

今年前10个月,中国汽车出口创新高,出口量达261.5万辆

# 国产汽车缘何海外“逆风飞翔”?

本报记者 李国

近日,中国汽车工业协会数据显示,今年前10个月,中国汽车市场顶住缺芯、原材料涨价、疫情影响等压力“逆风飞翔”,出口量达261.5万辆,创下历史新高。其中,新能源汽车出口49.9万辆,同比增长96.7%。

在全球百年造车长河中,中国汽车产业曾一度扮演着“追随者”的角色。但随着智能电动浪潮席卷,在全新的产业变革中,中国汽车品牌相继布局海外市场。事实上,不仅是出口数量的攀升,技术实力的上升,更为中国在世界汽车舞台上赢得了更强话语权。

近期,由中国牵头制定的首个自动驾驶国际标准正式发布,成为自动驾驶等前瞻领域标准定义者。天眼查数据显示,截至目前,我国汽车相关企业超1100万家,其中2022年1-10月新增注册企业191万余家,近一半成立于5年内。

## 国产汽车“加大油门”驶向全球

12月2日,长城汽车海外经销商大会在泰国曼谷召开,50多个国家和地区的200多家国际顶尖经销商集团齐聚一堂,共研全球变局下的汽车行业发展新模式。

“截至10月底,长城汽车今年海外销量已突破13万辆,同比增长18.55%。”长城汽车副总裁傅小康说,长城的足迹遍及欧美等市场,还在泰国、巴西建立了全工艺整车生产基地,全球化研发体系正逐步推进。

中汽协副秘书长陈士华介绍,随着国产车在国内市场的占有率不断攀升,自主品牌相继出海布局海外市场,叠加海外受到疫情冲击导致供给不足,将为中国汽车带来巨大的出口上升空间。

以汽车龙头上汽集团为例,其冷门品牌MG到了海外却极度热销,去年海外销量达到36.4万辆,在澳大利亚、智利等国家频频拿下SUV细分市场第一。完全自主品牌的奇瑞,今年出口量达到历史巅峰,在一些国家,销量甚至超过丰田、大众等品牌。

地处西部重庆的长安汽车今年也迎来了出口量的大增。长安汽车相关负责人称,今年1-9月长安汽车自主品牌海外销量近14万辆,同比增加48.06%。截至今年9月底,长安汽车累计出口约64万辆,已进入海外超70个国家和地区。

“中国汽车的出口版图已经从传统的非洲、中东市场,逐步向北美、欧洲市场拓展。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树说,中国制造产品从过去的低端车型升级为高端车,在外观质量、内在技术品质以及品牌市场营销能力等方面都能满足全球多样化市场需求。

## 新能源汽车成为增长引擎

不久前,大众汽车集团耗资24亿欧元,推动旗下的软件公司与中国芯片企业地平线成立合资公司。业内普遍认为,大众此次史无前例的合资合作,看中的已不仅是中国的市场容量,更是中国在智能电动汽车新技术领域的创新活力和技术实力。

“截至目前,比亚迪新能源汽车足迹已遍

**阅读提示**  
随着智能电动浪潮席卷全球,在全新的产业变革中,中国汽车品牌相继布局海外市场。中国新能源汽车产业快速发展,产销量连续7年位居世界第一。

布全球六大洲、70多个国家和地区、400多个城市。”比亚迪相关负责人称,今年公司新增了向日本、德国、瑞典、澳大利亚、新加坡、马来西亚和拉美许多国家和地区的汽车出口。

当前欧洲市场对中国新能源汽车的认可,与行业绿色发展趋势、各国环境保护和节能减排目标密不可分。最新数据显示,新能源汽车目前已占欧洲新车销售量的20%,成为拉动中国品牌汽车出口增长的重要动力。

与中国新能源汽车一起进入欧洲市场的,还有配套的营销和售后服务网络。上汽名爵目前已进入欧洲16个国家,品牌销售网点已从2020年的65家快速扩张到超过400家,今年底预计能达到650家。

目前全球汽车保有量是十亿级别,而新能源汽车保有量才千万辆级别,增量空间极大,中国在全球电池供应链参与度排名继续全球领先,且预测到2027年仍将保持领先地位。

2022年是国产汽车品牌对外出口爆发的一年。领克凭借硬核实力领航新能源汽车“出海”赛道,即便是在疫情当下,也呈现出了不断

上升的趋势。“中国有全球最好的锂电池产业链,有全球强大的科技产业和硬件产业的供应链。”蔚来汽车首席财务官李斌说,在全产业链的支持下,中国在新能源汽车制造领域,有着非同寻常的成本优势。

中国新能源汽车产业快速发展,产销量连续7年位居世界第一。中国汽车工业协会最新数据显示,2022年前3个季度新能源汽车产、销量分别达471.7万辆和456.7万辆,新能源汽车出口38.9万辆,同比增长超过1倍。

## “中国智造”火爆出圈的密码

12月4日,在重庆云谷·永川大数据产业园西部自动驾驶测试基地,几位“云领航员”正坐在“5G云代驾舱”内,盯着前方屏幕,屏幕中是平稳行驶在永川国家高新区凤凰湖产业园的几台全车无人自动驾驶车辆。

今年10月,由我国牵头制定的首个自动驾驶测试场景领域国际标准正式发布,智能汽车已成为重庆永川重要战略性支柱产业。永川区区长常晓勇称,到2030年,营收达3000亿



商品车发运跑出“加速度”

12月11日,大批出口商品车在山东港口烟台港集结准备装船。作为中国第三大外贸港口和山东省最大的专业化汽车码头,烟台港今年前11个月共完成商品车发运37.8万辆,同比增长39.2%。

唐克/人民图片

# 指标“天花板”是这样被打破的

本报记者 赖志凯 本报通讯员 栗帅鹏

“我们通过精打细算,每炉钢都匹配小件浇注,使浇余量控制在200公斤以下,以减少合金消耗。实现了吨钢合金消耗降低了5.3kg,同时钢水收得率提高了2.4%。”前不久,首钢矿业公司机械厂铸造分厂电炉班副班长张彪自豪地告诉记者。

他介绍说,在电炉冶炼时,他们发现钢水浇注完毕后一般会有一些浇余,以往浇余会

先收存等待回炉处理。此过程中经过重复扒渣、氧化,会使其中的合金进一步烧损。

这是今年9月份以来,该公司启动“学巴登、提效降本专项行动”,在全公司范围内学习“巴登钢厂”精神,广泛动员干部职工打破指标“天花板”思维,聚焦重点难点,持续改善提升,推广提效降本理念,聚焦铸造工序成本,深挖成本潜力的一个缩影。

通过学习巴登先进经验,首钢矿业机械厂从领导层到管理层,再到班组长、一线职工,全

厂上下进行了一次深入的思想洗礼,“减支就是做贡献、降成本就是增效益、创利润才能求得生存、获得发展”的理念深入人心。

铸造分厂党支部书记张文龙接受记者采访时说:“我们意识到学习外部好的做法与挖掘内部潜力对企业降本增效的重要性。我们对标学习国内优秀企业的同时,加强自身内部过程管控,坚持‘极低成本运行’理念不动摇。”

聚焦能源管控,细化节能管理。矿业公司能源管控三年方案下发后,矿业机械厂制定厂

# 探索建立全员不胜任退出和末等调整机制

南方电网超高压公司大理局(下称“大理局”)为深入推进三项制度改革,充分激发干部职工内生动力,聚焦基层干部职工“能下”“能出”,探索建立全员不胜任退出和末等调整机制,明确了退出方式、情形、流程等。

明确退出方式。干部职工触发末等调整不胜任退出情形时,根据触发情形采取解除劳动合同、组织(岗位)调整、降岗降级等方式开展退出工作。其中降岗降级是工作岗位层级、岗位执行岗位的降低,执行岗位降低可达3个岗级。

完善全员退出情形。分为共同适用情形和单独适用情形两类,共明确了32条退出情形及标准。共同适用情形适用于全体干部职工,单独适用情形仅适用于符合特定条件的员工。共同适用情形以公司处分制度为基础,对干部职工受到处分(政务处分)扣减部分工资的基础上,根据处分严重程度细化了9条退出情形及标准,如“员

工受到记过、记大过处分的,原则上执行岗级向下调整2级”。单独适用情形按中层干部、专责、班组长、其他员工分别明确退出情形,其中明确了干部5条、专责6条、班组长5条、其他员工7条退出情形及标准,如“在一级助理专责岗位工作满3年,且累计工作满8年,仍未取得中级及以上职称或未通过技师及以上技能鉴定的,调整至二级助理专责岗位,原则上执行岗级向下调整1级”。

打通全员退出流程。制定工作鉴定、沟通反馈、提出退出建议、研究决定、组织实施的退出管理标准流程,明确各环节注意事项和工作要点,并制定《解除(终止)劳动合同支撑材料指引》,强化资料档案管理,确保退出工作的合规性、完备性。

据悉,大理局全员末等调整和不胜任退出管理机制在超高压公司内取得了“三个率先”。

率先构建了全员末等调整和不胜

任退出管理机制,以共同适用和单独适用两类情形为牵引,从员工处分、绩效考核、专业技术资格等方面明确退出情形及退出程度,充分压实干部职工遵纪守法、履职尽责、能力提升等方面的底线要求。

率先实现员工退出与员工处分深度结合,根据员工受到处分的严重程度不同,明确相应的退出标准及退出情形。给员工敲响了警钟,违规违纪、违反公司制度等不再仅仅是影响年度绩效等当前利益,还将涉及降岗降级等长远利益,激发了干部职工遵纪守法、遵规守矩的动力,促进大理局依法合规管理水平持续提升。

率先实现在专责、高级作业员等层级员工岗位上推行“慢进则退”,根据员工工作资历、专业技术资格等级等情况,明确相应的退出标准及退出情形。激发了员工立足岗位,不断提升技术技能水平的动力,大理局人才队伍明显强起来了。(艾显峻/维娜)

元的西部智能网联新能源汽车城将全面建成,形成“百亿级龙头企业+十亿级核心零部件企业+专精特新企业”的战略梯队,实现“全域开放、全域运营、全场景覆盖”,构建起“人-车-路-云-网-城市”开放协同的创新生态。

对于车企来说,技术研发是企业的灵魂所在。“持续迭代的研发优势是开拓国际市场的基础保障。”长安汽车董事长朱华荣对记者说,长安汽车每年坚持将销售收入的5%投入研发,建立起了“六国十地”各有侧重的全球协同研发格局。

小鹏汽车是造车新势力中最舍得在研发上下血本的车企,今年前三季度,小鹏的研发投入达到了15亿元,同比环比均增加了18.5%。如果从2018年算起,小鹏的累计投入则超过了125亿元。

“中国的动力电池供应链虽无近忧但有远虑,动力电池作为新能源汽车的核心零部件,已成为各国竞争力之争的高地,中国企业应以为我为主不断提高国际化水平。”中关村新型车技术联盟秘书长于清教如是说。

重庆工商大学莫远明教授认为,简单的“走出去”已不再适合现阶段汽车市场发展的需要,必须尽快探索出更具深度与广度、突破国与国之间贸易壁垒、更加国际化的“出海”模式,比如海外建厂、收购品牌,甚至把整个中国品牌带出国门。

## 市场观潮

本报记者 赵昂

近日,我国中报的“中国传统制茶技艺及其相关习俗”成功通过评审,列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。

近年来,我国茶叶市场持续增长,去年全国茶叶销售额达到了3120亿元,同比增长7.99%,年轻人也开始逐渐接受并在多个消费场景享受“茶消费”。这样的市场状况也带动了茶叶企业的发展,天眼查数据显示,目前我国茶叶相关企业有153.5万家,今年1-11月新增注册企业16.7万余家。

茶叶是我国本土特色产品,产业链几乎全在国内,从种植、运输、加工到销售,不少地方都将茶叶种植作为增收渠道。事实上,随着茶叶种植面积的增大,许多茶叶最终流向并非传统的茶叶店,而是作为茶饮企业的原材料。与此同时,茶饮企业还可能在当地采购一些配套果品。换言之,茶叶销量的提升与茶饮产业的扩张相辅相成。

毕竟,随着消费群体变化,茶叶消费模式正在发生变化。快节奏的都市生活,让几个小时的“围炉品茶”模式,虽然还存在,但难以推而广之,这也是部分传统茶楼式微的原因所在,更快节奏的咖啡店取代了茶楼的社会功能。而在礼品消费市场,传统的“烟酒茶”中,茶处于一定程度的弱势地位。这是因为许多传统茶的品牌辨识度和消费认可度,确实不如知名的烟酒品牌,消费者多少能说出几个知名烟酒品牌,哪怕不吸烟不饮酒,但对于茶品牌茶分类以及如何辨识,则知之甚少。

正因如此,具有快捷消费和一定社交功能的茶饮店,是茶叶消费的重要渠道。茶饮配上牛奶、水果等,口味更加多样化,冷热皆可,快捷可取,受到年轻消费者的喜爱。

但是,茶饮店作为茶叶消费的一个重要渠道,从几家头部企业的情况来看,有的企业名气虽大,但利润回报并不理想。一方面与外部市场环境不无关系,不少实体店顾客减少,连带影响茶饮门店;另一方面,茶饮店存在同质化竞争的情况,甚至开始打价格战,再加上其房租、人员成本不断提高,自然反应在了利润数字上。

随着实体店铺的客流量预期开始好转,茶饮消费可能会在数月后有所恢复,但如果不解决同质化问题,还是难以达到预期的收益效果,影响下一步的投资扩张。因此,茶饮企业不能完全依赖店面这一销售渠道,更不能只依赖到店消费这一种消费场景,需要走多渠道多场景之路。比如,一些茶饮品牌已经开始拓展瓶装饮料、茶品销售等领域,并在多场景布局品牌,在多渠道布局销售体系。事实上,茶叶商也要不断调整策略,不断拓展茶叶的销售渠道和应用场景,以应对市场变局。

随着消费者健康意识的不断提升,以及茶文化影响的日益增大,相信会有更多消费者选择茶叶消费。但是,谁能在未来茶业赛道中取得先机,影响因素还有很多。

# 茶业消费要走多渠道多场景之路

## 国家铁路货物运输持续保持高位运行

本报讯(记者刘静)记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,今年1至11月份,国家铁路货物运输持续保持高位运行,累计发送货物35.71亿吨,同比增加1.8亿吨、增长5.2%。

运输服务扩能提质。1至11月份,国家铁路日均装车17.78万辆,同比增长5.9%,其中集装箱日均装车43051车,同比增长20.3%。11月份,国家铁路集装箱日均装车49234车,同比增长22.5%,再创单月历史最好成绩。持续优化95306系统功能,提升货运服务便利化程度,1至11月份累计网上办理货运业务3865万单,涉及货物34.7亿吨。

电煤保供成效显著。1至11月份,国家铁路完成煤炭运量19.1亿吨,同比增加1.43亿吨,增长8.1%,其中电煤运量13.5亿吨,同比增加1.6亿吨,增长13.2%,均创历史最好水平。截至11月底,全国363家铁路直供电厂存煤7500万吨,同比增长9.2%,平均可耗天数29.4天,同比增加3.8天,保持较高水平。

国际联运稳定畅通。1至11月份,中欧班列累计开行15162列、发送货物147.5万标箱,同比分别增长10%、11%。西部陆海新通道海铁联运集装箱累计发送货物68.7万标准箱,同比增长18.9%。11月份,霍尔果斯、阿拉山口、二连、满洲里、绥芬河等五大口岸日均交接车突破4500车。

## 党建赋能创新攻坚 服务企业加速发展

“通过党支部组建‘创新队伍’,指定‘创新带头人’领衔项目攻坚,公司的发明专利已达274项。”贵阳朗玛信息技术股份有限公司党委书记王健欣喜地说。

贵阳国家高新区始终围绕“发展高科技、实现产业化”使命,指导园区企业将支部建设融入生产经营,以高质量党建推动高质量发展。支部建设融入企业发展,通过抓工商业务注册、签订投

资协议、优惠政策兑现与党建工作联动,制定党建工作责任清单等措施,增强企业出资人党建工作意识,压实支部党建工作责任,非公企业党组织抓党建促发展意识不断增强。

组织引领建强战斗堡垒,通过搭建创新平台、打造创新队伍、营造创新氛围等工作方法,开展各类支部领航企业发展专题活动,在技术创新和企业高质量发展中,充分发挥党组织战斗堡垒作

## 三举措提升信访工作质效

深圳市医疗保障局严格落实信访维稳主体责任、属地责任,按照“三到一处理”原则扎实推进信访件办理,明确办结时限,规范答复质量,确保来信件件有回应,矛盾化解在小。

一是以制度为抓手,持续推动信访工作规范化。出台《深圳市医疗保障局全面落实信访工作责任制实施办法》《深圳市医疗保障局信访工作内部操作指引》《深圳市医疗保障局12345政务服务

热线平台工作办法》等一系列工作规范,制作并启用统一规范的信访格式文书,规范信访办理工作流程,以制度化推动我局信访工作规范化、科学化。二是加强源头治理,不断优化流程和服务。定期梳理信访难点,及时研究新增信访件应对措施,召开专题研判会,针对新问题逐条提出解决思路,化解举措,不断完善政策,不断优化办理流程。每月收集形成信访隐患台账,加强跟踪

督办,主动介入,提前“排雷”,尽可能地消除信访隐患在源头,解决在萌芽状态。

三是强化信访工作能力,打造过硬信访队伍。建立专职信访干部工作队伍,选派政治素质好、业务能力强的年轻干部和新录用干部到信访工作岗位锻炼,不断充实信访干部队伍。组织高质量培训学习,举办信访工作能力培训班,邀请信访局、政研局资深讲师授课,邀请优秀信访干部分享工作心得等多种方式,进一步优化信访干部队伍知识结构,拓宽眼界视野,提升工作能力。(曾艺 柳文凯)

广告