

解决宽带“资费贵、网速慢”还要多久?

■本报记者 孙喜保

我国宽带贵而不宽已经成为影响我国信息产业发展和居民生活的一大障碍。实际上这一问题已经被诟病多年,五年前,新华社就曾发表评论,“发达国家互联网使用价格不到其收入水平的1%,而我国的比例则超过10%,是发达国家的10倍以上。”文章还援引国家信息中心信息化研究部发布的报告称,“如果考虑到收入差距的话,2008年韩国人均国民收入是我国的6.9倍,这意味着我国的宽带资费水平相当于韩国的124倍。”

网费贵不说,网速还很慢,“就2008年中国宽带上网接入速度来看,日本的速度为63Mbps,韩国为40Mbps,而中国只有可怜的1.8Mbps。”

即便是现在,我国宽带的网速也低于全球平均网速水平。不久前李克强总理甚至也提出了质疑,我国的网速还不如一些发展中国家的网速快,而且价格偏高。

问题持续多年未解,到底什么原因卡住了中国宽带越走越宽的“脖子”?

资费偏高源于供给不足

4月底,工信部在新加坡召开新闻发布会,回应了我国宽带目前资费贵、网速慢的现象。

工信部通信发展司司长闻库称:“总的来看,资费高的原因是很多方面的,但是,按照

市场经济的规律而言,主要是市场供给不足,4G投资还没有见效益。”

闻库还表示,关于资费的问题,工信部一直在通过推动电信资费改革、鼓励竞争的方式来促进电信资费的下降。

实际上,这两年来我国电信资费确实在下降,以今年一季度为例,我国电信业务总量同期增长22%。但是相对应的电信业务的收入仅增长了2.9%。

据统计,2014年跟2011年相比,移动流量资费下降了60%,宽带的资费水平约下降了30%。

虽然如此,由于资费的基础较高,消费者并没有感到明显的下降,“下降的幅度跟社会的期望,用户的要求还是有一定差距。”闻库说,“4G去年刚刚投下去还没有产生效益,普及率跟国际相比还在进一步提升。成本降低和充分竞争还有进一步的推动空间。”

目前我国4G用户持续呈现爆发性增长,仅3月当月净增2388万户,总量达到1.62亿户,今年预计突破2.5亿户。

按照“规模效应”和“边际成本”理论,用户量越大,成本越低,随着我国4G用户的持续增加,资费贵的问题,有望得到一定程度的缓解。至于如何短期内解决资费贵的问题,闻库表示,要着重解决供给不足的问题,最主要是加大投入,近年来,国家大力发展4G,加大4G投资建设,建设全光网络城市。在固定宽

带方面,要加大“光进铜退”的改造,通过技术进步,提高网络的畅通能力,降低每一个单位流量包的造价。

另外面对外界所诟病的行业垄断现象,工信部还积极推动引入民营资本进入通信市场,先后开放了虚拟移动转售业务及在十几个城市试行引入民间资本开放本地接入业务,引入竞争。目前,已有几百家企业申请了宽带接入业务。

同时工信部还联合有关部门推动城市老旧小区改造,接入多家通信公司,让用户可以有更多的选择余地,通过共享机制,降低通信企业的运行成本,也为降价省出空间。

“宽带中国”能否破解网速慢

除了费用贵,网速慢也是困扰我国信息化发展的一大障碍。

据国际电信联盟(ITU)发布的2014年《衡量信息社会报告》显示,中国信息技术(IT)水平排名86位。世界经济论坛发布的《2014年全球信息技术报告》指出,在全球信息技术发展水平排名中,我国仅排第62。

3月底,全球最大的内容分发网络服务商Akamai发布的《2014年第四季度互联网发展状况报告》显示:全球平均网速4.5兆位/秒(Mbps),同比增长20%;韩国以22.2兆位/秒列首位,据中国宽带发展联盟近期发布的《2014年第四季度中国宽带速率状况报告》显示,我国宽带下载平均速率提高到4.25兆位/秒,提升幅度超过20%。上述统计数据显示全球平均网速在持续稳定增长,但中国

网速平均仍低于全球平均水平。这显然与我国的互联网大国地位不相称。

截至2014年12月底,中国互联网网民达到6.48亿,互联网经济占GDP的比重达到7%,为近年来最高。

网速慢在困扰消费者的同时,也一直是工信部等相关部门致力于解决的难题。

今年2月26日,春节上班后的第二个工作日,工信部就组织召开了“宽带中国”2015专项行动动员部署电视电话会议,全面部署实施“宽带中国”2015专项行动。

工信部部长苗圩在会上明确了“宽带中国”2015专项行动的主要目标:一是宽带网络能力实现跃升。新增光纤到户覆盖家庭8000万户;新建4G基站超过60万个,4G网络覆盖县城和发达乡镇;新增1.4万个行政村通宽带。二是普及规模和网速水平持续提升。新增光纤到户宽带用户4000万户,使用8Mbps及以上接入速率的宽带用户占比达到



55%,用户上网体验持续提升。三是积极支撑和服务智能制造。

这已经是工信部连续第三年实行“宽带中国”专项行动,这些目标一旦实现,将极大提高我国的宽带速度。

据闻库介绍,截至今年一季度,全国互联网用户接入数到2.04亿户,光纤到户的用户占比达到38.4%,8兆以上,包括10兆、20兆、50兆、100兆的用户已经占到宽带用户的46%,全国固定宽带平均速率目前是4.25兆,在农村实现1.4万个行政村通宽带。今年整个运营企业在宽带以及通信的投资将达到4300亿元,与去年相比增加10%。

“同时,在这个基础上推动相关企业拿出一些实实在在的措施,解决好网络‘用得起’的问题。”闻库说。

但在一些专家看来,如果不能尽快破除行业垄断,不能够尽快加快通信业的基础设施建设,要想根本上解决“资费贵、网速慢”的问题尚需时日。

吕建设/CFP

“同时,在这个基础上推动相关企业拿出一些实实在在的措施,解决好网络‘用得起’的问题。”闻库说。

但在一些专家看来,如果不能尽快破除行业垄断,不能够尽快加快通信业的基础设施建设,要想根本上解决“资费贵、网速慢”的问题尚需时日。

“同时,在这个基础上推动相关企业拿出一些实实在在的措施,解决好网络‘用得起’的问题。”闻库说。

但在一些专家看来,如果不能尽快破除行业垄断,不能够尽快加快通信业的基础设施建设,要想根本上解决“资费贵、网速慢”的问题尚需时日。

“同时,在这个基础上推动相关企业拿出一些实实在在的措施,解决好网络‘用得起’的问题。”闻库说。

工信部:积极推动中小企业信息化

本报北京5月5日电(记者孙喜保)在今日工信部举办的“2015中小企业信息化服务信息发布会”上,工信部副部长毛伟明指出,推进中小企业信息化,要把更好发挥中小企业在产业链和创新链中的作用放在突出位置,充分利用互联网和信息技术破解制约中小企业发展难题。

毛伟明称,当前工信部正在积极推动云计算、大数据、物联网与现代制造业结合,促进电子商务、文化创意、互联网金融等产业融合发展,加速发展智能装备和智能产品,支持“草根”创新和小微企业发展,营造有利于“大众创业、万众创新”的发展环境。

为了加快推进中小企业信息化,工信部需要在三个方面努力:一是加快推进智能制造,积极引导和支持中小企业参与产业链,打造创新链,推动生产制造过程的智能化和网络化,提高产品质量和协作配套能力。二是实施“互联网+”行动计划。运用云计算、大数据、移动互联网等信息技术,强化信息化服务,为中小企业的研发、管理、生产、营销和物流等核心业务提供支持。三是为大众创业、万众创新搭建平台。推动基于互联网的信息化服务和中小企业公共服务体系建设,促进满足个性化、多样化需求的众创、众筹、众包等新模式、新业态发展。

据工信部中小企业司副司长许科敏介绍,2014年中小企业信息化推进工作取得了不小的成效:一是信息化服务平台建设不断加快,服务能力不断增强;二是电子商务服务不断加强,提升了中小企业市场开拓能力;三是新一代信息技术应用更加普及,小微企业的移动应用得到更多支持;四是宣传培训活动丰富多彩,培训形式不断创新。

络化,提高产品质量和协作配套能力。二是实施“互联网+”行动计划。运用云计算、大数据、移动互联网等信息技术,强化信息化服务,为中小企业的研发、管理、生产、营销和物流等核心业务提供支持。三是为大众创业、万众创新搭建平台。推动基于互联网的信息化服务和中小企业公共服务体系建设,促进满足个性化、多样化需求的众创、众筹、众包等新模式、新业态发展。

据工信部中小企业司副司长许科敏介绍,2014年中小企业信息化推进工作取得了不小的成效:一是信息化服务平台建设不断加快,服务能力不断增强;二是电子商务服务不断加强,提升了中小企业市场开拓能力;三是新一代信息技术应用更加普及,小微企业的移动应用得到更多支持;四是宣传培训活动丰富多彩,培训形式不断创新。



东方IC供图

■李永钧

刚刚过去的4月车市,一场轰轰烈烈的“官降”风暴正式来袭。除直接降价外,送购置税或保险、提供免息贷款等多种形式的变相降价也纷至沓来。

集体“官降”

赶在一年一度的上海车展前夕,上海大众、长安福特、北京现代和一汽大众四大车企领衔“主演”了一场降价促销的大戏,引发了羊年首场大规模降价潮。

4月6日,上海大众正式宣布对旗下全系车型提供零利率信贷的优惠,同时Polo、途安降价最高1万元,途观、帕萨特提供1万元的优惠,凌渡最高优惠达8000元,其他车型也有不同程度的优惠。

长安福特打出了从4月10日起到4月30日为庆祝全新锐界上市,全系大部分车型

赠送全额购置税,并且从4月10日起购买新福克斯再送4999元车辆保险的优惠。北京现代也宣布旗下大部分产品,贷款购买全部免息两年,而全新上市的索纳塔9更是享受3年免息政策。4月13日,一汽-大众宣布采取多种形式变相下调车价。包括迈腾、CC、速腾、高尔夫、宝来及捷达,全系购车可享“保险、零利率、置换补贴”,优惠最高可达7800元。

4月14日,上海通用雪佛兰品牌也发布了“官降”方案;4月17日,上汽乘用车公司宣布,荣威、名爵品牌全系轿车调整价格,全系31款车型平均下调近万元。东风标致宣布在4月20日至5月31日,凡是在全国任意一家东风标致经销商处购买东风标致车型(不含308S和2008车型)的用户,都能够享受“五免狮王”带来的购置税、车船税、交强险、上牌费以及信贷利率五大项目的全额免单。此外,还推出“超级贷”金融

赠送全额购置税,并且从4月10日起购买新福克斯再送4999元车辆保险的优惠。北京现代也宣布旗下大部分产品,贷款购买全部免息两年,而全新上市的索纳塔9更是享受3年免息政策。4月13日,一汽-大众宣布采取多种形式变相下调车价。包括迈腾、CC、速腾、高尔夫、宝来及捷达,全系购车可享“保险、零利率、置换补贴”,优惠最高可达7800元。

4月6日,上海大众正式宣布对旗下全系车型提供零利率信贷的优惠,同时Polo、途安降价最高1万元,途观、帕萨特提供1万元的优惠,凌渡最高优惠达8000元,其他车型也有不同程度的优惠。

长安福特打出了从4月10日起到4月30日为庆祝全新锐界上市,全系大部分车型

轻量化材料有助推动电动汽车发展

本报讯(记者蒋嵩)日前,罗兰贝格管理咨询公司联手德国亚琛汽车工程技术有限公司发布的2015年第一季度电动汽车指数称,轻量化材料的设计理念是电动汽车技术革命的主要推力。

罗兰贝格咨询公司合伙人沃尔夫冈·伯恩哈特指出,“近几年,德国的汽车制造商投入大量资金进行电动汽车研发,在技术层面上达到很高的水平,这使它们有能力在高端车型中进行电动汽车的大批量生产,但是他们仍然受到电池成本和重量问题的困扰。”

其实,同样的问题也存在于中国的电动汽车行业中。鉴于中国汽车行业起步晚,电动汽车和混合动力汽车的技术和市场仍需完善的现状,为缩小与世界一流企业的差距,中国电动汽车的发展仍然任重道远。对中国市场来说,电动汽车和混合动力汽车本身的环境

优势尤为可贵,政府也欲通过新一轮鼓励政策刺激电动汽车市场的发展。这对企业而言是一个极大的利好因素。

业内专家建议,长远规划之外,汽车企业眼前的当务之急是研发出更成熟、经济的关键技术。轻量化材料的设计理念是电动汽车技术革命的主要推力,大幅减轻车体的重量才能抵消电池增加的重量。但时至今日,电动汽车的初期设计、模块化系统和材料应用仍没有突破传统汽车的模式。

亚琛的高级工程师马库斯·托内斯对此解释道,“模块化系统使汽车生产商能够大批量低成本地生产汽车配件,但是电动汽车要比传统汽车重大概10%到30%,这就拉低了电动汽车的效能。汽车生产商应该着力于开发像碳纤维增强塑料和铝合金这样的替代材料。”

价格战从经销商层面上升到车企层面

“官降”风暴来袭 车市价格战升级

项目,将308S消费者至此,加入降价阵容的车家由之前四家增至七家。

值得关注的是,在此轮降价潮中,主力车企取代4S店成为车市降价的主角。随着主力车企接连降价,其他车企也通过不同方式正在实行或酝酿“官降”,一场由车企主导的价格战已经呼之欲出。有业内专家认为,降价或将成为2015年乃至更长一段时期的车市主旋律之一,“官降”以及新车低价上市将会形成明显的趋势。

市场的选择

以往,车企集中降低官方售价情况很少见,今年为何会赶在一起降价?

公开数据显示,今年一季度汽车市场并未达到预期,市场供大于求的状况严重恶化,迫使汽车企业不得不通过降价的方式以刺激市场需求。

与此同时,虽然汽车厂商都在“嚷嚷”不赚钱,但是整车的利润率仍然远远高于国际平均水平,这为降价带来了空间。此外,还有观点认为,各大厂商的此番集体降价行为,瞄准的是5月购车旺季促销,在淡季和旺季交接的这个时间节点上,希望在旺季行情中争取更大的市场份额。

数据显示,今年第一季度,中国车市增长速度再次出现大幅滑坡,销量增长只有3.9%。从细分市场的增长速度显示,这种情况更为严峻,一季度轿车市场连续两个月同比负增长,2月轿车销售同比下降1.48%,3月同比继续下降1.43%。3月经销商综合库存系数为1.77,同比上升28%,处于警戒线以上。而第二季度车企仍然没有走出增速下滑的阴影,降价似乎已成为车企不得不采取的“救市”手段。

“由于前几年中国车市高速增长,多数车企在产能扩张上过于乐观。随着之前规划的产能逐渐落地,再加上整体增速放缓所带来的影响,车企之间的竞争再度升级,价格战也从原来的经销商层面上升到车企层面。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊如是表示。

上有供大于求的产业大势,下有生存艰难的经销商,车企和经销商如今正面临巨大的销售困境和库存压力,需要通过降价来吸引消费者,从而完成上半年销售业绩。“官降”或许是车企争夺市场份额所能采取的最直接的方式。

本报(记者杨冉冉)日前,中国保险行业协会、中国汽车维修行业协会(以下简称“两协会”)公布了第三批“汽车整备配件零整比系数”,并同时公布“汽车消费者常用配件负担指数”。报告显示,20款车型车型的整车零整比系数最高的为华晨宝马5系F18和北京奔驰E级W212,在65%至66%;超四成汽车常用配件负担指数高于平均值,且消费者更换常用配件成本差异较大,最高相差8.2倍。

汽车整备配件零整比,是指汽车配件与整车销售价格之比,即市场上该商品全部零配件的价格之和与完整商品销售价格之比。以北京奔驰E级W212为例,其零整比系数在65%至66%。这也意味着,上述奔驰E级倘若要更换全部零件,那么所花费的价格可以直接购入6辆半E级新车。据了解,在成熟的汽车市场,汽车零整比一般在30%至40%。

在2014年两次发布汽车零整比数据后,一些“零整比”高的厂商纷纷下调汽车零配件

接的这个时间节点上,希望在旺季行情中争取更大的市场份额。

数据显示,今年第一季度,中国车市增长速度再次出现大幅滑坡,销量增长只有3.9%。从细分市场的增长速度显示,这种情况更为严峻,一季度轿车市场连续两个月同比负增长,2月轿车销售同比下降1.48%,3月同比继续下降1.43%。3月经销商综合库存系数为1.77,同比上升28%,处于警戒线以上。而第二季度车企仍然没有走出增速下滑的阴影,降价似乎已成为车企不得不采取的“救市”手段。

“由于前几年中国车市高速增长,多数车企在产能扩张上过于乐观。随着之前规划的产能逐渐落地,再加上整体增速放缓所带来的影响,车企之间的竞争再度升级,价格战也从原来的经销商层面上升到车企层面。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊如是表示。

上有供大于求的产业大势,下有生存艰难的经销商,车企和经销商如今正面临巨大的销售困境和库存压力,需要通过降价来吸引消费者,从而完成上半年销售业绩。“官降”或许是车企争夺市场份额所能采取的最直接的方式。

两协会公布第三批汽车零整比

豪华车零整比仍居高

价格下调的多为高价值、低损失频度的配件,与消费者日常用车成本密切相关的配件降价较少

价格,比如奔驰、一汽奥迪、克莱斯勒、宝马等。

但两协会通过跟踪监测发现,有些汽车厂商价格下调的多为高价值、低损失频度的配件,而与消费者日常用车成本密切相关的配件则降价较少。例如,很多厂商下调了发动机、变速箱等配件的价格,但它们的更换频次一般仅为0.02%;与此相对应的是,前保险杠、灯具等更换频次较高的配件,却鲜有厂商降价。

针对这种情况,两个协会开展了“汽车消费者常用配件负担指数”的研究,选取500款车型和18项常用配件作为研究对象进行常用配件负担指数的计算,该指数表示18种常用配件的更换成本占整车价格比重。业内认

能否推倒“多米诺骨牌”

对于此番大规模降价潮,消费者反响如何?通过走访市场发现,消费者对本次“官降”的态度不一,有的急忙出手订,更多的则继续“持币待购”。这些仍处于“观望”中的消费者认为,可能将会有更多车企加入到“官降”潮中,而且降价幅度会越来越大,第二波降价措施将会跟进,届时再出手也不迟。

有经销商透露,今年“五一”小长假,销量没有明显增加,降价效果到目前还不明显,未来走势尚难预料。还有专业人士分析称,目前这些已经公布促销计划的车企都是在造势,吸引眼球意义大于实际意义;但如果市场持续低迷,大规模的跟进降价,甚至是惨烈的价格战也是不可避免的。

从2000年以来,大规模的降价风潮有三次,第一次是2004年;第二次是2007年。此前两次的降价基本持续了一两年的时间,刺激市场需求回升。有业内专家认为,目前车市微增长已成为现实,此番降价很难再现以前的效果,将可能持续更长的时间,汽车行业封闭的局面有望被打破,最终形成一个以消费者需求为核心的新的开放环境。

两协会公布第三批汽车零整比

豪华车零整比仍居高

价格下调的多为高价值、低损失频度的配件,与消费者日常用车成本密切相关的配件降价较少

价格,比如奔驰、一汽奥迪、克莱斯勒、宝马等。

但两协会通过跟踪监测发现,有些汽车厂商价格下调的多为高价值、低损失频度的配件,而与消费者日常用车成本密切相关的配件则降价较少。例如,很多厂商下调了发动机、变速箱等配件的价格,但它们的更换频次一般仅为0.02%;与此相对应的是,前保险杠、灯具等更换频次较高的配件,却鲜有厂商降价。

针对这种情况,两个协会开展了“汽车消费者常用配件负担指数”的研究,选取500款车型和18项常用配件作为研究对象进行常用配件负担指数的计算,该指数表示18种常用配件的更换成本占整车价格比重。业内认

为,配件负担指数越高说明这款车更换常用配件的成本越高。

数据显示,全部500款车型配件负担指数平均值为13.79,低于均值的有301款车型,占比56.9%,高于均值的有199款车型,占比40.4%。消费者常用配件更换成本负担的差异较大,最大差异达8.2倍。

值得注意的是,奔驰品牌再次“中枪”,其旗下的2010梅赛德斯-奔驰A级两厢1.7LCVT车型和2009梅赛德斯-奔驰B级两厢2.0LCVT豪华型,配件负担指数排名第一和第二,分别较平均负担指数13.79高出2.88倍和2.41倍。

海洋经济创业大赛启动

本报讯4月29日,2015黑马大赛全球海洋经济创业大赛在京举行发布会。本次大赛将在全球范围内挖掘优质的海洋创业项目,迎接海洋经济发展的热潮,强力打造海洋经济的创投大赛。我国首个以海洋经济为主题的国家级新区——舟山群岛新区成为此次创业大赛联合主办方。

我国的海洋事业蓬勃发展,活动范围多方向扩展,经济总量迅速增加。同时,海洋经济发展中不平衡、不协调和不可持续的问题依然突出,制约了我国海洋经济的持续健康发展,也给海洋经济创业者带来挑战和困难。

大赛历年积累的参赛企业达7000多家,有600多家参赛企业获得了风投机构投资对接,近300家企业拿到投资超过150亿元人民币。

(文青)

让员工“健体魄”“长精神”

本报讯(通讯员王秉良刘赫)在“五一”劳动节和“五四”青年节前,中铁二十二局集团四公司第四指挥部让员工既“健体魄”,又“长精神”,以“运动与读书”为主题,组织80多名员工参加篮球赛、拔河等5项体育运动,并参观铁道兵纪念馆。

第四指挥部一直致力于建设学习型党组织,在中国铁建开展的以“幸福”为主题的征文和“悦读会”系列活动中,该指挥部多名职工获得奖项。本次活动中,他们组织三个项目部50多人参加了乒乓球、4人篮球赛等运动,指挥部、项目部还对赢得比赛的个人和集体颁发荣誉证书、赠送书籍。

三个项目部还组织部分员工参观铁道兵纪念馆,激励大家为打造百年铁建贡献自己的力量。

“谷雨战略”精细化管理合作社财务

本报讯(实习生宋可 记者于宛尼)“农信——谷雨战略”首个服务试点日前落地河南省兰考县,前期投资2000万元用于搭建农村金融产业链。未来兰考县域内780余家农民专业合作社将免费享有农信“爱社员——云管理服务平台”信息化管理、能力培训、市场营销等服务。

据介绍,作为“谷雨战略”的重要组成部分,“爱社员——云管理服务平台”立足互联网大数据,将以金融服务为基础,信息化建设为纽带,辅助能力建设培训,用能力提升、信用建立、资金筹措三步走的方式解决农民专业合作社存在的融资难、销售难、管理难的三大问题。目前,兰考县已有54家农民专业合作社注册使用该系统。

北汽集团最强阵容现身上海车展

本报讯(记者郭强)在不久前结束的第十六届上海国际车展上,北汽集团参展阵容为该集团史上最强阵容——最大规模、最大面积、最多展品。北汽本次参展整车数量达31辆,覆盖乘用车、越野车、城市多功能车、纯电动乘用车等多个车型。全新首发绅宝D80和绅宝CC两款新车,轻量化车架、核心技术、车联网概念系统及新能源核心技术支持系统同时参展,阵容十分豪华,展现出北汽在产品线延伸、产业链完善及产业结构升级方面的卓越成就。

北汽集团与乐视合作的首款产品“车联网概念系统”,整合了GPS、RFID、传感器、摄像头图像处理等系统装置资源,通过互联网和计算机技术,实现信息交互和同步,并定制设计了巡航自动跟车、智能终端钥匙进行远程启动和温度设定、智能后视镜减少盲区、天气影响、智能自动限速和正面行人车辆距离提醒保障安全驾驶、全自动泊车等功能。另有智能移动终端无线充电等社交网络功能配置,“互联网+”特征非常显著。

山东:运营企业购新能源公交最高补70万元

本报讯(记者丛民)记者从山东省财政厅获悉,山东省财政厅日前发布《山东省节能与新能源城市公交车示范推广资金管理暂行办法》,着重加大纯电动、插电式混合动力、超级电容纯电动公交车的补贴力度,所有市、县(区)全部纳入补贴范围。

据山东省财政厅相关负责人介绍,凡在2016年12月31日前,各市、县(区)新购置的三类新能源公交车都可以进行购置补贴申请,公交运营企业购置新能源公交车最高获补贴70万元。新办法有效期为2年。

同时,新办法明确,除对纳入国家补贴范围的纯电动、插电式混合动力、超级电容纯电动公交车给予补贴外,还充分考虑山东实际情况,继续对全省各市本级公共交通企业和单位购买使用单价20万元及以上车型的天然气城市公交车给予每辆3万元的省级补贴。

“十三五”期间购买新能源汽车继续享补贴

据新华社电(记者韩洁 中敏)权威部门日前对外宣布,“十三五”期间,即2016年至2020年,我国将继续实施新能源汽车推广应用补助政策,意味着消费者购买新能源汽车将继续享受财政补贴。

根据财政部等四部委最新发布的《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》,未来五年继续在全国范围内开展新能源汽车推广应用工作,中央财政对购买新能源汽车给予补助,实行普惠制。

通知明确,具体补助对象是消费者。新能源汽车生产企业在销售新能源汽车产品时按照扣减补助后的价格与消费者进行结算,中央财政按程序将企业垫付的补助资金再拨付给生产企业。