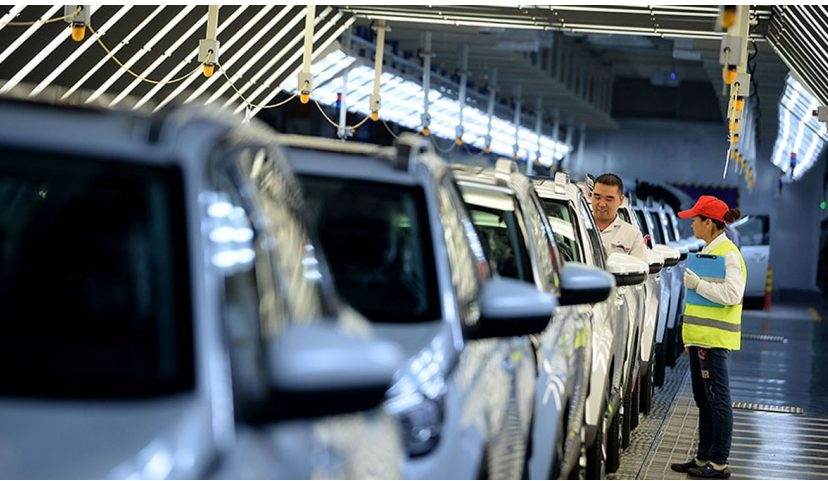


多家车企相继承诺“60天付款”



6月10日晚,多家车企相继宣布,对供应商的支付账期不超过60天。这场集体行动,被视为汽车行业对供应链乱象的“亮剑”,也是对国家新规的积极响应。

主流车企纷纷承诺“60天付款”

在汽车行业“反内卷”背景下,众多车企开始破除上游供应商痛点。6月10日晚,中国一汽、东风汽车、广汽集团和赛力斯集团相继发声,承诺将供应商支付账期压缩至60天以内,意在通过实际行动,维护市场经济秩序健康稳定。

此后,吉利汽车宣布,将旗下各品牌供应商账期统一压缩至60天以内,进一步提升产业链资金周转效率,稳定产业链运作,推动整个行业健康发展。

同样作出承诺的还有长安汽车,涵盖旗下长安启源、长安凯程、深蓝汽车、阿维塔等品牌,表示将统一执行60天付款账期,以履行央企社会责任,缓解中小企业的资金压力,推动供应链高效协同运行。

6月11日,比亚迪、奇瑞、小鹏、长城、北汽、小米汽车、零跑等自主品牌纷纷加入承诺行列。截至记者发稿,已有17家重点汽车生产企业作出“账期不超过60天”的承诺。

此次多家车企的行动,与《保障中小企业款项支付条例》(2025年修订版)的落地实施密切相关,该新规于2025年6月1日正式施行。

价格战愈演愈烈 行业利润率持续走低

众车企作出“账期”承诺的背后,是日趋白热化的价格战。2024年,价格战致使行业直接损失1380亿元,行业利润大幅下滑至4623亿元,同比下降8%,利润率仅为4.3%;而在2021年,这一利润率还是6.1%。

进入2025年,价格战的战火仍在熊熊燃烧。5月,头部车企掀起的大幅度降价潮,引得众多企业纷纷跟进。

中国贸促会汽车分会会长王使发布了一组令人担忧的数据:据不完全统计,2024年国内车市降价车型200多款,2025年前4个月降价车型已达60多款。刚刚过去的5月,情况进一步加剧,在头部车企大范围、大幅度降价带动下,多家车企跟进效仿,降价车型达百余款之多,降价幅度最高超5万元,甚至出现了好久不见的3万元级的车价。

数据显示,去年我国汽车产销量双双突破3100万辆。其中,新能源汽车年产量首次突破1000万辆。虽然汽车产销量创出新高,但汽车行业利润率从2017年的7.8%降至2024年的4.3%。今年这一情况也未能好转,1-4月份,汽车行业销售利润率下滑至4.1%。

在产销量实现双位数增长的繁荣表象下,行业结构性矛盾愈发凸显——众多整车企业正面临盈利能力持续承压困境,部分经销商甚至陷入“量增利减”局面。这种产销量增长与盈利能力下降的背离现象,清晰表明行业发展处于不健康状态。

国家统计局的数据显示,2024年新车市场零售累计损失近2000亿元。4月末全国规模以上工业企业应收账款平均回收期为70.3天,同比增加4天,汽车行业情况尤为严峻。

车企成本转嫁导致恶性循环

在成本压力下,部分整车厂将压力向上游传导:一方面强制供应商降价,另一方面通过拉长账期转嫁资金压力。

据比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞日前在微博发布的相关数据,2024年比亚迪向上游供应商付款的平均周期为127天,应付账款占营收的比例为31%,而上汽集团的这两项数据为164天、38%,吉利控股为127天、32%(2024年度审计报告数据),赛力斯为166天、47%,长城汽车为163天,长安汽车为205天,理想和蔚来分别是165天和195天。

这种“以规模换利润、以账期换成本”的模式,导致中小企业面临严峻的现金流困境。上游零部件企业不得不通过融资维持运营,融资成本进一步侵蚀利润,形成“整车厂压价——供应商负债——质量隐患增加”的恶性循环,甚至威胁产业链安全。

相关部门发声叫停“内卷式”竞争

5月23日以来的新一轮“价格战”,引发了行业恐慌。中国汽车工业协会于5月30日发出倡议,支持企业通过正常方式参与市场竞争,坚决反对无底线的“价格战”。工业和信息化部也表态支持该倡议,并提到将加大对汽车行业“内卷式”竞争的整治力度,采取必要的监管措施。

在这样的背景下,车企统一支付账期的行动,可以看作是对“反内卷”行动的积极响应。对于供应商而言,这无疑是一个巨大的利好消息。60天以内的支付账期,将大大缓解供应商的资金压力,使其能更及时地获得资金,用于生产、研发和运营,从而稳定企业的发展。

这一举措也增强了供应商与车企之间的合作信心。当供应商看到车企能够及时支付货款时,他们会更加愿意与车企保持长期稳定的合作关系,甚至会加大对车企的支持力度,提供更优质的产品和服务。

缩短支付账期,也有助于提升中国汽车产业在国际市场的竞争力。

在国际市场上,欧美等成熟汽车市场的车企,应付账款周转天数通常控制在60天到90天之间。通过缩短支付账期,中国汽车产业将能更好地与国际接轨,提升在全球产业链中的地位。

对于车企做出“60天支付账期”的承诺,业内自然是拍手称快,但也有不少声音关注这一承诺如何落地,以及能否真正解决账期拖欠的难题。

在业内人士看来,多家大型车企集体官宣将账期统一至60天内,为深陷价格战泥潭的中国汽车市场注入了一针强心剂。

中国汽车工业协会原常务副会长董扬表示,此举将有效限制车企通过拖欠供应商款项来维持低价竞争的能力,推动行业回归理性发展。

此次行动也标志着汽车行业供应链管理理念的重大转变。从中国一汽的数字化管控到东风汽车的“链长”作用发挥,车企正在探索建立更加健康的产业生态。

本报综合消息

热门票抢不到 去第三方平台加价买“讲解门票套餐”靠谱吗?

一些热门场馆在官方预约或售票平台上很难抢到票,第三方平台上却有不少搭售讲解等服务的门票出售,价格比原本票价高出几十到数百元。这些票从哪里来?这样搭售的门票靠谱吗?

上海检方起诉3名使用外挂抢票的犯罪嫌疑人

2024年秋天,上海一家博物馆的工作人员发现,一些热门日期,游客通过博物馆官方小程序很难抢到门票,而在第三方平台却有加价的门票出售。上海静安警方经过调查,在年底控制多名嫌疑人,案件随后移交检方。

今年5月16日,检方以非法获取计算机信息系统数据罪,对这起案件负责抢票的3名犯罪嫌疑人先行提起公诉。据检方介绍,这起案件涉罪的关键不是加价,而是组织团队使用外挂抢票。嫌疑人使用一款代码文件能避开一些博物馆等场所小程序的购票时间限制。

成立“工作室”分工协作搭建黑灰产业链

上海市静安区人民检察院网络检察办公室主任胡俊君表示:“比如说6月15日的门票,从购票程序上看,它还是处于灰色的、不可购买和操作的状态。使用了抢票软件之后,就能提前进入购票的页面,把需要购买门票人员的姓名、身份证号、准备参观的日期,这些所有跟购票相关的信息提前填好。等放票时间一到,就一键提交。对于普通游客来说,这时候可能还在填写购票信息,票已经被抢票团伙给‘秒光’了。”

为了把这种“生意”做大,嫌疑人成立了抢票“工作室”,一方面对接旅行社工作人员,获得有购票需求的游客身份信息,另一方面组织人员,用这样的工具大规模抢票。

他们抢票主要集中在寒暑假、“五一”和

“十一”这些时期,通过其中一个旅行社,向他们发送门票的需求,就高达每天数百张。2024年的暑假和“十一”,这个团伙帮助某旅行社抢购的某博物馆门票,就达到了8000余张、9000张左右,结算金额达到人民币44万余元。即便扣除购票成本,获利也至少是二十几万元。

勾结旅行社门票搭售讲解加价牟取暴利

检方介绍,嫌疑人抢到的门票在旅行社等第三方平台并不是直接加价转售,而是以搭售讲解服务等名义进行销售。提供讲解的事实上并不是专业的讲解员,游客多花的钱,大部分还是给了“黄牛”。

胡俊君称,比如说普通成人票是30元一张,最终通过旅行社以所谓的“讲解套餐”的形式购买一张门票的价格可以高达200元、300元。但是根据旅行社人员的介绍,这里面的讲解人员都是找兼职的大学生,以1对10甚至更多的人员来开展讲解服务,成本是比较低的。

专家:采用技术手段综合整治抢票行为

多地博物馆提醒公众警惕“讲解带门票”宣传,除此之外,各地文博场馆也在采取措施优化参观服务:有的优化购票流程,用户可以预先填写个人信息,到门票开售时直接购票;有的通过延长开放时间、增加门票数量等方式扩大供给;有的采用技术手段,识别并拦截涉嫌抢票的账号。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云指出,一方面,要去避免这种外挂的漏洞,另外要实时监测并且拦截批量抢票的异常操作,现在有很多博物馆已经在做了。还需要多部门的综合整治,从文旅部门、公安部门等,组织相应的技术人员进行严查,用技术打败技术。

本报综合消息

眼科医生忠告:夏天出门戴上太阳镜

夏天防晒,不少人只注重皮肤,却忽略了眼睛这个容易老化的器官。外出佩戴太阳镜,除了能阻挡刺眼的阳光,更重要的是,这种习惯还有助于预防多种眼病。

紫外线可能“晒”出4种眼病

眼睛的角膜位于眼表的最外层,对紫外线敏感,从而保护眼内组织,但长时间紫外线照射,则会引起角膜病变,比如日光性角膜炎,严重时还会引起角膜混浊导致视力下降。除此之外,紫外线还容易对眼睛有这些伤害:

白内障,主要指老年性白内障,紫外线照射是白内障形成的重要原因之一。研究发现,日照强的地区不仅白内障患者多,发病年龄也早。

黄斑变性,多指老年性黄斑变性,是60岁以上老人视力不可逆损害的首要原因。一项研究发现,夏天每天晒太阳5小时以上者,黄斑变性的发生概率是不超过2小时人群的两倍。

翼状胬肉,这是一种与结膜相连向角膜生长的纤维血管样组织,不仅影响美观,还会引起角膜散光,导致视力下降,与风沙、灰尘、日光刺激有关。过量的紫外线照射,风沙和尘埃刺激导致角膜缘周围组织出现非感染炎症,细胞血管的增生形成纤维血管性翼状肉。

雪盲症,这种眼病主要是电焊、高原、雪地及水面光线反射引起的眼外伤。紫外线通过光化学作用,造成角膜结膜急性损伤,使蛋白质凝固变性,角膜上皮坏死脱落。其中,波长280纳米的紫外线对角膜损伤最大。

5种颜色的镜片各有适用场景

一些人选择太阳镜时,往往从美观角度考虑。事实上,选对太阳镜片的颜色是护眼前提。清华大学附属北京清华长庚医院眼科主治医师王初琰表示,不同场景各有推荐:



灰色:减少眩光

灰色深浅适中且可减少眩光,不会改变物体本色,让视野更清晰,视觉更舒适,适用于各种天气、环境。但灰色色调越暗,阻挡的光线就越多。需要提醒的是,驾车时不要选颜色太深的镜片。

棕色:适合户外

棕色调镜片几乎能100%吸收紫外线、红外线和大部分蓝光,十分适合外出远足、打高尔夫或开车兜风时佩戴,不仅有助增强色彩对比度,让视物更清晰,而且色调柔和舒适,能缓解视疲劳。此外,近视人群选择近视太阳镜最好选用灰色、茶色的镜片。

绿色:缓解视疲劳

绿色镜片具有良好的对比度,既能平衡颜色,也能过滤一些蓝光,减轻视疲劳。

黄橙色:大雾天能“提亮”

有时虽是阴天,但紫外线仍然强烈,黄色或橙色太阳镜可使更多光线透过镜片,增强光线对比度。此外,在黄昏或大雾等光线较弱时开车也可佩戴黄色或橙色太阳镜,增加视物清晰。

红色:不晃眼

红色或玫瑰色太阳镜可大幅改变色彩,同时能提高对比度,适用于滑雪等光照强烈的环境。但由于容易造成色彩失真,设计类工作人员不要选择。

本报综合消息