

昌吉市:提振市场信心 释放汽车消费活力

本报讯 通讯员闫曦、吕振江报道:今年以来,昌吉市坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置,聚焦汽车领域,为汽车市场的回暖提供有效助力,进一步释放汽车消费市场活力。通过政策红利助力消费市场火起来、旺起来,让市民得到更多实惠,享受美好生活。

3月24日,在广汽本田昌吉长鹏店,不少市民在店内了解汽车性能、价格等情况,并向销售顾问咨询车辆购置的相关优惠活动。为积极响应昌吉市促进汽车消费的各项措施,广汽本田昌吉长鹏店推出了一系列优惠活动,让利消费者。

市民许静雯想为自己的三口之家添置一辆新车。“这个车之前我也来看过好几次,因为价格的原因一直在考虑。今天过来赶上这家店搞优惠活动,价格比之前便宜了一万多元,我正好是工行的客户,额外又送了加油卡和装潢礼包,我觉得特别满意。”许静雯在广汽本田昌吉长鹏店看完车后欣喜地说。

广汽本田昌吉长鹏店总经理崔毅说:“为进一步刺激经济发展,惠及民生、提振消费,我们店积极响应号召,与工商银行合作,在3月21日-4月30日期间推出‘工行购车节’活动,面向工行客户推出多重特惠购车方案。我们也希望通过这样的优惠激发大家对汽车消费的热情。”

据了解,此次“工行购车节”活动,也是工行昌吉州分行与广汽本田昌吉长鹏店实现银企优势互补、合作共赢,

满足大众消费者购车需求的一项重要举措。活动期间,广汽本田昌吉长鹏店将为消费者提供20余款特惠车型自选、幸运大抽奖、限时优享购车套餐等服务,工行昌吉州分行将提供工商银行信用卡专属购车分期金融服务,共同为消费者带去购车福利和更好的金融服务。

除此之外,具有绿色、低碳、智能等特点的新能源车近年来也受到广大消费者的青睐,新疆昌吉正太汽车销售有限公司门店借着昌吉市“全域购物节”的契机,推出不少优惠措施,吸引了众多市民前来看车、试驾。

市民程煜玲说:“现在都提倡绿色低碳,身边好几个朋友也都买了新能源车。我也看了好久,觉得新能源车的品质、功能方面都比较好,智能化、科技感十足,准备在新疆昌吉正太汽车销售有限公司门店试驾。”

新疆昌吉正太汽车销售有限公司营销部经理秦建兵说,目前消费者对新能源车的关注度和消费热情比较高,店内客户量都比之前有很大的提升,门店在3月25日-4月5日期间推出新能源车“0元购”等限时优惠,拿出“真金白银”助力广大消费者享受到更多的优惠,选购到心仪的爱车。

“我们将推进银行、商超、加油站等与汽车企业联动,举办多领域、多层次、多元化的消费促进活动。持续深入开展优惠让利促消费活动,扩大汽车消费。”昌吉市商务和工业信息化局党组书记、副局长范霞表示。

昌吉国民村镇银行

开展柜面人员操作风险培训及技能考评

本报讯 通讯员付楠楠报道:为打造一支业务技能精、工作质量高、服务意识强的高素质柜面人才队伍,3月25日,昌吉国民村镇银行举行一季度柜面人员操作风险培训和技能考评。

在柜面人员操作风险培训环节中,该行针对反洗钱、账

户管理及对账单整理规范等相关柜面业务知识进行培训;在技能考评环节中,来自该行的15个网点26名柜员进行了手工点钞、机器点钞、汉字录入、柜面业务、传票录入等5个项目的技能考评。

“此次培训贴近实际,实用性强,在今后的工作中,我要继续加强业务知识学习,提高合规意识和优质服务意识,确保熟练掌握柜面业务相关知识和操作要点,提高业务办理质效。”昌吉国民村镇银行柜员刘海玲说。

据悉,开展柜面人员操作风险培训和技能考评,是顺应监管、推动银行各项业务高质量发展的根本途径,更是加强从业人员提升合规经营意识和自身素质的重要手段。今后,昌吉国民村镇银行将继续加强柜面业务全流程风险防范,提高柜面人员业务技能,为促进全行业务合规稳定发展奠定坚实基础。

汽车市场热点剖析:价格战 将如何影响汽车产业

汽车市场价格战爆发以来,可谓众说纷纭。

有人认为,价格战是场淘汰赛。企业根据市场变化,利用价格手段与竞争对手抢夺市场,即便不能增加销量,也可倒逼弱势品牌和低效产能退出。还有人认为,价格战是把双刃剑。舞剑者砍向对方的同时,也容易伤到自己。一旦用力过猛,还将影响企业自身盈利能力和健康发展。

当然,价格战在一定程度上利好消费者,买同样的车型花更少的钱。问题在于,此轮价格战爆发恰逢能源转型与技术变革关键时期,新能源汽车正加速替代传统燃油车。受电动化和智能化浪潮冲击,旧有汽车企业竞争格局开始松动,新的格局尚未形成,愈演愈烈的价格战,无疑成为影响当下产业格局与走势的重要变量。

蔚来汽车销售运营助理副总裁浦洋认为,汽车价格战是市场激烈竞争的必然反应。随着电动车产品力日益提高,不断挤压燃油车生存空间,价格战就可能成为一种催化剂,加速推动汽车市场“油转电”。中汽协预测今年新能源汽车产销将达到900万辆,渗透率突破35%,继续保持较快增速,就是基于上述逻辑。

不过,对于价格战引发的“燃油车定价体系坍塌”“燃油车即将全面退出历史舞台”等极端论调,业内并不认同。中汽协明确表示,尽管新能源汽车发展较快,但燃油车也在加速技术升级,适应市场需求新变化。未来相当长一段时间内,两者将共存,满足不同的消费需求。

此轮价格战对汽车产业及上下游的影响不言而喻。“汽车行业利润比较透明,去年我国汽车行业销售利润率仅有5.7%,在下游行业处于低利润水平。”全国乘联会秘书长崔东树说,此轮价格战肯定会侵蚀今年整个汽车价值链盈利能力,但对不同企业、不同品牌的影响不尽相同。

曾经风光无限的主流合资企业正在走下坡路。有专家表示,这些车企可能会利润先降,市场份额再降,也有可能二者同时下降,这取决于其应对市场变化的速度与策略。比如,近年来一汽-大众、上汽通用在中国市场销量大幅下滑。合资企业边缘品牌生存将更加艰难。继去年广汽讴歌、广汽菲克、福田宝

沃等燃油车企业退场后,悦达起亚、广汽三菱、东风神龙等已站在悬崖边上。考虑到市场必要运营成本,一旦这些品牌年销量跌破10万辆,就意味着没有多少运营价值,离出局不远了。

相较而言,一线豪华品牌及合资企业则自信得多。奔驰、宝马多位高管直言,网传其燃油车降价消息不属实。在消费升级趋势下,这些品牌及在华合资企业,不仅拥有较强品牌溢价能力,而且已经形成规模优势。不久前,二者发布的财报足以证明在中国市场的广阔“钱”景。倒是凯迪拉克、雷克萨斯等二线豪华品牌,在难以形成规模优势的情况下,不得不以价换量。

此轮价格战也将加速上汽、一汽、东风、长安、北汽、广汽六大国有汽车集团竞争格局的演变。销量与利润过多依赖合资企业、新能源汽车发展较慢的集团,市场地位将进一步下降,而自主品牌强势、新能源汽车发展较好的车企,市场地位有望上升。在民营企业中,比亚迪有望在更多方面超越吉利、长城,成为新的自主领军型企业。“蔚小理”引领的造车新势力,也可能走出一两家头部企业。不过,在这场马拉松比赛中,多数新势力要么倒在路上,要么被强者收编。

过去3年,中国汽车市场虽然已倒下75个品牌,但与成熟市场相比,既有的品牌数量仍然过多。数据显示,目前至少还有147个中外品牌在市场上厮杀,这也是中国车市远比国际市场竞争激烈的原因之一。“未来3年至5年,会有60%至70%的汽车品牌或将关停并转。虽然竞争仍然激烈,但倒下的品牌将留出更多市场空间,让活着的品牌发展更有余地。”长安汽车董事长朱华荣说。

汽车产业链长,波动力强。一辆车的制造涉及上万个零部件,背后是庞大的汽车产业链供应链。如果此轮价格战导致整车厂没有合理利润,必然会对上下游企业形成挤压,二手车市场的承压与震荡也将不可避免。

来源:经济日报