

新能源汽车市场回暖 竞争趋于白热化

■ 本报记者 张伟伦

在汽车市场消费升级的趋势下,今年下半年以来,国内各大车企密集推出各自的高端汽车产品和品牌。国家统计局10月19日发布了前三季度国民经济运行情况,显示出汽车等产品消费保持了较快增长。其中新能源、智能化等日益成为大众购车的新需求。

初显回暖 但下半场仍有变数

本月20日落下帷幕的武汉车展就是汽车业回暖的一个缩影。此次车展展出面积达10万平方米,共有400余家汽车厂商参展,现场展示千余款车型,并有25个品牌于车展期间发布30款全新车型。据不完全统计,本届车展期间成交总量近2万台,成交额超过35亿元。

北汽新能源市场部一位负责人向《中国贸易报》记者表示,汽车市场的回暖速度超过了各家车企的预期。尤其是高端产品,新能源汽车的需求增长,成为汽车市场此次增长的关键领域,这成为了近日业界普遍热议的话题。

“一方面,新能源汽车基础设施、支持政策、政策法规等方面的配套不断改善;另一方面,各大国内车企和众多跨国车企纷纷发力,亮眼的黑科技和‘亲民’的性价比让很多

消费者追捧。”该负责人说。

记者从中国汽车工业协会发布的统计数据看到,今年9月,汽车产销分别完成252.4万辆和256.5万辆,环比分别增长19.1%和17.4%,同比分别增长14.1%和12.8%。截至本月,汽车产销已连续6个月呈现增长,其中销量已连续五个月增速保持在10%以上。其中,新能源汽车的表现颇为亮眼。今年9月,新能源汽车产销分别完成13.6万辆和13.8万辆,刷新了9月历史记录,同比分别增长48.0%和67.7%。

然而,有业内人士也表示,前期由于传统车企还未全面转入高端新能源汽车市场,造车新势力在上半场表现亮眼。随着众多传统车企纷纷开始入局,新能源汽车市场的厮杀或许才刚刚开始。

“对于造车新势力们,今年下半年以及未来几年内,依然会面对一个持续动荡的时期。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,去年中国新能源汽车市场的销量仅有100万辆,等到新能源汽车市场销量达到1000万辆甚至更多的時候,整个市场格局或将发生巨大变化。

“新能源汽车市场上的主力对手还没有进场。目前合资品牌与高

端品牌的新能源汽车增量并不强,然而未来随着它们发力该领域,新产品密集推出,比如特斯拉或将持续抢占市场份额,所以留给中国造车新势力的机会并不多。”崔东树坦言。

各方汇聚 角逐汽车业转型趋势

此轮汽车消费的恢复,中国市场受到了各大车企的关注。例如,丰田汽车8月在中国的销量增长27.2%,自4月以来连续5个月超过去年;本田汽车9月在中国的终端汽车销量为168872辆,同比增长22.3%,连续3个月创下历年单月终端汽车销量历史最高纪录;德国车企在中国的业绩与去年同期相比,宝马业务量增长45%,奔驰增长19%,奥迪增长18%。

《日本经济新闻》发文表示,在全球汽车行业因疫情而受到打击的背景下,中国市场率先反弹,日本厂商将抓住中国市场的机遇加快复苏步伐。

“全球汽车行业的乐观迹象来自中国,与中国有紧密联系的车企都实现了业绩大幅反弹。”德国杜伊斯堡—埃森大学汽车研究中心主任费迪南德·杜登赫费尔说。

与此同时,汽车业在海外部分

市场上也表现出了复苏态势。例如,德国汽车进口商协会发表声明称,德国市场已从上半年的大幅下跌中逐步恢复过来。韩国各大车企10月5日公布的销售数据显示,现代汽车、起亚汽车、韩国通用、雷诺三星、双龙汽车五大整车厂商9月全球销量同比增加0.9%,达到70多万辆,创下今年以来首个单月同比增长纪录。

全球疫情下汽车业的这一表现,引来了各路力量汇聚该领域。记者从恒大集团获悉,恒大汽车近日已通过海通证券签署上市辅导协议,并在深圳证监局备案登记,拟首次公开发行股票并在境内证券交易所上市。按照恒大汽车规划,约70%的募集资金将投向新能源汽车项目研发、生产及营销网络建设项目,以持续增加公司在相关领域的技术储备,进一步提升公司的研发实力与生产能力。

富士康目前正在与多家汽车制造商商谈合作,未来约300万辆汽车将使用其平台。富士康母公司鸿海集团董事长刘扬伟表示:“全球电动车市场2025年-2030年将达到每年3600万辆的规模,而富士康的目标是2025年-2027年间拿下电动汽车市场10%的份额。”

“有基础、有条件、有信心 完成全年经济社会发展目标”

■ 本报记者 陈璐

“第三季度经济运行稳步恢复的态势再次表明,中国经济具有强大韧性和巨大潜力。但我们也看到,当前国内外环境依然错综复杂,推动经济可持续恢复、高质量发展仍面临不少挑战。国家发改委将扎实做好‘六稳’工作,全面落实‘六保’任务,加强今年四季度和明年初各项工作的统筹衔接,做好重要政策跨年度统筹安排,我们有基础、有条件、有信心完成今年全年经济社会发展目标。”10月20日,国家发改委新闻发言人孟玮在国家发改委10月份例行新闻发布会上表示。

孟玮称,“今年以来,在全球跨境直接投资大幅下降的背景下,我国利用外资逐步回稳,情况好于预期。”

据悉,今年1至9月,我国实际利用外资以美元计为1032.6亿美元,同比增长2.5%,首次实现以美元计利用外资累计正增长。

对于重大外资项目落地实施情况,孟玮指出,多个重大外资项目有序推进实施,北京奔驰重组及升级改造项目已经实现全面量产;湛江巴斯夫新型一体化石化基地项目首批装置完成桩基施工;上海特斯拉电动汽车项目国产化率不断提高,产能进一步提升,这些进展充分显示了外资企业对我国发展的强劲信心。

此外,孟玮还强调,“发改委将会同有关方面,抓紧在年底前出台鼓励外商投资产业目录,进一步扩大鼓励外商投资的范围。”

对于海南自贸港外资准入是否会出台新举措,孟玮介绍,为了充分发挥海南自贸港试验最高水平开放政策的独特优势,激发海南吸引外资潜力,目前发改委与海南省一道,研究编制海南自贸港外资准入负面清单,推动海南省重点领域放宽外资准入先行先试,助力海南自由贸易港更高水平开放,该清单将于年底前出台。

近日,国家发改委公布了《中国营商环境报告2020》(以下简称《报告》)。孟玮指出,该《报告》全面介绍了我国营商环境评价体系 and 评价方法,系统梳理了近年来推进营商环境评价工作的进展和成效,总结提炼了各省区市特别是参评城市深化“放管服”改革、优化营商环境的实践经验。

“下一步,我们将在巩固前一阶段改革成果基础上,进一步深化‘放管服’改革,持续加大打造国际一流营商环境,推动经济高质量发展。”孟玮提出,一是进一步深化简政放权。疫情期间,很多地方通过简化手续、优化流程,便利企业办事创业。要将这些行之有效的做法固定下来,继续精简行政许可,优化审批流程,推广“容缺受理”、告知承诺制等审批模式。二是进一步推行公正监管。加快完善优化营商环境“1+N”法规政策体系,创新包容审慎监管,建立健全有利于各类新产业、新业态、新技术、新模式创新发展的监管规则。三是进一步提升服务效能。同步提升线上线下办事便利度,更大力度推动政务服务数据整合共享,加快实现惠企政策精准推送,为企业群众提供更加优质的政务服务。四是进一步强化评价引导。以市场主体和社会满意度为导向,不断健全完善全国统一标准的中国营商环境评价体系,更好发挥评价引导改革、推动创新的积极作用。



10月20日,2020中日韩(成都)中小企业经贸创新峰会在四川成都开幕。会议期间,200余家中日韩政府部门、商协会、企业代表以线上线下相结合的方式,围绕新经济、健康服务、跨境电商等领域展开交流合作。

中新社记者 张浪 摄

数字化加快服务贸易发展进程

亿人次,境外旅游消费达2546亿美元。

汪震表示,自从我国加入世贸组织以来,主动对接世贸组织规则,持续推进服务业对外开放,全面建立常态化监督约束机制,较快实现多边工作角色转变。

WTO秘书处服务贸易司参赞张若思称,在最近的服务贸易理事会上,中国和越南的网络安

今年的“双11”购物狂欢节比以往来得更早一些。

10月21日零时,京东、天猫两大国内顶级电商平台同时启动今年“双11”购物狂欢节预售活动。而在此前,苏宁易购已于国庆节期间率先抢跑,通过出台“50亿补贴”“J-10%省钱计划”“价保延长至11月12日”三大政策,正式吹响了今年“双11”购物狂欢节的号角。

与往年略有不同,今年受全球新冠肺炎疫情蔓延影响,国内出境旅游行业整体陷入停顿。然而,国内消费者对进口品牌商品的需求并未减弱。为此,在今年的“双11”购物狂欢节上,进口品牌商品成为各家电商平台争相竞逐的对象。

10月19日,京东集团副总裁、京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞在“2020京东11.11全球热爱季”启动发布会上介绍:“活动期间,京东旗下进口消费一站式平台——京东国际将推来自100多个国家和地区超过50万款进口好物参与其中。”而在此前一个多月,天猫国际总经理刘一曼曾透露,今年将有超过2600个海外新品牌首次参加天猫国际“双11”活动。

除了不断网罗各类进口好物,各家电商平台为了留住顾客也在想尽办法出新招。在今年的“2020京东11.11全球热爱季”上,京东国际将充分利用头号京贴、预售、双百亿计划等“10大招式”,不但推出满减、神券等巨幅优惠,还有上海虹桥品汇线下体验店开幕、万达专属明星店入驻开店等多场景活动,为消费者建构高品质进口消费主场。线上线下打通的场景丰富了消费者的感知,也为品牌打开了更多元的曝光渠道。

据悉,活动期间,消费者在可享受“七天无理由退货”“破损包退”“过敏包退”“品质溯源”等品质服务及保障的同时,得益于“新基建”提供的物流优势,京东国际保税仓清关时效也将缩短至分钟级。通过实现全部商品京仓京配,京东国际在全国超过100个城市的保税备货订单履约都能有望实现当日达或次日达。

与之相比,天猫国际则将重点放在了加速推进“三新”策略方面。即通过进口新趋势打造、内容生态升级、全球正品溯源等举措,孵化新品类、引入新品牌、首发新商品,助力海外品牌在“双11”获得新增长。

今年,除了大量新品品牌集中亮相以外,天猫国际也将加速进口新品类的孵化,例如,天猫国际今年“双11”将重点以“超级成分、院线科技、明星色号、匠心工艺、精养健康”这五大趋势,挖掘美妆、母婴、保健、食品、个护、宠物等领域的新机会,满足进口商品消费人群的需求变化。“我们今年3月成立商家孵化中心,5月推出SMARTs孵化模型,加速打造新爆品。”据刘一曼介绍,今年“双11”前,天猫国际一个新品到百万级爆品的时间将从90天缩短至最快30天。

尽管今年的“双十一”活动目前仅仅只是预热,但在各家电商平台的跃跃欲试下,硝烟已然燃起。虽然各家战果目前还难以料定,但从以往战绩中也不妨管窥一斑。

依托“崛新计划”“京际联盟”等企业战略的赋能,今年618当天,京东国际成交额同比增长110%,618全期超过一半的新品牌成交额环比5月增长超过200%。而在过去半年,众多海外品牌也在加速入驻天猫国际。4月以来,天猫国际上的海外新品牌入驻同比增速达到125%,成交额同比增长113%。阿里巴巴巴第一财季首次披露的天猫国际业绩中,GMV(网站成交金额)同比增长超40%。这些数字的背后,不仅是参与企业取得的良好业绩,更包含了中国市场带给全球品牌的满满信心。

第四次修改专利法通过:强化保护、促进运用、顺应需求

■ 本报记者 陈璐

10月17日,第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十二次会议通过《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国专利法〉的决定》,自2021年6月1日起施行。

北汇律师事务所专利诉讼负责人周志忠在接受《中国贸易报》记者采访时指出:“从国家知识产权局2011年启动专利法特别修改的准备工作、2014年启动专利法全面修改工作,到2021年修改后的专利法正式实施,整个新法的出台经历10年,可谓‘十年磨一剑’。”

“终于通过了。”曾作为国家知识产权局专利法修改总体组秘书组成员参与此次专利法修改的周志忠感叹道。他还清晰记得2015年4月1日征求意见稿发布前的忙碌,“修法过程延续时间较长,修改过程中形势发生一些变化、出现一些新的问题,但加强专利保护、促进专利运用以切实解决实践中存在的问题的出发点一直没变。适应内外部形势和发展需要,做了一些新的修改,比如,外观设计保护期限的修改是为了适应中国加入《海牙协定》的需要,又如本次修改的一些内容既响应我国发展的内在需求也兼顾

了贸易冲突中一些国家的诉求。”

此外,周志忠还认为,我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期,我国外部形势也发生较大变化,我国专利制度与整体营商环境的信心,有利于充分激发全社会的创新活力,修法呈现诸多亮点。

针对“赔偿低”“举证难”两大痛点,本次修法对症下药,强化了专利保护。

周志忠介绍,一是增设了惩罚性赔偿制度并提高法定赔偿额上限和下限。修改后的第七十一条规定对故意侵犯专利权,情节严重的,可以按照确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。在民事侵权领域,“填平原则”有其合理性,但在故意侵权且情节严重(多次重复侵权)的情况下,仍局限于“填平原则”,对专利权人并不公平,在一定程度上还会架空专利权人的“禁止权”,惩罚性赔偿制度大大增强了专利权人维权行为的威慑力。二是降低专利权利人举证责任。专利侵权行为具有隐蔽性,专利权人举证往往

存在困难,特别是“赔偿额证据”难以获得。本次修法在相关司法解释的基础上,规定“人民法院为确定赔偿数额,在权利人已经尽力举证,而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下,可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料;侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的,人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额”,大大缓解专利权人面临的举证难题。

《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》指出,将完善知识产权法律制度作为加强知识产权保护和运用的重点工作之一,此次《专利法》修改聚焦促进专利实施和运用。

周志忠强调了两个亮点。一是增设开放许可制度。第五十条到第五十二条增设了开放许可制度,并通过年费减免激励进行开放许可。如果该制度后续运行得当,又能调动专利权人、被许可人以外的第三方中介机构的参与,将有望培育一个活跃、庞大的技术市场,并有效促进国有企业事业单位“沉睡专利”的转化运用,甚至可能促进高价值专利的培育。

全法及相关法律法规,澳大利亚限制中国公司参与5G项目的措施,俄罗斯要求本国电信公司优先使用本国卫星的措施等涉及服务贸易方面的争议引发讨论。当前,服务贸易有产品、生产及交付方式、运营模式等全面数字化,数据核心化,其他产业服务化、交易复杂化的趋势。

“相对于数字化服务贸易中

交易的复杂性而言,现行服务贸易规则过于简单化,因此其适用的不确定性增加。例如现行分类不足以帮助认定交易所涉服务的性质,原产地规则过于简单笼统,市场准入和国民待遇规则的适用难度增加,承诺表内容的有效性过于依赖解释,例外条款是否充分等问题。”张若思说。

(钱颖)

双十
一鼓声渐起
电商进口硝烟渐浓

■ 本报记者 刘禹松