

2023年免征购置税车船税1218亿元

2024年优化新能源汽车购置政策

▶ 本报记者 于大勇

我国移动互联网
用户规模达12.27亿

本报讯(记者 张伟)1月30日,国内知名商业智能数据服务商QuestMobile发布《2023中国移动互联网年度报告》,该报告显示2023年中国移动互联网用户总规模达到12.27亿,全年维持2%的稳定增速;从用户结构上看,一线、新一线及二线城市的活跃用户提升10.5%,显示出城市化效应下,用户向大中城市聚集现象,虽然用户总量保持低增速,然而用户品质在加速提升。

用户品质持续提升,带动消费模式变化,进而驱使互联网使用及流量模式变化,结合AI等新技术的持续落地应用,给移动互联网发展格局带来了新的变量,在去重用户超5亿的平台维持12家的局面下,包括线上线下结合、AI智能应用、微短剧模式、内容营销转化在内的模式诞生了诸多中长尾玩家的品质发展模式。

QuestMobile数据显示,截至2023年12月,去重总用户量超5亿的企业共有12家,其中腾讯控股、阿里巴巴、百度集团及抖音集团企业用户量均超10亿,分别为12.21亿、11.51亿、11.02亿、10.57亿;蚂蚁集团、拼多多、美团、京东、快手、腾讯音乐、中国移动、微博用户量均超过5亿,分别为9.12亿、8.81亿、8.78亿、6.81亿、5.72亿、5.45亿、5.3亿、5.29亿。

虽然在总体格局上,移动互联网的大平台结构并没有发生变化,然而整个2023年,随着用户结构的持续变化,尤其是一线、新一线及二线城市活跃用户占比持续提升达到10.5%,带来了用户品质较快提升,由此导致整个互联网使用及流量模式发生了三大变化。

首先,在经历了10多年的持续增长之后,移动互联网使用粘性2023年出现了轻微下滑。2023年12月,移动互联网月人均时长为165.9小时,同比下降了近12小时,约7%;月人均使用次数为2559.6次,同比微降了近3%;月人均使用APP个数则同比继续微涨,显示各APP的用户注意力争夺仍在加剧。同时,用户更加注重线下、户外的生活方式,消费模式。

其次,与线下相关的线上应用则出现了持续、高速的逆势增长。例如,堪称体验消费之王的文旅消费就是典型,2023年,文旅消费相关的电影演出、火车服务、用车服务、在线旅游等,同比分别增长了172.3%、66.7%、46.8%、34.1%;当然,市民生活相关的消费同样如此,公交服务、闲置交易、外卖服务、本地生活也继续火热,分别增长了48.2%、29.1%、16.1%、12.4%。

第三,AI大模型的火爆,让智能化相关的应用也持续高速增长,不仅诞生了文心一言、讯飞星火、豆包、通义千问等“消费级AI”应用,还出现了诸多“AI+”应用领域,如购物、办公、拍摄等。而兼具了智能化与线下场景的应用更加火爆,例如,智能汽车、智能配件、智能穿戴、智能家居,增速分别达到49.5%、49%、20%、18.4%,这几个典型行业用户规模也分别达到7601万、2277万、11603万、29397万左右。

德勤揭晓2023年中国高科技高成长50强企业
半数50强企业来自粤港澳大湾区

本报讯(记者 于大勇)近日,“2023德勤中国高科技高成长50强及明日之星”榜单在北京揭晓,125家企业上榜。

德勤发布的《2023中国高科技高成长50强及明日之星报告》显示,北京和深圳是中国50强上榜企业数量最多的城市。其中,半数上榜企业来自粤港澳大湾区,当地优良的资源配置与制造产业基础,持续为科技企业发展加分。

该报告显示,2023年中国50强企业近3年累计营业收入增长率较2022年略有下降,但10强企业增势不减,平均3年增长率为511%,高于2022年。

在行业分布上,生命科学、软件、互联网、硬件位居前四。与上期榜单相比,生命科学行业上榜企业数上升11%,显示出巨大的发展潜力。

此外,75家明日之星企业中,有8家独角兽企业与13家准独角兽企业。总体来看,上榜企业发展势头强劲。

上榜企业重视创新和研发投入,不断推出新技术、新产品、新模式。数据显示,中国50强企业科技研发投入占比相比2023年有所增加,46%的明日之星企业投入81%以上的营业收入用于科技研发。

德勤调研后发现,上榜企业普遍重视数字化、智能化技术在企业研、产、供、销、服各方面的应用,有40%的上榜企业选择把数据分析和智能决策作为数字化建设重点投入领域。

德勤中国高科技高成长项目负责人赵锦东表示,过去3年,数字化转型先进企业的营收增速大幅领先于行业平均增速,这一差距未来还将进一步加大。

“数字化水平正成为决定企业竞争力的最重要变量。未来,制造业数字化赋能将从加速期进入到深化期。”赵锦东说。

值得关注的是,今年德勤还首次增设“德勤中国科创木兰奖”。德勤中国首席人才官郭骅表示,该奖项旨在倡导企业将“她力量”融入组织能力的构建,激发更多科创女性释放潜能。

据了解,德勤高科技高成长评选项目已在全球数十个国家和地区举办29年,在中国连续举办19年,被誉为“全球高成长企业的标杆”。



福建省厦门市市政海上环卫站专职负责海漂垃圾打捞清理、吊装转运工作,目前智慧海上环卫系统已建成投用,实现了近岸海域海漂垃圾治理常态化、网格化、全覆盖。图为工作人员在厦门西堤海上环卫码头吊装转运海漂垃圾。

新华社记者 林善传/摄



位于广州高新区的明珞新能源汽车焊装自动生产线

场的平稳过渡提供缓冲期,对促进新能源汽车发展具有持续稳定的推动意义。

2024年实行减免政策

2023年6月2日召开的国务院常务会议指出,新能源汽车是汽车产业转型升级的主要方向,发展空间十分广阔。为最大限度释放新能源汽车消费潜力,会议提出巩固和扩大新能源汽车发展优势,进一步优化产业布局。同时,会议明确延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策。

财政部税政司、国家税务总局货物和劳务税司相关负责人表示,为了巩固并保持我国新能源汽车产业的竞争优势,加快从汽车大国迈向汽车强国,按照国务院常务会议有关决定,财政部、国家税务总局、工业和信息化部印发《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》,主要考虑的是进一步发挥税收政策激励作用,引导有关方面抢抓发展机遇,推动技术创新和产品创新,不断提升产业核心竞争力,扩大新能源汽车消费,助力新能源汽车

产业高质量发展。

据了解,根据《公告》,相关部门对购置日期在2024年1月1日至2025年12月31日期间的新能源汽车免征车辆购置税,其中每辆新能源乘用车免税额不超过3万元;对购置日期在2026年1月1日至2027年12月31日期间的新能源汽车减半征收车辆购置税,其中每辆新能源乘用车免税额不超过1.5万元。同时,为引导企业加快技术研发和升级,还将由工业和信息化部根据新能源汽车技术进步、标准体系发展和车型变化等情况,优化享受车辆购置税减免政策的技术要求。

“《公告》调整力度不小,有利于行业高质量发展。”崔东树表示,随着碳酸锂价格下跌,钠电池的空间被剧烈压缩,因此政策主要照顾的应该是微型电动车的农村接受度,务实地降低农村购车门槛,让电动车更实用。

更多利好可期

在2024年1月19日国新办举行的2023年工业和信息化发展情况新闻发布会上,

“春节不打烊”平台大促推出新花样

▶ 本报记者 李洋

法成为最大的亮点,包括剧场小剧场、会说话红包、时空照相馆等。

“之所以推出新花样,主要是因为各大平台都在寻求突破,力图通过差异化竞争来吸引消费者。此外,随着科技的发展,AI、AR等新技术在电商领域的应用也推动了玩法创新。”某知名咨询公司商品战略顾问总监潘俊说。

潘俊更为关注电商平台能否为消费者提供更多实惠如折扣、满减等;是否有丰富多样的线上线下活动,以此满足消费者在春节期间的购物、娱乐需求;如何利用新技术,如AI、AR等提升用户体验和互动性。

资深产业经济观察家梁振鹏主要关注优惠力度、创新玩法、互动性、线上线下融合等方面。他说:“创新玩法和互动性是吸引用户参与的关键,而优惠力度和线上线下融合则是影响用户消费决策的重要因素。”

中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛表示最关心的是各种新的内容、新的服务、新的体验、新的场景,而不是简单的低价促销。“今年的春节之所以‘火’,或许与推出许多龙年主题的多内容、打出许多龙年的多种场景以及大量地运用AI技术、元宇宙技术开展多种活动有关。”

关键:抓住消费者需求最重要

“冷静派”:促销节已是常态

对于平台推出的眼花缭乱的新玩法,也不乏一些倦怠的用户。

“无论是年货节还是其他促销节点,抓住消费者的需求是最重要的。”不少业界人士如此认为。

北京市博圣律师事务所律师白小勇

表示,相关平台想要在年货节抓住用户,需要从多个方面进行升级。首先,需要提供更多优质、新鲜、有特色的商品,以此满足消费者对品质生活的追求。其次,需要提供更加便捷、快速、安全的购物体验,包括优化购物流程、提高物流效率等。第三,需要加强与用户的互动和沟通,了解用户需求和反馈,及时解决和改进服务。第四,需要不断创新和升级活动玩法,吸引用户关注和参与。

陈涛表示,春节期间电商可能会受到多种影响,其中最主要的因素是物流停运。“由于很多物流网点在春节期间会停止工作,这给电商产生了很大影响。此外,很多网店也会在春节前发布公告,暂停营业或者暂停发货,等到春节后才恢复。这些影响会使得电商在春节期间的经营活动受到一定的限制。”

作为消费者而言,潘俊更倾向线上置办年货。“线上购物平台汇集众多品牌和商家,产品种类丰富,便于对比挑选,线上购物可以省去线下逛街的时间和精力。”潘俊说。

“消费者会愈加理性。对于消费者来说,选择线上还是线下购买年货取决于多种因素。在选择购买渠道时,消费者需要根据自己的需求和偏好进行权衡。同时,电商平台也需要不断优化服务,提高用户体验,以吸引更多的消费者选择线上购物。”白小勇说。

2023年,税务部门对新能源汽车免征车辆购置税、车船税1218亿元。国家税务总局纳税服务司司长沈新国在近日国新办举行的税收服务高质量发展新闻发布会上介绍。

专家表示,虽然2024年新能源汽车车辆购置税优惠政策从全部免征变为限额免征,但对于巩固并保持我国新能源汽车产业的竞争优势,加快从汽车大国迈向汽车强国具有重要意义。

2023年免征1218亿元

“多政策组合”的优惠政策体系助力绿色发展。沈新国表示,税务部门高效落实企业所得税、增值税、车辆购置税相关绿色税收优惠政策,激励企业走绿色高质量发展道路。比如,2023年,对资源综合利用产品取得的收入减免企业所得税167亿元,对相关产品及劳务即征即退增值税564亿元,鼓励节约资源“变废为宝”;再如,对新能源汽车免征车辆购置税、车船税1218亿元,促进汽车行业降碳减排。

据了解,对新能源汽车免征购置税始于2014年7月。彼时召开的国务院常务会议强调,发展新能源汽车是我国交通能源战略转型、推进生态文明建设的重要举措。支持新能源汽车这一战略性新兴产业发展,对实施创新驱动,促进节能减排和污染防治,拉动国内市场需求、培育新的增长点,实现产业发展和环境保护双赢,具有重要意义。

该会议决定,自2014年9月1日至2017年年底,对获得许可在中国境内销售(包括进口)的纯电动以及符合条件的插电式(含增程式)混合动力、燃料电池三类新能源汽车,免征车辆购置税。

知名汽车评论员贾新光表示,2014年7月召开的国务院常务会议对新能源汽车免征购置税,表明政府大力发展新能源汽车的决心与意志。“新能源汽车购置税大幅减免,有效降低了消费者购车成本,促进了新能源汽车销量的增长。”

此后,新能源汽车免征车辆购置税政策在2017年、2020年和2022年3次延续至今。

“免征购置税政策的延续对我国新能源汽车产业发展给出了明确的支持信号。在该政策加持下,我国新能源汽车发展突飞猛进。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,免征购置税政策的延续为新能源汽车市

近日,抖音正式上线“新春吃喝玩乐节”;美团联动平台百万商户“春节不打烊”;从1月18日一直持续到2月17日……春节前夕,淘宝天猫、京东、抖音、快手、美团/拼多多等多家平台陆续推出“年货节”大促策略。

相比以往,今年春节各大平台在玩法方面有哪些新花样?

“乐天派”:比较关注优惠力度和创新玩法

除打折促销外,今年各大平台还纷纷推出特色活动。

京东方面透露,在携手中央广播电视台总台为全球华人带来“文化年夜饭”的同时,也将为海内外观众送上1亿份礼品,还有汽车使用权等大奖加码。

无独有偶,小红书也宣布成为中央广播电视台总台2024年春节联欢晚会笔记与直播分享平台,除夕当天将联合春晚剧组打造一场陪伴式直播“大家的春晚”。观众可以通过小红书上的“春晚”账号,身临其境般了解春晚台前幕后的故事。

支付宝宣布,“集五福”升级为“五福节”,农历大年三十集齐五福分享5亿元奖金。此外,用户还可以通过支付宝看短视频、参与评论、打榜等方式瓜分3亿红包。支付宝介绍,2024“五福节”在原来的AR扫福、浇水得福等传统玩法基础上,将迎来一系列“玩法上新”。其中,四大AI玩