

中国汽车产销总量连续13年全球第一

2021年,中国汽车产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆。据预测,2022年汽车芯片供应短缺情况将会逐渐缓解,中国汽车市场将继续保持增长

□ 本报记者 付朝欢

全球疫情持续演变、汽车芯片供应紧张、原材料价格持续高位……2021年,在诸多不利因素下,我国汽车产销总量连续13年位居全球第一,并在电动化、网联化、智能化方面取得巨大的进步。

出口创历史新高

在1月12日举行的汽车工业发展情况新闻发布会上,工信部装备工业一司司长王卫明直言,“2021年,是我国汽车工业发展史上极不平凡的一年。”

据中国汽车工业协会最新统计数据,2021年,中国汽车产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆,同比分别增长3.4%和3.8%,结束了2018年以来连续3年的下降局面。

除产销恢复增长外,中国汽车出口创历史新高。2021年,中国汽车出口201.5万辆,同比增长1倍。“近10年来,中国汽车出口一直在100万辆左右徘徊。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋认为,中国汽车产业正在迈入全球化发展新阶段。

在付炳锋看来,直接投资模式发挥了重要作用。上汽集团、长城汽车、吉利汽车等中国车企在海外布局建厂,支撑了中国品牌在海外落地生根,并为未来增

长奠定了坚实的基础。

在发布会上,王卫明讲到的一些细节可以解释为什么2021年我国汽车产业能够克服诸多不利条件实现稳中有进、稳中向好。

王卫明提到,针对江苏扬州、浙江绍兴等地疫情对整车企业生产的冲击,通过协调相关部门、地方政府和有关企业,采取点对点运输、封闭式员工管理等方式,累计解决300多家零部件企业的物流运输和复工复产问题。

为了解决芯片短缺问题,不少省市都成立工作专班,投入专项资金,很多整车企业一把手亲自出面协调,派出多只专门队伍筹措芯片货源。

芯片短缺逐渐缓解

自2020年以来,全球汽车行业企业一直受到芯片短缺问题困扰,2021年更为严重,国内外多家汽车企业因此减产或短期停产。

“这一轮汽车芯片短缺的影响因素很多,既有芯片产业自身的周期性影响,也有新冠肺炎疫情、生产工厂火灾等一些突发性因素。”王卫明说。

对此,工信部多措并举保障汽车芯片供应,维护汽车工业稳定运行。比如,指导成立中国汽车芯片产业创新联盟,组织编制《汽车半导体供需对接手册》,提

供568款芯片产品技术参数信息和1000条整车和零部件企业需求信息供行业企业参考使用。

此外,配合国家市场监督管理总局调查处理汽车芯片领域囤积居奇、哄抬价格等不正当竞争行为等。

王卫明说,当前全球主要芯片企业已经在逐渐加大汽车芯片生产供应,新建产能也将于2022年下半年陆续释放,预计今年汽车芯片供应短缺情况将会逐渐缓解。

“也要看到,当前汽车芯片短缺虽逐渐缓解,但仍显紧张,”付炳锋提示,“保持产销稳定增长依然需要全行业共同努力。”

新能源汽车表现亮眼

2021年,新能源汽车全年保持了“产销两旺”的发展局面。

中国工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚将2021年中国新能源汽车产业发展概括为“三个快速”。

产销规模快速增长。全年累计销售352.1万辆,市场渗透率达到了13.4%,同比增长1.6倍左右,连续7年位居全球第一,创造了2016年以来的最快速度。

质量品牌快速提高。纯电动乘用车平均续航里程从2016年的253公里提高到2021年的400公里以上,消费者质量满意度与燃油汽车持平,月销过万的车型也越来越多。

出口快速增长。全年实现新能源汽车出口31万辆,同比增长3倍多,超过了历史累计出口总和。欧洲市场成为一大主要增量市场,主要集中在比利时、英国、德国、法国、挪威等发达国家,体现了中国新能源汽车的国际竞争优势。

新能源汽车产销规模的快速增长离不开产业发展配套环境的进一步优化。郭守刚介绍说,截至2021年底,累计建成充电桩7.5万座,充电桩261.7万个,换电站1298个,在全国31个省市区设立动力电池回收服务网点超过1万个。

“总体看,我国新能源汽车已进入加速发展新阶段,对全球汽车产业电动化转型的引领作用进一步增强。”郭守刚同时坦言,产业发展也面临双碳目标要求、国际竞争压力增大、产业链供应链安全风险等新形势新问题。

五大利好支撑继续增长

2022年,我国汽车市场能否延续2021年的增长态势?

综合主要整车企业的预判、数学模型分析和各相关机构的研究成果,汽车工业协会预计,2022年,中国汽车总销量达到2750万辆,同比增长5%左右。

付炳锋表示,汽车工业的利好因素,主要表现在五个方面:一是中国宏观经济长期向好的基本面不会改变,保障了汽车市场持续增长。

二是汽车市场潜力巨大,需求依然旺盛。消费者对新能源和智能网联汽车的接受度不断提高,新能源汽车产业化快速发展。

三是疫情防控常态化,疫情波动对中国经济活动的影响逐渐降低,对汽车市场的影响将进一步减小。

四是芯片短缺逐渐缓解,汽车供给能力将进一步得到释放。

五是新能源汽车市场需求旺盛,尤其是“双碳”目标的实施,更加快了转型的进度。付炳锋判断,2025年我国新能源汽车占比20%的规划目标很可能会提前实现。



市场监管系统力争3年实施企业信用风险分类管理

本报讯 记者刘梦雨 实习记者孟佳惠报道 经国务院同意,近日,国家市场监督管理总局印发《关于推进企业信用风险分类管理进一步提升监管效能的意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出,要依法依规推进企业信用风险分类管理工作,科学研判企业违法失信的风险高低,根据监管对象信用风险等级和行业特点,实施分级分类监管。

在工作目标上,《意见》明确,到2022年底,各省级市场监管部门建立通用型企业信用风险分类管理工作机制,对辖区内全量企业实施科学分类,实现企业信用风险分类结果在“双随机、一公开”等监管工作中常态化运用。到2023年底,各省级市场监管部门实现企业信用风险分类管理与专业领域监管的有效结合,建立健全适用于专业领域的企业分级分类监管机制。力争用3年左右的时间,市场监管系统全面实施企业信用风险分类管理,有效实现企业信用风险监测预警,努力做到对风险早发现、早提醒、早处置。

在分类指标体系的构建上,《意见》指出,企业信用风险分类管理是基于各类信用风险信息对企业违法失信的可能性进行研判,通过科学建立企业信用风险分类指标体系,将企业分为信用风险低(A)、信用风险一般(B)、信用风险较高(C)、信用风险高(D)四类,分类结果作为配置监管资源的内部参考依据,不是对企业的信用评价。

在强化分类结果运用方面,《意见》提出,对新产业新业态新模式等企业要参考信用风险分类结果,探索实施更加科学有效监管,切实堵塞监管漏洞。根据企业信用风险状况动态调整监管政策和措施,对信用风险低和信用风险一般的企业,给予一定时间的“观察期”;对信用风险高的企业,要有针对性地采取严格监管措施。

在加强监测预警方面,《意见》要求,加强企业信用风险监测预警,在企业信用风险分类管理系统中构建监测预警模块。强化企业信用风险综合研判处置,要综合分析企业信用风险分类结果,科学研判区域性、行业性整体信用风险状况,及早发现高风险区域和高风险行业,采取定向抽查检查、专项检查等措施防范化解风险。

要闻速递

海南省发展改革委部署节能降碳工作

本报讯 记者王心武 程晖报道 日前,海南省发展改革委同省工信厅召开节能降碳工作部署会,落实全国关于重点领域节能降碳工作安排,制定海南省工业节能降碳改造升级总体实施方案,有序推动高耗能行业实施技术改造。

会议强调,要坚持从高定标,分类指导。密切跟踪国内外先进水平,引导能效水平在基准水平和标杆水平的企业对标标杆水平实施改造升级。对于新建项目,一切按照标杆水平设计和建设。对于未达到基准水平的企业,做到能改尽改,限期引导技术改造。22家与会企业从项目现状、存在问题、工作建议及需要省级层面解决的事项等方面提出本地区高耗能行业重点领域项目技术改造节能降碳工作措施。会议还邀请了省项目规划院的相关同志现场解答企业在技改升级工作的问题。

会议对下一步工作做出部署。一是相关市县要彻底摸排属地重点领域高耗能企业情况,企业要对标国民经济行业分类细化能效水平。二是按照2025年重点行业和数据中心达到标杆水平的产能比例超过30%的目标提前做好任务分解。三是企业要尽快采取措施,抢抓先机,走在前列。四是请省项目规划院做好业务指导工作。



“冬奥冠军之乡”再赴新征程

作为中国短道速滑运动的代表城市,黑龙江省七台河市先后为国家培养、输送了杨扬、王濛、孙琳琳、范可新、张杰等多位世界冠军。迄今为止,中国获得的13枚冬奥会金牌中,6枚来自七台河培养的运动员。作为“国家重点高水平体育后备人才基地”,近年来,七台河通过创新人才培养方式、增加短道速滑特色学校数量、创建“省队市办”基地、举办群众性冰雪体育活动等措施,让短道速滑后备人才培养再上新台阶,承担起向国家队培养输送短道速滑优秀运动员的重任。图为七台河职业学院短道速滑训练中心的孩子们在七台河体育中心训练。

新华社记者 谢剑飞 摄

《1版》

更大力度改革 更高质量发展

建设全国统一大市场,建设高标准市场体系、推进要素市场化配置改革是有内在逻辑联系的两项工作。高水平社会主义市场经济体制必然要求建设高标准市场体系,高标准市场体系首先应该是高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场。高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场则必然要求破除妨碍各种生产要素市场化配置的体制机制障碍,促进商品要素资源在更大范围内畅通流动。

下一步,将按照党中央、国务院统一部署,统筹考虑、一体化推进已出台政策文件落实,更好统筹发展和安全,不断推动市场体系建设向纵深发展。

问:国家综合配套改革试验区自设立以来取得哪些成果?有哪些体制机制创新?下一步将如何推进该工作继续走深走实?

答:按照党中央、国务院决策部署,

2005年以来,国家先后批准在上海浦东新区等12个地区开展综合配套改革试验。党的十八大以来,各试验区落实中央全面深化改革的部署和任务,认真扎实推进改革创新,形成了一批改革成果,不少经验做法提炼总结后上升为国家层面重要的政策、制度举措,为推动面上改革深化发挥了重要作用。

下一步,将进一步系统总结和研究梳理试验区的经验做法,做好相关典型经验和创新举措的面上推广工作,更好发挥改革试点的示范引领作用。

问:请问发改委在推动民营企业高质量发展、激活发展动力等问题上有什么改革思路?

答:中央经济工作会议提出,“微观政策要持续激发市场主体活力”“要提振市场主体信心”“促进多种所有制经济共同发展,优化民营企业发展环境”。包括各类所有制在内的市场主体

是社会主义市场经济的微观基础,是经济社会发展的力量载体。民营经济是我国经济制度的内在要素,是推动经济社会发展的重要力量,为民营企业创造更好发展环境和条件,推动民营经济高质量发展,对于做好明年的经济工作,稳住宏观经济的基本盘,意义重大。作为支持民营经济改革发展工作的职能部门,将从以下四个方面重点着力。

着力解决好民营企业发展面临的突出问题,通过多种方式,持续发现和了解民营企业在产权保护、招投标、市场准入等领域存在的典型问题,及时研究解决。

完善民营企业参与国家重大战略实施机制,在重大规划、重大项目、重大工程、重大活动中积极吸引民营企业参与,制定支持民营企业参与乡村振兴的政策举措,开展民营经济跨区域协同发展试点,引导民营企业参与增量混合,

不断拓展民营企业的发展空间。

深入推进公平竞争政策实施,加强反垄断和反不正当竞争,以公正监管保障公平竞争。四是充分发挥示范带动作用,进一步激励地方聚焦民营经济发展中的难题,带动面上支持民营经济发展工作取得新进展、新突破。

问:我们注意到近期国家发展改革委印发《关于建立违背市场准入负面清单案例归集和通报制度的通知》,能否介绍一下开展该项工作的主要考虑?

答:为完善市场准入负面清单落地实施工作机制,提升市场准入负面清单管理效能,建立违背市场准入负面清单案例归集通报制度。这项制度重点关注因政策衔接不畅、准入要求不明、区域性垄断等原因导致的阻碍市场主体公平准入的情况,有利于持续推动破除市场准入隐性壁垒,为各类所有制企业营造公平竞争的良好环境,进一步激发市场主体活力。

点评

中国汽车工业“成绩单”中的品牌看点

□ 付朝欢

近日,我国2021年度汽车产销数据正式发布。看点除了产销总量连续13年位居全球第一、出口量实现历史性跨越,还有对产销数据进行结构性分析后所呈现的中国品牌“含金量”。

品牌,一头连着供给侧,一头连着需求侧。近几年,中国主流汽车品牌取得长足进步,技术能力全面构建,产品创新持续不断,中国品牌汽车的质量已经达到甚至超过一些国际品牌。以“千车故障率”这一指标为例,国际上大多数品牌是8-10的水平,现在有的中国品牌已经达成5-7的水平。

供给侧结构性改革的成效,最终要落到需求侧上。根据中国汽车工业协会最新公布的销售数据,2021年,我国乘用车销售实现2148.2万辆,中国品牌乘用车累计销售954.3万辆,同比增长23.1%,市场占有率达44.4%。其中,中国品牌新能源乘用车销售实现247.6万辆,同比增长1.7倍,占新能源乘用车销售总量的74.3%。

近期,部分车企陆续公布了2021年的销售数据。我们不妨切入一个微观的视角,先看看上汽集团、长城汽车、吉利汽车这三家头部车企2021年的出口表现。上汽乘用车全年出口总量达到29万辆,同比增长68%,继续保持中国单一品牌海外销量冠军的地位。长城汽车海外销售逾14万辆,同比增长103.7%,创历史新高。吉利汽车在海外整体销量超11万辆,同比增长约58%。

还有一些亮点值得关注。2021年,长城汽车全球化体系持续完善:除了国内13大工艺整车生产工厂,这家车企已在全球

范围内布局4大海外全工艺整车生产基地,以及5大海外KD工厂。

吉利汽车连续5年保持中国品牌乘用车销量冠军,市场占有率稳健增长。更值得关注的是,吉利在西安打造了全球首个超级智能“黑灯工厂”,集数字化、自动化、智能化、柔性化为一体,可满足电动车、混动车、燃油车的3大平台和6款车型柔性自动智能化共线生产。这座超级工厂还是一体制造生命周期零污染的绿色生态工厂。

再看产业结构。我国是全球新能源汽车保有量最多的国家,中国品牌的市场渗透率超过30%。得益于决策早、布局早、行动早,经过10多年战略性引导和精心培育,我国汽车产业借助新能源赛道“换道超车”,已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段。中国品牌新能源汽车,不仅赢得国内消费者的信赖,也越来越获得海外消费者的认可。

“能看见多远的过去,就能看见多远的未来。”在1月12日工信部的发布会上,中国汽车工业协会轮值会长朱华荣说,“未来10年,将会诞生世界级的中国品牌。”当然,这一判断也有前提条件,那就是“中国汽车品牌要抓住未来3年~5年的发展机遇期,抓住国际市场,加速品牌向上”。

每年5月10日,是国务院批准设立的“中国品牌日”。做大做强中国汽车品牌,需要政府、企业、社会共同努力推动,通过一系列活动的开展和传播,全面展示中国汽车品牌在电动化、智能化“新赛道”的技术创新和技术突破,营造全社会认可与支持中国汽车品牌的氛围,为中国汽车品牌向上注入新的动力。