

国内汽车市场缘何迎来降价潮

春节刚过,国内汽车市场上迎来了一轮降价潮。多家车企宣布下调旗下车型的价格,这次车市降价的主要原因在哪儿,车企是否属于不计成本地降低车辆售价呢?

多家车企宣布降价

春节刚过,率先宣布降价的是比亚迪,旗下两款车型最低售价为7.98万元,价格均下降了2万元。

随后,长安启源、哪吒汽车、上汽通用五菱的新能源品牌纷纷跟进降价。

据悉,这次车市的降价潮主要集中在新能源汽车,降价的幅度从5%至15%不等,价格下降从几千元到上万元不等。

中国汽车流通协会会长助理王都表示:“主要的降价品类是新能源汽车。现在我国的新能源车企已经有了很强的实力,进步非常快,规模也非常大,已经具有了降价的实力和油车直接开始竞争,这就是它们开始降价的一个主要原因。”

专家表示,眼下不少新能源车企通过降价并打出“电车比油车低”的口号,目的是不断提高新能源汽车的市场占有率。从行业整体发展来看,国内汽车市场已经进入到了新能源汽车加速替代传统燃油车的阶段。

与此同时,对于汽车生产企业来说,采取较大幅度的降价,是否以牺牲利润甚至不计成本降价而获取更大的市场份额呢?

比亚迪品牌及公关处总经理李云飞表示,前些年,大家整体感觉电动车比燃油车贵。今年受益于规模化优势和全产业链优势,真正实现了电车价格比油车低,让中国的老百姓能够享受到更好的产品、更实惠的价格,加速中国市场“油转电”。

多位业内人士表示,2024年车市的竞争将异常激烈,通过降价,获取更大的市场份额,是很多车企的必然选择。

中国电动汽车百人会秘书长张永伟表示:“应对竞争压力,很多企业顺理成章就会去考虑用价格来占领市场。当然通过价格应对竞争,只是企业在短期发展当中的一条策略。”

降价非必选项

专家进一步指出,汽车厂家依靠降价手段占领市场很难支撑企业的长足发展。企业应通过不断开展技术创新、大力开拓国际市场等多种方式获取更大的市场份额。

日前,中国电动汽车百人会与麦肯锡共同发布的研究报告显示,2030年,全球乘用车市场新能源的渗透率将达50%,中国消费者对全球新能源汽车消费的影响力与日俱增,技术迭代将推动新能源汽车普及进入快车道。

张永伟表示:“特别是在汽车行业,这是一个技术高度密集的行业,技术创新的速度非常快。所以要想从长远制胜,每一个企业都要有一定的技术迭代能力,通过持续的技术投入和快速推出新产品,去获得市场构筑竞争优势,这应该是根本之道。”

不仅是在技术创新上,加大海外出口,打造国际化品牌也应是中国新能源车企扩大市场份额的重要手段。

中国汽车工业协会的数据显示,1月份,我国汽车工业的对外贸易开局良好。据统计,1月份汽车出口同比增长了47.4%。

本报综合消息

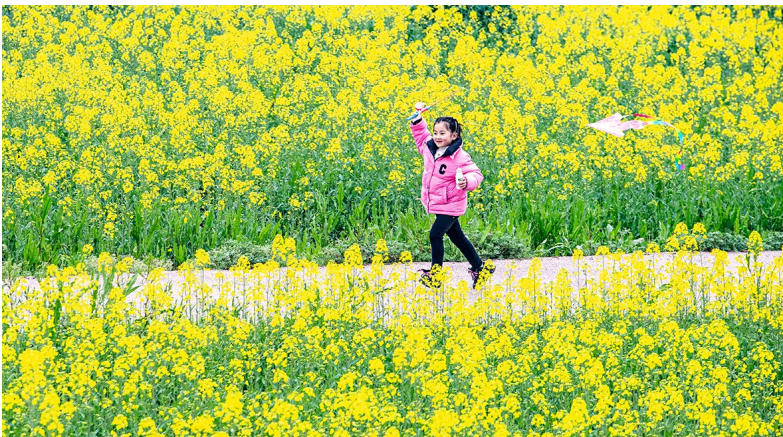
2023年检察机关起诉电信网络诈骗犯罪5万余人

新华社北京3月3日电(记者 邢拓)记者3日从最高人民检察院获悉,2023年全国检察机关共起诉电信网络诈骗犯罪5万余人、帮助信息网络犯罪活动犯罪14万余人、利用电信网络实施的掩饰、隐瞒犯罪所得、犯罪所得收益犯罪7.5万余人。

面对当前电信网络诈骗犯罪持续高发态势,检察机关坚持依法能动履职,全链条惩治电信网络诈骗犯罪,协同推动电信网络诈骗综合治理。会同公安部联合督办3批13起重大跨境电信网络诈骗案件,开展打击涉缅北电信网络诈骗犯罪专项行动,交办督办4万余名缅北“回流”人员案件,全力打团伙、摧网络、斩链条。围绕重点行业个人信息保护、“两卡”管理、企业反诈义务履行等,立案办理相关公益诉讼案件160余件。

检察办案发现,当前电信网络诈骗犯罪涉案人员呈低龄、低学历、低收入特征。三类受害群体应予关注:未成年人,犯罪分子针对未成年人喜欢网络游戏、乐于追星等特点,以出售游戏点卡、皮肤、为明星投票打榜等为名实施诈骗;老年人,犯罪分子往往以投资养老产业、销售收藏品或保健品、提供老年人诊疗服务等为名对老年人实施诈骗;“全职妈妈”,犯罪分子利用“全职妈妈”无固定收入、急于在互联网寻找兼职工作的心理,以介绍工作收取介绍费、入门费等为名实施诈骗。

全国赏花游热度大涨 春游热门目的地有哪些?



3月2日,小朋友在油菜花海中放风筝。

近日,位于重庆市大足区拾万镇长虹村隆平五彩田园的300亩油菜花迎来盛开花季,花海在大地上展开一幅绚丽的田园画卷,吸引游客前来观赏拍照。

新华社记者 唐奕 摄

春风吹拂,全国各地的花朵开始竞相绽放,赏花旅游成为春季最受欢迎的旅游活动之一。3月1日,同程旅行发布《2024踏青季旅游出行趋势报告》。报告显示,3

月赏花游的热度同比上涨超过3倍,成为春季旅游市场的亮点。江西婺源、西藏林芝、浙江杭州、湖北武汉、云南罗平、贵州毕节、四川金川、新疆伊犁、江苏无锡以及江

苏兴化等,成为游客追捧的热门目的地。

同程旅行数据显示,在众多国内赏花目的地中,最近一周,林芝的酒店预订量同比上涨82%,毕节酒店预订量同比上涨85%,显示出游客对赏花游的热情。出境赏花游市场也呈现出快速增长的趋势。3月—4月的荷兰郁金香赏花线路和5月底出发的保加利亚玫瑰节限定产品等精致小团、私家团产品受到了用户的高度关注,为游客提供了更多赏花游选择。

今年春季赏花游市场呈现出“长短结合”的特点,5天以上的中长线赏花游和3天以内的周边高频中短途出游均受到游客的青睐。这种多样化的旅游模式满足了不同游客的需求,无论是想要深度体验的旅行者,还是寻求周末短途放松的上班族,都能找到合适的赏花之旅。

近年来,西溪湿地公园、北京世界花卉大观园、武汉园博园等众多国内景区和目的地,将赏花踏青和中国传统文化相结合,推出了花朝节、花神巡游等与传统文化相关的赏花活动。这些活动不仅让游客欣赏到美丽的花卉,还能体验到中国传统文化的魅力。据不完全统计,2023年各地举办的花朝节相关主题活动超过200场,预计今年将有更多与非遗和传统文化相关的赏花活动,吸引游客前往。

本报综合消息

明日10时23分惊蛰:九尽桃花开,春醒黄鹂鸣

新华社天津3月3日电(记者 周润健)“微雨众卉新,一雷惊蛰始”,北京时间3月5日10时23分将迎来惊蛰节气。此时节,大地回春,蛰虫初醒,风含情,水含笑,天气暖了。

当太阳到达黄经345度,春天的第三个节气惊蛰到来,标志着仲春时节的开始。

民俗学者、天津社会科学院研究员王来华介绍说,自古以来我国民间就有“数九”习俗,即从冬至起,每九天算一“九”,数“九九”八十一天,到了惊蛰,“九九”已尽。惊蛰节气又分三候,五天一候,其初候叫“桃始华”,即桃花开放,而在“二十四番花信风”中,这一候的标志花卉就是桃花。

桃花是春天的使者。每年惊蛰时节,耕牛遍地走,桃花处处开,春风真正暖到了

人们的心里。在北方,桃花还是蕾蕾点点,而在南方,桃花已是繁花满枝,姹紫嫣红,一层层娇艳的红蕊缀满枝头,密密匝匝,灼灼妖娆。《诗经》有云:“桃之夭夭,灼灼其华”。

自古以来,绚烂的桃花就是诗人们竞相歌颂的对象。元稹说,“桃花开蜀锦,鹰老化春鸠”;杜甫说,“桃花一簇开无主,可爱深红爱浅红”;苏轼说,“竹外桃花三两枝,春江水暖鸭先知”。

王来华说,在歌咏春日桃花的佳作中,唐朝诗人崔护所作《题都城南庄》一诗因寄情于景,写得尤其感人:“去年今日此门中,人面桃花相映红。人面不知何处去,桃花依旧笑春风。”春风中的桃花是何等的艳丽,而“人面”竟能“映”得桃花分外红艳,足以烘托“人面”之美。只是桃花依旧开,而

心仪的姑娘此时却未得见,对景牵情,伤时感物,桃花之美,一时却成了遗憾之美。

春天就是春天,生机勃勃,生机毕现。听:“两个黄鹂鸣翠柳,一行白鹭上青天”“独怜幽草涧边生,上有黄鹂深树鸣”“绿阴不减来时路,添得黄鹂四五声”……作为人们心目中的吉祥鸟,春天的另一位使者——黄鹂,在初绿的枝条间穿来跳去,声声鸣唱,悦耳动听,仿佛送来了与春天相伴的好消息。

春日生机从雨水节气开始,至惊蛰节气始近高潮。在这个“红入桃花嫩,青归柳叶新”的仲春时节,就是你不忍马上抬腿出门去踏青,阵阵春意也会借着春风和鸟儿的鸣叫惹得你心头荡漾。你还等什么,去和美丽的春天来一个大大的拥抱吧!

新规施行3天,有快递员直接离职?

3月1日,新修订的《快递市场管理办法》施行。新规明确,经营快递业务的企业未经用户同意,擅自使用智能快件箱以及快递服务站等方式投递快件的行为属于违规,最高将处以3万元罚款。

新规实施后,有快递员发现频频吐槽,以前30分钟送完的快递,现在要从早上9点干到晚上9点,整整12个小时,但收入只增加了60元。

还有快递小哥反映,打电话太多会被运营商封号,自己都被封过3次了,运营商说封5次这个号就废了。物流信息都留的这个电话,很耽误事。有时客户不接电话,或者我被标注为骚扰电话,就只能给客户放门口了。顺丰快递小哥表示,因为手机号是公司发的,对自己没影响。

新规施行后,快递员叫苦不迭更有人直接离职

这两天,“快递员得知新规两天后离职”话题也长期霸榜微博热搜第一位。

快递新规实施后,快递员叫苦不迭:“我觉得干不下去了,本身收入就不太稳定,经常被罚钱,这个新规出来之后,我感觉更难了,只好另谋出路去了。”有快递员直接提了离职,“我们站点现在有快递配送员40人,如果依照新规执行,要保持原有效率,起码需要100人。这两天有很多快递员都提了离职。”

快递员补充解释说,公司对快递员所

负责派送快件有时效性要求,如果产生积压未派送情况,每件快递处以10元罚款。如果每单配送前必须电话确认,600多件快递根本不可能在规定的时间内逐一确认,这些工作量是以往的几倍。

快递新规施行后,网友也有不同意见,讨论热度持续高涨。有人说新规施行3天,并没有明显改变,他的快递还是被扔在驿站。

有人认为需要规范和改进的不是快递小哥,而是快递公司。应该多招聘些快递员,而不是一个人干十几个人的活儿。

也有网友表示,上班族真的很需要快递驿站,并不想让快递送上门。

当然,更多网友提出了给消费者自主选择建议。选择送上门就多加点钱,不加钱的就直接放在驿站,这样既能满足消费者不同的需求,也能保证快递员的收入。

多家快递公司回应新规:按需配送,快递员多劳多得

截至目前,多家快递公司对此表态。

京东:将上门服务作为服务标准之一 京东物流相关负责人表示,京东快递始终将上门服务作为服务标准之一。揽收、派件不上门承诺必赔付的服务目前已覆盖北京、上海、杭州、广州、深圳、乌鲁木齐等50个城市。

申通:明确要求按照客户需求进行派送 申通快递相关人士表示,对于末端派

送服务规范,申通快递明确要求按照用户需求进行派送。该人士称,公司会通过数字化手段提升履约能力,为商家履约提供极具性价比快递保障,为用户提供高效便捷的寄递服务。

圆通:智能语音服务节省沟通时间

圆通某网点负责人表示,圆通将严格落实相关规定,并积极应对和改革,一方面把选择权交给客户,做定制化服务和配送;另外一方面,多出来的工作量会调整用智能语音服务来节省沟通上的时间,做好与客户的沟通确认工作;另外,做好按需配送。

菜鸟速递:送货上门是标准服务

菜鸟速递方面称,“派前电联、送货上门”是一直坚持的标准服务。同时也推出星级快递员激励,服务好、被评为月度五星快递员,每个月可以获得1100元—1200元不等的奖励,让快递员“劳有所得、多劳多得”。

顺丰:提高按需上门履约率

顺丰客服回应表示,未经客户授权不代为签收,还有未经客户授权不投放快递柜(服务站)是公司多年长期坚持的服务标准。公司通过大数据分析每个区域的件量进行分析,合理分配员工负责的范围;会提前通过APP设置和电联的方式,了解客户收件偏好和需求,提高按需上门的履约率。

本报综合消息