

2019年将有哪些新政影响车市?

李永鈞

2018年中国车市以负增长收尾,2019年预计仍将面临下行压力,形势十分严峻。在2019年,一些汽车新政将会陆续实施,对汽车市场会带来哪些影响?

汽车产业投资管理规定

发改委发布《汽车产业投资管理规定》自2019年1月10日起施行。主要内容为,取消汽车投资项目核准事项、提高投资项目准入标准,严格控制新增传统燃油汽车产能,提高新建纯电动汽车企业项目条件等。另外混合动力汽车、插电式混合动力汽车将划归燃油汽车类,电动车只针对由电动机驱动的汽车。

道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法

工业和信息化部公布的《道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法》自2019年6月1日起施行,大大简化了以往对汽车产品品类的划分,而且还根据汽车行业发展新趋势,对“代工”生产这一模式表示了肯定和鼓励。政策落地后,预计会有更多新造车势力加入代工行列。此外,对车企的准入条件增设了“豁免”特权,鼓励车企采用新技术、新工艺、新材料。

新能源汽车补贴继续退坡

中汽协近日表示,2019年新能源汽车补贴将大幅下调,但具体下调多少还未可知。而之前有媒体报道,2019年新能源汽车补贴将下调40%,续航里程低于200公里的纯电动乘用车将没有任何补贴,而续航里程200~250公里的补贴标准则由原来的2.4万元降至1.5万元,其他档位依次降低。

“双积分”考核正式启动

由工信部等五部门联合发布的《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》即“双积分”考核,将在2019年正式启动,正式开始设定新能源汽车积分比例要求。2019年度、2020年度,新能源汽车积分比例要求分别为10%、12%。“双积分”考核赏罚分明,将倒逼传统车企加大新能源汽车研发力度,进一步促进新能源汽车产业发展。

提前实施“国六”排放

按照此前的安排,原本应在2023年开始施行的“国六”排放标准在北京等环保重点地区提前到2019年1月1日开始施行。深圳、杭州、成都等地已表示在2019年7月1日正式实施国六排放政策。同时,广东、河南、河北、山东、山西等省也有相关文件提出要在2019年7月1日起实施国六排放,不过由于各方还没有做好准备,一些地区又将暂缓执行。对于车企来说,除了需要加紧做好切换的准备及应对技术方面的挑战,对企业运营成本及整车销售也将带来较大影响。

汽车购置税法正式立法

从2019年7月1日起,《中华人民共和国车辆购置税法》正式实施,与暂行条例相比,购置税税率不变,仍为10%。值得注意的是,由于新能源汽车免征车辆购置税截止到2020年底,新能源汽车并没有列入本次的纳税范围。另外,新政规定五类车辆(外国驻华机构车辆、部队及武警车辆、综合性消防救援车辆、非运输专用作业车辆、公共交通车辆)可以免除购置税。

东风汽车发布“163倍增”计划

本报讯(记者邹明强 通讯员傅祥友 闻震)东风汽车股份有限公司日前在武汉发布了“163倍增”中期事业计划(2019~2023)。

2018年,在宏观经济下行压力增大、商用汽车市场整体乏力等不利因素下,主动变革、不断突破的东风汽车逆流而上,跑出加速度。累计汽车销售突破15.4万辆,同比增长9%,全面跑赢大势;主业东风轻卡重回10万辆销量平台,同比增长9%;新能源汽车首次超过3万辆,同比增长13%,在纯电动商用车领域已处于行业第一阵营;东风轻型商用车市占率达7.4%,较去年同期提升0.5个百分点。

面对汽车“五化”(轻量化、电动化、智能化、网联化、共享化)融合时代更为激烈的竞争态势和环保法规更为严格的政治环境,东风汽车股份制定了“163倍增计划”中期事业计划。即“1”代表将达成LCV行业质量第一;“6”代表着将从围绕市场战略的6个方向进行突破发展;“3”代表着到2023年将完成30万辆挑战目标。

据悉,东风汽车将持续推进以客户为中心的质量提升活动,推进联合开发中心建设,通过积极导入新一代战略轻卡T17,通过平台化建立提高通用化,实现质量水平达成国内轻型商用车领域第一。

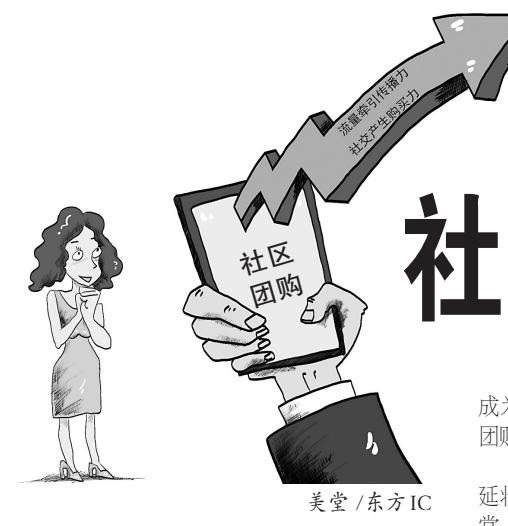
广州轨道交通项目确保工人顺利返乡

本报讯(记者刘静 通讯员王丽娟 王小杰)随着春节的临近,日前,由中铁建华南建设有限公司总承包管理、施工的国内速度最快的直通粤港澳大湾区地铁——广州市轨道交通十八和二十二号线工程总承包项目也迎来了务工工人“返乡潮”。为让全线3500多名务工工人过上一个祥和的春节,项目部可谓是“费尽心思”。

春节前,项目部召开专门会议就务工工人返乡问题做好部署,首先确保返乡务工人工工资发放到位,对人员基本信息进行集中梳理,派专人“盯守”购票事宜。“大家回家的事儿可不能耽误,我可是几台手机同时抢哦!”办公室主任李生明向记者介绍。截至目前,项目通过集体购票、网上约抢和搭乘广东省总工会1月23日K6652次广州-岳阳卧铺专列、G9694次广州-长沙南高铁专列等形式,确保了近3000名务工工人的顺利返乡。

据了解,为实现项目务工工人的产业化管理,中铁建华南建设有限公司创新提出了“五线一转变”的管控理念,即“实现务工工向产业工人转变”,该公司积极与广州市番禺职业技术学院成立“铁建培训中心”,全线3500名管理及务工工人必须经过培训方可上岗。截至目前,该公司已通过“走出去”和“请进来”的方式累计培训务工工人近万人次,为项目实现“标准化建设的示范线、信息化管控的数字线、新技术应用的创新线、绿色化建造的生态线、精细化施工作品的品质线,为实现务工工向产业工人转变”的目标做出了积极探索。

据悉,2019年,广州市轨道交通十八和二十二号线工程总承包项目将全面迎来“盾构年”。届时,高峰期将有51台8.8米大直径盾构在地下进行掘进任务,穿越素有“地质博物馆”之称的广州复杂地形。



本报记者 黄仕强

截至2019年1月,国内各类社区团购平台融资额近50亿元,会是昙花一现还是下一个风口?

社区团购:新零售领域的一匹黑马

成为团长,以微信群为载体,团长在群里发布和推广团购低价商品,用户通过小程序或微信服务号下单。

这样的模式平台在国内外迅速以星火燎原之势蔓延壮大,尤其是2018年下半年社区团购平台火爆异常,成为了资本市场的宠儿。

据电商智库中国开店宝不完全统计,截至目前,国内较受欢迎的社区团购平台达20多家,包括考拉精选、你我您、食享会、呆萝卜、十荟团、邻邻壹等,而这些平台头部项目纷纷获得千万元到亿元级别的融资。此外,知名VC皆已悉数入局社区团购,主要包括路亚资本、高榕资本、伯藜资本、今日资本、高瓴资本、红杉资本等。

一些传统商超巨头也纷纷跟进。据行业人士称,永辉超市在深圳、上海、郑州等城市正在测试一项新业务——社区拼团。永辉生活App中显示,永辉超市正在招募“社区团长”,希望他们的身份尽可能拥有社区团购经验的小区业主,并在永辉社区的指导下建立微信群、分发信息、活跃气氛等。

相比之下,苏宁小店对社区拼团的规划更为清晰。苏宁小店集团商品经营中心总经理鲍俊伟介绍道:“今年苏宁小店也将上线社区拼团服务,在全国招募10万个团长。”

一触即发的“新百团大战”

公开资料显示,社区团购平台在去年末曾掀起一波融资高潮。

2018年11月19日,格家网络旗下社区团购平台“小区乐”宣布完成了1.08亿美元A轮融资,这是截至目前国内社区团购平台对外公布的最大金额单笔融资。同一天,“松鼠拼拼”宣布完成了3000万美元A轮融资。紧接着,2018年12月3日,“选好货”宣布再获数千万元融资。仅隔了十多天,12月15日,“你我您”完成上亿人民币A+轮融资,“亲民诚品”完成1亿元人民币融资……

不仅如此,前有资本押注,后有巨头入局,社区团购平台演绎的“新百团大战”一触即发。

“友家铺子”小程序的悄然上线就曾引发热议,这个小程序的开发主体与“京东购物”均为“北京京东叁佰陆拾肆电子商务有限公司”,定位是“京东官方推出的社区购物平台”,主打社区日常生活所需,包含生鲜水果和日用百货。而以团购风靡全国的拼多多平台投资在上海浦东地区深耕数年的虫妈邻里团,正式涉足社区拼团。此外,还有市场传闻美团也低调涉足社区团购……

能在短时间内赢得资本市场的青睐,社区团购平台靠什么?

中国开店宝主任曹磊表示,社区团购模式最大的创新在于以熟人社交为纽带,通过“社交+拼团”的模式,让商品主动呈现给消费者,社区居民通过线上下单参与团购,平台招募团长进行管理和商品分发,实现了先汇集当下消费者的实际需求,再去生产和匹配更好、更精准的商品。

行业人士强调,相比传统商超“先采购存货再开拓销售渠道寻找消费者”,社区团购免去了诸多中间环节,呈现出“轻资产”的特征,不仅省去了房租、人力等成本,同时因为采用预售模式,能够以锁定采,脱离了中间环节的桎梏,有效降低了平台的仓储、运营成本。

“社区拼团这一基于微信社交红利的商业模式已经度过了最初的用户培育期,有着成熟供应链的线下实体零售商开始进场收割。”鲍俊伟道出了选进社区团购领域展开竞争的缘由。

混战之后或将重新洗牌

2011年,国内也曾掀起过一场团购大战,以美团、大众点评、拉手网和窝窝网等团购网站上演的“千团大战”还让人记忆犹新。不过,这样的热度未能持续多久。

因此,面对当下社区团购异常火爆的局面,记者发现,行业内也有另一种声音:会是昙花一现还是下一个风口?

曹磊指出,从当前格局来看,社区团购展现出了电商行业前所未有的商业模式,将“人、货、场”的交易模式推到极致,这个战场短时间内很难结束。不过,从未来发展而言,目前市场已经表现出高度同质化的特点,很有可能成为一道壁垒。

社区生鲜连锁店“生鲜传奇”创始人王卫认同上述观点。“社区团购只是补充性形态,很难做成大市场。”王卫称,社区团购最大问题是商业策略和客群是不稳定的。

也有业内人士对社区团购的未来表示担忧。“对于任何行业而言,仅有模式的创新并不足以赢得未来。几年前,当网络团购兴起之时,也曾出现短暂的繁荣。但经历市场的大浪淘沙之后,整个行业暴露出形态差异化弱的问题,如今胜出的仅有寥寥几个。”

有数据表明,社区团购市场规模从一线城市到四线城市,呈现出递减趋势,竞争激烈程度同样呈现递减趋势。“这说明,目前社区团购平台多聚焦在消费力更强的一线城市,市场拓展度还不够,仅仅局限在一个空间里混战,对于未来发展势必会产生负面影响。”曹磊这样分析道。

正因为如此,许多业内人士认为,现在还无法对社区团购的兴起是昙花一现还是下一个风口做出准确的评价,当下社区团购平台需要走的路还很长,至少两三年后才会结束这场混战,并且重新洗牌,真正产生第一批独角兽,形成完善的产品和供应链运营、准入标准、消费体验规则、盈利模式等,将“资本风口”转化为“创新风口”。

十荟团CEO王鹏就强调:“无论社区团购目前热度有多高,在没取得实际突破之前,再多的资本和玩家涌入都可能最终一地鸡毛,毕竟热度并不意味着生命力强弱。”

春节消费 从“囤量”到“求质”

子烨

喜庆红火的生肖玩偶、包装精美的年货礼盒、美味可口的糖果……临近猪年春节,消费者购买年货的氛围越来越浓。从城市到乡村,从线上电商平台到超市菜场,各种主题、各种形式的年货让人眼花缭乱,各大商家都在各出奇招抢占春节商机。

跟往年相比,今年的年货消费实现“升级换代”,从量向质发生转变,消费者过节的选择更加多元化,呈现出品质化和线上线下融合新趋势。

高端生鲜产品越来越多地走入寻常百姓餐桌。1月27日,走进北京龙潭菜市场,吆喝叫卖声此起彼伏,市民们争相抢购年货。正在购买海鲜的孙大妈说,现在生活条件提高了,猪肉鸡肉吃得少了,水果和海鲜反而成了必需品。

水果摊店主王先生则表示,在年货水果中,车厘子、榴莲等高端水果卖得特别好,平均50多元一斤的车厘子成为顾客的必选产品。

公开数据显示,Member's Mark智利JJ车厘子在山姆京东旗舰店预售期间单日销售量超过了5万箱,并在三天内实现超过500吨的预售量。

“以前过年喜欢囤各种货物,现在喜欢新鲜的、高质量的东西。”孙大妈的一番话表明年货消费正从“囤量”到“求质”转变,消费者对价格的敏感度正在减弱,更加看重口味和营养价值,注重品质和品牌。

通过淘宝、京东、拼多多、苏宁、唯品会等“头部”电商平台采购年货,已经成了很多家庭的习惯。线上线下无界联合,满足消费者的采买需求,挖掘消费新场景、下沉消费成为春节市场一大动向。

电子商务研究中心认为,目前消费者春节期间采购主要呈现国际化、社交化、新零售赋能的几大特征。

伴随着国内市场的消费升级、政策“红利”的持续释放,跨境电商渠道网购的便捷化,年货也越来越洋气,“买洋年货”过年已成风潮。近三年来,越来越多消费者选择网易考拉、京东海购全球购、天猫国际、寺库、洋码头、小红书商城等知名平台“海淘”,跨境消费在线上日常消费中的比重持续上升。

以云集、贝店、环球捕手、达令家、达人店、爱库存、好农库、洋葱海外仓、楚楚推、有好东西、全球时刻、闺秘mall等为代表的分销开店型社交电商平台,凭借微商分销模式快速崛起,在“农产品上行、工业品下行”电商精准扶贫方面异军突起,成为了今年电商春节促销的一大看点。

新零售赋能,线上线下融合趋势明显。银泰百货实现“线上下单,送货到家”;盒马鲜生对大海鲜商品进行升级,举办春联等年味活动;口碑上线了新年吃喝玩乐的各种爆款套餐和优惠。

值得关注的是,随着农产品的“触网”,拼多多、云集、楚楚推等电商平台在农产品行业的深耕,加上消费者对于绿色健康农产品的需求不断提高,绿色农产品成为消费者年货采购的其中一部分。

主粮收储制度改革效果将进一步显现,国内外大豆市场变数加大——

2019年我国主要农产品市场将稳中有变

本报记者 孙喜保

基础,预计将以稳中有升的走势为主。”

大豆市场运行基本平稳

近年来我国大豆进口依存度一直比较高,尤其是相当一部分来自美国,因此在中美贸易摩擦前景难料的背景下,大豆市场的走向颇受关注。

据农业农村部监测,2018年我国对美国大豆进口关税提高、进口量大幅减少,政府、企业等各方积极应对,各市场主体大量采购巴西等国大豆,有效缓解了供应压力,并通过主动推广低蛋白饲料配方、拓宽蛋白粕来源,降低了下游豆粕需求。国内大豆市场运行基本平稳,没有出现大幅波动。进口大豆价格由去年1月份每斤1.67元升至11月份每斤1.77元,涨幅约6%,后来在12月份又回落至每斤1.71元。

2019年,南美的大豆市场依然是国内大豆的进口主要区域。据了解,目前,新一年度的南美大豆播种进展顺利,阿根廷大豆生产恢复,预计比上年底增产约1700万吨。

与此同时,美国大豆库存将大幅增加,这将导致全球大豆供需关系保持宽松。

“在这样的国际背景下,今年我国进口大豆在总量上是有保障的,市场有稳定运行的基础。”唐珂说。

除了开拓国际市场来源,国家也在加大对国内大豆生产的支持力度,2019年播种面积有望继续增加。未来几个月将是东北大豆主产区春耕备耕的关键期,其变化将在一定程度上决定着大豆的行情。

肉类市场存在较大变数

作为我国居民消费中最主要的农产品猪肉,在2018年备受市场关注,2019年,在非洲猪瘟的影响下何去何从?

数据显示,2018年,我国猪肉价格总体呈现“上

半年下跌、下半年季节性回升、非洲猪瘟发生后产区有所分化”的特征。

据农业农村部监测,2018年全年猪肉批发市场均价为每公斤18.7元,同比下跌12.1%,与此同时,分化也较为严重。去年8月份非洲猪瘟发生后,受活猪跨省禁运政策影响,区域间供需出现不平衡现象,产区跌、销区涨;后来,随着各地改“调猪”为“调肉”,流通渠道逐渐通畅,产销区猪价分化才出现趋缓局面。

目前春节临近,又到了国内猪肉消费的高峰期,消费者非常关注其价格走势。

据农业农村部监测,今年1月份第2周全国活猪平均价格每公斤13.65元,比前一周下降1.6%,连续4周下跌,同比下降11.2%;猪肉价格每公斤23.55元,比前一周下降0.9%,同比下降7.7%。2018年12月份,全国肥猪平均出栏体重124.27公斤,处于历史较高水平,表明主产区仍存在压栏的现象;生猪出栏比上月增长9.5%,养猪场户集中出栏较多;定点监测集贸市场猪肉交易量同比下降14.4%,消费需求偏弱。因此总的看,市场供需相对宽松,春节前价格会保持总体稳定,不会出现大的波动。

但是,因为非洲猪瘟疫情防控需要,部分地区仍然需要严格控制生猪及其产品的流动,不排除部分地区价格有所上涨的可能性。

不过,综合2018年全年市场行情以及非洲猪瘟的影响,农业农村部预计2019年下半年,猪价将被看好。数据显示,2018年12月份全国生猪存栏同比下降4.8%;能繁母猪存栏同比下降8.3%,连续3个月跌幅超过5%的预警线,意味着今年下半年生猪上市量偏少,猪价上涨的可能性较大。

“从2019年全年形势看,我国农产品供给总量仍较为充足,国内农产品价格有平稳运行的基础,但农业内部的结构性矛盾依然存在,不同品种供需形势分化更加明显,部分品种市场波动风险可能加大。”唐珂说



赶制布龙过大年

1月27日,江西省鄱阳县谢家滩镇村民赶制来自黑龙江省的传统布龙订单。

卓忠伟 摄/中新社