

行业动态

2019年全国公车采购规模超133亿元

本报讯 据《政府采购信息报》大数据不完全统计,2019年,全国范围内采购规模超过百万元的公车采购项目共1333个,比2018年少316个;采购总规模为133.57亿元,比2018年的162.29亿元降低17.7%。

业内专家表示,2019年,全国政府车辆采购总体采购规模呈微降态势,尚属正常。公车改革后,各采购单位基本完成日常办公需要的公务用车采购,能保证一段时间内日常办公的需要。

值得注意的是,2019年,全国采购了数量庞大的公务用车、执法执勤用车,完成了不少公车租赁项目。由于很多项目是分散采购,相关采购信息并不对外发布,这些车型不在该统计分析之列。

2019年的全国公车采购项目中,采购规模超过千万的公车有225个,超过亿元的有13个,其中郑州市公共交通总公司2019年度第一批新能源公交车采购项目以12.94亿元的采购规模成为了2019年的最大标。

乘用车、公交车、环卫车、消防车以及其他专用车五个类别采购数量历来比较集中。总体来看,虽然2019年相比2018年总采购金额有所减少,但是乘用车采购规模相比去年有所增加,公交车、环卫车、消防车及其他专用车的采购规模微降。

从地域来看,2019年参与公务用车采购的省区市共有29个。河南、上海、广东、山西、北京、山东、河北、江苏、福建、广西10个省区市的采购规模位列全国前十。 **张静**

佛山促进汽车消费
每辆车最高给予5000元补贴

本报讯 为促进佛山市社会消费品零售总额稳步增长,加快推进汽车消费市场转型升级,促进汽车消费,并满足居民出行需要,佛山市政府近日发布《佛山市促进汽车市场消费升级若干措施(试行)》的通知(以下简称“通知”)。通知将自2020年3月1日起实施,有效期1年,具体内容主要包括鼓励“国六”标准排量汽车消费、简化购车登记手续等七方面措施。

其中,在鼓励“国六”标准排量汽车消费方面,通知提出佛山号牌车主凭旧车售卖发票或汽车报废注销证明购买新车,每辆给予3000元补贴;对同一消费者一次性购买5台及以上的大、中、重型客运、载货汽车(车辆单价不少于50万元),每辆车给予5000元补贴;鼓励消费者购买新车,每辆给予2000元补助(上述情况不予重复补助)。此外,对汽车销售企业促销费用的宣传费用进行补贴,以减轻企业负担。

在简化购车登记手续、提升服务效能方面,通知提出要增加机动车登记服务站数量,预计到2020年年底,佛山市机动车登记服务站总数达到60家。另外,推行通过数据联网、电子化等方式办理业务,简化汽车抵押登记手续、优化汽车登记业务流程、提升汽车查验服务能力。

在提升汽车金融服务质效方面,通知鼓励银行等金融机构创新汽车金融消费信贷产品;鼓励金融机构通过大数据、人工智能、云计算、区块链等金融科技创新应用,优化产品定价并简化业务办理流程;同时,要求规范汽车金融服务费收取标准,切实保障消费者权益。翁萌

潍坊高新区6个项目入选今年山东省
新旧动能转换重大项目库优选项目

本报讯 日前,山东省发展和改革委员会新旧动能转换重大工程推进办公室公布2020年山东省新旧动能转换重大项目库第一批优选项目名单,潍坊高新区超细多纤共混幻影新材料项目、WP13H核心零部件加工项目、3D生物打印再生型植入性医疗器械研发及产业化项目、北汽福田新能源三电项目、精密智能机电设备科研生产项目、区块链团餐项目等6个项目入选,总量居潍坊市第一位。

“我们围绕高端装备、新一代信息技术、新材料、医养健康、航空航天、物联网等主导产业,积极谋划实施了一批新旧动能转换优质项目,夯实产业发展的基础,今年新确定了重点产业项目共192个,总投资1563亿元,年度计划投资近240亿元。”潍坊高新区经济发展局党委委员、重大项目科科长张培海介绍。

在确保各项疫情防控工作和服务保障措施落实落地的基础上,潍坊高新区围绕项目建设开工复工重点问题、项目单位诉求等,对潍坊高新区50个重点项目、18个潍坊市级以上重点项目开工复工情况开展“地毯式”摸排,共梳理出三大类、50余条问题,推送有关职能部门,凝聚合力加快解决,保障项目有序开工复工。

“下一步,我们将对潍坊高新区内山东省、潍坊市重点项目及其他重点项目逐一落实服务措施,保障项目加快推进。”张培海说。

汽车市场低迷 期盼政策精准“供给”

▶ 本报记者 于大勇摄影报道

中国汽车工业协会近日发布的最新数据显示,2020年1月,国内汽车产销呈现大幅下降态势,降幅均超两位数。特别是乘用车市场,零售统计出现15年来最低增速。专家表示,尽管汽车1月份产销量大幅下滑主要受春节假期有效工作日大幅减少的影响,受新型冠状病毒肺炎疫情影响很少,但2月份乃至整个第一季度,销量预计将受新冠肺炎疫情较大影响,促进汽车消费势在必行。

产销同比大幅下降

2020年1月,国内汽车产销分别完成178.3万辆和194.1万辆,环比分别下降33.5%和27%,同比分别下降24.6%和18%,为近年罕见。

“2020年春节假期在1月份,有效工作日仅为17天,比2019年减少5天,而且一些单位还在春节前提前放假,因此造成了1月份的有效工作日又有所减少,这是汽车产销降幅超两位数的主要因素。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华说,新冠肺炎疫情对1月份国内车市的影响有限,“它主要影响的是2月及接下来几个月的国内车市。”

数据显示,2020年1月,国内乘用车产销量分别为144.4万辆和161.4万辆,环比分别下降33.9%和27.1%,同比分别下降27.6%和20.2%,降幅大于汽车总体。

“2020年1月,全国乘用车市场零售169.9万辆,同比下降21.5%,这是自2005年乘用车市场信息联席会零售统计以来的最低增速;环比下降20.8%,这也是历年最低。”在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来,1月份的汽车零售受春节因素影响最大。“春节前有效销售时间仅有20天,理论上带来的零售同比损失接近30%左右。同时,由于突如其来的新冠肺炎疫情,春节期间的零售活动基本停止,这也是造成1月份汽车零售增速低于预期的原因之一。”

与陈士华的观点相同,对于2月份国内车市的展望,崔东树坦言“肯定会低于预期”。

“2月份面临突发的新冠肺炎疫情冲击最为显著,原有的春节消费节奏被全面改变,汽车产业链处于全面的停顿状态。由于新冠肺炎疫情目前仍处于攻坚阶段,为配合防控要求,切实落实企业社会责任,原定的开工时间延期1周甚至更长,很多岗位开启了居家办公模式,但短期内生产经营难以有效恢复。”崔东树表示,从消费端看,经销商在2020年春节假期基本全面闭店休假,随后的恢复营业也面临着有营业没有客户的窘境。虽然经销商积极开展“云看车”、在线下单等网上营销举措,结合送车上门服务,体现了积极心态,但收效甚微。

“新冠肺炎疫情对2020年一季度车市带来了较大的短期冲击,而且部分消费需求难以在2020年内得到弥补,因此对2020年全年车市会带来一定的下行影响。”崔东树坦言,从2月份国内乘用车市场消费情况来看,由于居民外出减少,购物活动基本暂停,汽车消费将会处于冰点。“独立厂家的汽车销售在2月上旬同比下滑在95%左右,这对全月的影响极其巨大。因此,松限购、稳购车、促消费势在必行。”



刺激汽车消费

虽然当前汽车消费因新冠肺炎疫情呈现更加低迷态势,但也有好消息传来:我国将采取措施稳定市场、稳定居民消费、稳定汽车消费,鼓励适当增加限购地区号牌配额,带动汽车及相关产品消费。

“面对疫情,此次政策思路促消费目标明确,因此我们相信2020年国内汽车消费能够得到恢复。”崔东树表示,2020年2月初,乘联会曾预计,新冠肺炎疫情对2020年汽车消费总量会造成大约100万辆的损失,可能会导致2020年国内乘用车销量由1%的正增长转为负增长5%。目前来看,如果政策实施力度强,有针对传统燃油汽车的全面支持政策,可能会让2020年乘用车的整体销量实现正增长。

据了解,2018年国内汽车销量出现负增长以来,为刺激汽车消费从而提振国内整体消费,相关部门出台了多项政策措施。特别是2019年,国家有关部门多次发文发声,力挺汽车消费。

2019年1月,国家发改委、交通运输部等10部委联合发布《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,提出“优化机动车限购管理措施”以促进汽车消费。

2019年6月,国家发改委、生态环境部、商务部发布《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》,提出各地不得对新能源汽车实行限行、限购,已实行的应当取消。

2019年8月,国务院办公厅印发《关于加快发展流通

促进商业消费的意见》,明确提出实施汽车限购的地区要结合实际,探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施,有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持;且明确了促进新能源汽车消费、推进农村车辆消费升级、培育汽车特色消费市场、加快二手车流通等几方面实施措施。

2019年11月,在国家发改委举行的新闻发布会上,国家发改委新闻发言人孟玮针对宏观经济运行情况提出了三大措施,其中包括要稳住汽车等消费大头,破除汽车消费限制,探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施,推动汽车限购政策向引导使用政策转变。

“这些政策有很多推进措施,但由于刺激消费拉动经济增长的效果不如直接投资更突出,因此汽车消费始终效果不佳。”崔东树举例说,《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》提出要着力破除限制汽车消费的市场壁垒,但仅有广州、深圳两地响应政策,在汽车指标上进行了松绑,贵州也取消限购政策,而其他限购城市并无反应。”

崔东树表示,在稳定汽车消费方面有很多成熟的办法。例如,在2009年和2015年,政府相关部门两次为应对经济下行压力,采取了购置税减半的政策,实施效果极其良好。因此,政策“供给”十分充足。

“我认为,最主要的办法还是在税费方面给予消费者实实在在的支持。例如,减免购置税、购车抵个人所得税等。就目前国内消费能力与水平来看,购车的经济压力并不算大,只是需要一个‘理由’。在经济下行压力增大的大背景下,合适的政策支持就是一个很好的‘理由’,会激发国内消费潜力,对经济持续稳定健康增长起到重要促进作用。”崔东树说。

疫情之下 白电市场消费观正重塑

▶ 本报记者 邓淑华报道

的热度将提高;清洁类空调市场渗透率将进一步提升;解风直吹的舒适类空调产品也是消费者关注的卖点;在新能效政策刺激下,节能产品的销售比重将继续提升;疫情过后,龙头品牌加速占领市场份额,短期内价格战将持续。

《新型冠状病毒肺炎诊疗方案(试行第四版)》明确指出,病毒对紫外线和热敏感,56℃ 30分钟、乙醚、75%乙醇、含氯消毒剂、过氧乙酸和氯仿等脂溶剂均可有效灭活病毒。近年来,由于健康洗涤的洗衣机产品逐渐普及,高温除菌、清洁功能的渗透率越来越高,尤其在滚筒洗衣机类型中,高温洗涤程序几乎成为标配,洗衣机的除菌方式也更为丰富,如紫外线、银离子、臭氧等手段,洗衣机对于清除衣物上的有害病菌方面,发挥着重要作用。当下,滚筒洗衣机在针对病毒防护方面更具有优势。除紫外线杀菌外,其他除菌健康程序在波轮产品上配置较少,将来波轮产品在这一方面仍有强化空间。待疫情结束后,市场教育程度加深,消费者将更关注健康洗涤,传统高温除菌产品、其他多种除菌方式产品、分类洗产品、迷你洗衣机产品都将获得发展机遇。

在冰箱市场,在“广积粮”场景下,当前冰箱存储体验特色被全面放大。一是大面积。疫情传播带来的道路交

通不便,使得消费者对肉、菜、蛋、奶等基本生活供给品的采购量显著加大,人们对冰箱容积需求将会有一定扩大,未来法式、十字及对开门占比或将持续增长。二是保鲜。长时间的果蔬存储也体现了保鲜产品的优势,加之冰箱产业的保鲜技术发展和推广方兴未艾,疫情期间及后期“恢复性需求”中,保鲜技术的推广成本将降低,保鲜产品的消费者接受度将进一步提高。三是杀菌净味。疫情过后,消费者的健康卫生意识也将随之提高,人们对冰箱内部存储环境的重视程度也将再上一个台阶,杀菌净味类冰箱产品也将成为新的选择方向。

整体而言,疫情冲淡了冷柜销售市场。2020年1月,本应迎来春节爆发期的冷柜呈现出高开低走的局面,整体销售不旺。在渠道上,冰柜线下损失大于线上。在产品类型上,分储卫生需求强化。今年1月,线上大冷冻小冷藏、立式冷冻柜表现突出,监测销额同比分别增长30.0%、29.0%;线下冰吧的降幅最小,监测销额同比下降4.8%,这反映了消费者卫生分储理念的进一步强化。疫情之下,出行减少,消费者对生鲜、速冻食品的采购有所提升,以囤货为卖点,超市及线上渠道仍有空间,小冷冻柜、大冷冻小冷藏和立式冷冻柜将更受消费者青睐。