得了出口2.69万辆,同比增长60.9%的好成绩。奇瑞汽车股份有限公司总经理助理、营销公司执行副总经理黄招根表示,在创立之初,奇瑞就定下了

“无内不稳,无外不强”的战略,在出口方面不断探索走出去、走进来再到走出去“三步走”的战略,产品销售遍及80多个国家和地区。截至目前,奇瑞集团全球累计用户超过1000万,其中海外用户195万,连续19年位居中国品牌乘用车出口第一位。

奇瑞在出口上的突破是中国汽车走出去的一个缩影。不久前,上汽集团宣布今年将全面发力欧洲市场,把欧洲建成上汽海外的首个“十万辆”级市场。长城、吉利、领克、蔚来、小鹏、爱驰、威马、岚图等车企也在加速出海。

中汽协数据显示,1月份,国内汽车出口达23.1万辆,同比增长87.7%。值得注意的是,2021年,我国汽车出口201.5万辆,首次突破了200万辆大关,同比增长1倍。据海关统计,2021年我国整车(不含低值电动载人汽车)出口金额343.56亿美元。

付炳锋表示,近10年来,中国汽车出口一直在100万辆左右徘徊,2021年首次突破200万辆,实现了历史性跨越,中国汽车产业正在迈向全球化发展新阶段。

“中国经济稳中有进的发展为中国汽车‘走出去’打下了坚实的基础。”理想汽车高级副总裁柯言介绍说,从国际上来看,人均GDP达到1.2万美元至1.5万美元,是很多国家车企走出去的重要节点,日本、韩国的车企都是在这个时间段走向了国际化,也期待今年成为中国汽车品牌大规模国际化的起点。

持续提升品牌

中国汽车品牌的成长正在被世界看见。连续5年蝉联中国品牌乘用车销量冠军的吉利汽车,2021年成为国际汽车工作组第10家汽车集团成员。作为历史上第一个亚洲会

员,吉利将与其他九大国际汽车集团以及欧美各国汽车协会,共同参与国际质量标准制定,推动世界汽车工业可持续发展。

付炳锋表示,“十四五”时期是我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年,也是汽车强国建设的关键五年。汽车工业正在发生的深刻变革,为行业发展带来前所未有的挑战,也带来了千载难逢的发展机遇。

2021年,中汽协在工业和信息化部指导下,组织开展了“2021中国汽车品牌向上发展专项行动”,其中,品牌巡礼全国行活动不仅记录了企业品牌成长发展节点,也展示了中国汽车产业发展的一座座丰碑。

2022年,中汽协将继续开展新一轮2022中国汽车品牌向上发展专项行动。中汽协副秘书长柳燕介绍说,专项行动将以“技术突破与创新”为主线,选取行业代表性的品牌参与,展示中国汽车品牌在新赛道上的技术创新成果,打造中国品牌技术领先的整体形象。

“我们要成为制造业强国,就要做汽车强国,要把民族汽车品牌搞上去。”工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚表示,我国拥有良好的产业技术条件和全球最大的汽车市场,产业具备更好发展的有利条件。“十四五”时期,工信部将深入实施新能源汽车产业发展规划,加强统筹协调,巩固先发优势,提升创新优势,持续组织开展“中国汽车品牌向上发展专项行动”,为汽车强国建设营造良好环境。

郭守刚强调,汽车强国建设任重道远,品牌向上发展也非朝夕之功,要坚持不懈做好品牌质量建设,做好各项活动,加强宣传品牌平台的长效机制建设,把中国汽车品牌向上系列活动打造成亮丽的风景线。

全国铁路1月份发送货物同比增加480万吨——

基本缓解各大电厂燃煤之急

本报记者 齐慧

1月份
 全国铁路发送货物**41266万吨**,
 同比增加**480万吨**,增长**1.2%**
 截至1月底
 全国**363家**铁路直供电厂存煤**6767万吨**,
 同比增加**2884万吨**,增长**74.3%**

17.2%和33%,有力保障了群众过节所需。

除了日常物资运输,能否将发电用煤按时足量运送到电厂,关系到千家万户温暖过冬,也成为社会关注的焦点。

“铁路电煤运输,不仅要保持量足,而且要根据情况随时调整。”上述负责人介绍,国铁集团及所属各铁路局集团公司分别对接各省市政府经济运行部门,了解电煤运输需求,科学制订春节期间运输方案。国铁集团“保供办”加强值班和日常盯控,密切关注各大电厂电煤供、耗、存情况,动态加强统筹协调。

据该负责人介绍,铁路部门充分发挥大秦、唐包、瓦日、浩吉等煤运通道作用,保持运量稳定。自去年10月启动电煤保供运输以来,铁路直供电厂存煤可耗天数从7天、12

天,再到18天以上,基本缓解了各大电厂的燃煤之急。截至1月底,全国363家铁路直供电厂存煤6767万吨,同比增加2884万吨,增长74.3%,平均可耗天数25.7天,同比增加12.2天,实现存煤18天以下电厂动态清零。

此外,铁路部门还针对实际情况实行了重点地区精准保供。对保障北京冬奥会、冬残奥会用电需求的冀北地区23家电厂,以及河南19家电厂、山东17家电厂进行精准保供。针对河南等涉疫地区其他运输方式煤炭运输受到影响的情况,加大铁路运力,进行重点保供;针对山东、江苏地区18家电厂存煤可耗天数相对较低的情况,组织点对点精准保供运输。

春节前夕,是中欧班列需求旺盛时期。为满足企业运输需求以及群众对进口高质量产品的需求,铁路部门全力做好班列开行组织。1月份,中欧班列开行1304列,同比增长11%。截至1月29日,中欧班列累计开行已经突破5万列,运送货物超455万标箱,货值达2400亿美元,通达欧洲23个国家180个城市,为保障国际产业链供应链稳定、推动共建“一带一路”高质量发展作出积极贡献。

除了中欧班列,铁路部门还充分发挥中老铁路、西部陆海新通道等跨境列车作用,助力对外开放高质量发展。1月份,中老铁路进出口货物装车2098车,环比增长30%。

2022年中央一号文件明确要求抓好农村改革重点任务落实,这是中央深刻认识和把握新发展阶段“三农”工作的历史方位和战略定位、准确把握农村改革发展形势任务基础上作出的决策部署,对解决农业农村发展面临的各种体制机制性矛盾问题意义重大。

党的十八大以来,党中央系统谋划、统筹部署,出台了一批顶层设计、农村改革方案,实施了一批纵深突破的农村改革试点。通过各方面持续努力,农村土地制度改革取得重大进展,集体产权制度改革深入推进,新型农业经营体系加快构建,城乡融合发展体制机制和政策体系初步建立,建立了一批成熟定型的法律制度,破解了农业农村发展的许多难题和障碍,深化农村改革取得重大阶段性进展,为实施乡村振兴战略提供了制度和政策保障。

刘俊杰

当前,百年变局和世纪疫情交织,世界经济复苏脆弱,我国经济社会发展面临的形势错综复杂,必须稳住农业基本盘,做好“三农”工作。农村改革过去为经济社会发展提供了动力源泉,新阶段做好“三农”工作更要用好“改革”这一法宝。要加快推进农村重点领域和关键环节改革,抓好重点任务落实,强化改革系统集成,为全面推进乡村振兴、加快实现农业农村现代化提供持续动力。

深化农村土地制度改革。新阶段深化农村改革,主线仍然是处理好农民与土地的关系。当前重点是保持农村土地承包关系稳定并长久不变,抓紧抓实农村土地二轮承包到期后再延长30年整县试点工作,通过试点探索完善二轮延包的具体办法和配套制度,确保政策衔接平稳过渡。稳步推进农村宅基地改革试点,探索落实宅基地集体所有权、保障宅基地农户资格权和农民房屋财产权,适度放活宅基地和农民房屋使用权的实现路径。规范开展房地一体宅基地确权登记,健全宅基地管理制度,妥善化解历史遗留问题。农村集体经营性建设用地入市方面,要探索完善依法取得的农村集体经营性建设用地使用权,健全入市交易的市场规则和监管机制,稳妥有序推进农村集体经营性建设用地入市,推动构建城乡统一的建设用地市场。

深化农村集体产权制度改革。目前,农村集体产权制度改革的阶段性任务基本完成,绝大多数地区都建立了新型农村集体经济组织。要巩固提升农村集体产权制度改革成果,引导集体经济组织在搞好统一经营服务上,在盘活用好集体资源资产上、在发展多种形式股份合作上多想办法,探索新型农村集体经济发展路径。深化集体林权制度改革,构建现代林业产权制度,释放林业资源活力。

强化改革系统集成。推进农村改革重点任务落实需要强化联动改革,这是由“三农”工作的复杂性和全局性所决定的。新阶段深化农村改革的各项任务之间关联性很强,改革面对的利害关系也越来越复杂,对深层次利害关系的触动越来越直接,对改革的系统性整体性协同性要求也更高。要把加强改革系统集成摆在更加突出的位置,着力在“集成”上下功夫,加快推进土地制度、经营制度、产权制度、支持保护制度、城乡融合发展等改革联动、系统集成,在政策取向上相互配合、在实施过程中相互促进,发挥改革整体效应。

积极稳妥推进。推进农村改革必须切合农村实际、符合农民长远利益,因地制宜探索有效的推进方式和实现路径。尤其是农村土地和农民进城等涉及农民基本权益、涉及全局的重大改革事项,更要持审慎态度,必须看准了再改,保持历史耐心。要将深化农村改革与促进经济发展、维护社会稳定结合起来。尊重基层和群众创造,把选择权交给农民。坚持先立后破,条件成熟的先试点推进,不成熟的不要急于去动。把农民满意不满意、答应不答应作为衡量改革成效的根本标准,守住改革底线。

(作者为农业农村部农村经济研究中心改革试验研究室副主任)

本版编辑 陶琦 美编 倪梦婷

邮储银行杭州市分行:提升创业担保贷款数字赋能

近日,邮储银行杭州市分行与杭州市就业管理服务中心签订《杭州市创业担保贷款业务战略合作协议》,将建立长期合作机制,形成创业担保贷款工作格局,提升创业担保贷款数字赋能,共同推动创业担保贷款蓬勃发展。这次战略合作协议签订,是邮储银行杭州市分行与杭州市就业管理服务中心立足长远、优势互补、合作共赢的大事。后续邮储银行杭州市分行将以勇立潮头的精神、脚踏实地的态度和百折不挠的勇气,做好普惠金融开拓,深化普惠金融,服务实体经济,扶持创业就业,赋能文创领域,共同推动创业担保贷款工作健康发展,为服务杭州市的创新创业贡献力量。

近年来,邮储银行杭州市分行在当地监管部门指导下,持续履行国有大行担当,坚持服务“三农”、服务社区、服务中小企业的“三大”战略定位,落实“六稳”“六保”任务要求,积极践行社会责任,助推普惠金融创新发展。

邮储银行杭州市分行不仅实现线上贷款比例快速提升,“E捷贷”线上支用替代度86%,促进贷款发放全面提速;打造特色信贷产品,力推“文创贷”“就业贷”,专业化、定向化为超过1000户小微企业提供资金支持,助力小微企业新发展。同时认真贯彻落实减费让利政策,加大惠企利民力度,助力小微企业轻装前行,助推普惠金融高质量发展。(数据来源:邮储银行杭州市分行)

·广告



一列动车组列车行驶在江苏连云港市。

耿玉和摄(中经视觉)

1月份,全国铁路发送货物41266万吨,同比增加480万吨,增长1.2%,有力保障了节日重点物资运输需求和国民经济平稳运行。

铁路是大宗物资长距离运输的主力。“1月份,国铁集团围绕经济社会发展对货物运输的需求,针对季节特点,采取有效措施,确

保货物运输稳定上量。”国铁集团货运部负责人介绍,春运期间,铁路部门充分运用路网扩充增长的运输能力,统筹春运旅客运输和货物运输运力安排,科学安排各列车开行结构,全力保障节日生活物资、防疫物资运输,1月份农副产品和医药品装车分别同比增长