

国产车出口船不够用了 车企跨界忙造船

据悉,2023年全年,我国汽车整车出口491万辆,同比增长57.9%,首次跃居全球第一。

然而,在我国汽车出口量坐上全球第一的宝座之时,船却不够用了。记者注意到,车企造船出海已经成为热潮,比亚迪、奇瑞等出口量较大的车企均有所准备。



上汽7600车位滚装船首航仪式

A 我国首次跃居全球第一汽车出口大国 船不够用了

伴随着新年的第一缕阳光,我国成为全球第一大汽车出口国。随之而来的,是船不够用了。造船和买船,成为车企的第一选择。

1月10日及1月15日,比亚迪“EXPLORER NO.1”汽车运输滚装船分别在山东烟台烟台港、深汕小漠国际物流港两地举行了交船、首航仪式。未来两年内,比亚迪还有另外7艘滚装船陆续投入运营。

1月17日,上汽集团的“上汽安吉申诚号”开启首航。这艘200米长、38米宽、13层楼高的远洋巨轮,拥有7600车位、排水量超过4万吨,创新采用LNG双燃料清洁动力,能够减少30%的二氧化碳排放。

如今争先造船的都是海外业务快速增长的车企。

在我国去年接近500万辆的出口量中,上汽集团的出口销量占据了120万辆,上汽海外销量同比增长18.8%。

筹备着造船的奇瑞在去年汽车出口量中排名第二,达到93万辆,同比增长101.1%,拥有海外用户335万。

长城汽车、吉利汽车、比亚迪紧随其后,出口量都在20万辆至35万辆的区间范围内,其中比亚迪在去年海

外销量突破24万辆,已经进入了德国、法国、日本等59个海外市场。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜向记者介绍,随着我国汽车出口量增加,船只运输能力不足,由于供不应求,船公司提高运输价格,进一步增加运输成本,还出现了汽车在港口等待时间过长,甚至出现延误和损失的情况。汽车出口市场竞争激烈,如果车企无法及时、有效地将汽车运送到海外市场,将影响其在国际市场的竞争力。

因此,为了满足汽车出口量的增长需求,上汽、奇瑞等多家车企选择加强与航运公司的合作,增加运输船只的数量和运力,提高运输能力和效率,降低运输成本,以更好地支持汽车出海战略的实施。同时,车企也开始探索加强自身的供应链管理

能力,优化物流体系,提高运输的可靠性和稳定性。

半成品菜依然是除夕餐桌上的重头戏,可以满足不出门堂食的消费者的需求。目前,生鲜平台、各大电商、商超、餐饮门店都陆续开卖龙年春节预制菜。

龙年春节的脚步越来越近,年夜饭包间预订已近满员。记者了解到,除了餐饮业,线上线下的零售企业也盯上了“年夜饭”这门生意。

赵先生告诉记者,他已经联系了七八家餐厅,结果三十晚上的包间还是没订上。“感觉今年各个餐厅的包间还挺紧张,我家人又多,更不好找了。”

记者连续咨询了20多家餐厅,除了部分表示需要现场付订金预订的餐厅外,其余可以电话预约的餐厅包间均已订满。甚至一些非传统年夜饭餐厅,比如火锅店都已有包间“已订完”的情况。海底捞北京万丰桥店店经理胡婷婷表示,年夜饭预订主要以家庭聚餐为主,包间需求较大。

“半成品”销售火爆

订不到餐厅年夜饭的消费者中,很

B 新能源成为出口趋势 海外市场也变“卷”了

作为出口量最大的车企,上汽国际党委书记、副总经理赵爱民向记者详细拆解了上汽集团120.8万海外销量的构成:美洲超过30万辆,欧洲总销量超过30万辆,中东和非洲超过10万辆,东盟地区超过10万辆,澳新地区接近10万辆。

“2024年,上汽海外的销量目标向135万辆的方向进军,2025年的规划是要突破150万辆的量级。当然,我们有能力挑战更高,但是上汽始终坚持稳中求进,做实、做好我们的基本盘市场”,赵爱民表示。

谈及中国汽车出口大势,赵爱民表示,中国制造在全球的趋势向好,这与国家战略密切相关,只要抓住消费者的消费心理,满足市场的需求,相信出口会持续稳健地向前发展。

值得注意的是,新能源已经成为出口趋势。在出口大潮中,新能源已经占据了不小份额。从销量结构来看,去年海外交货量有25%左右是新能源车,也就是30万辆左右,未来出口的新能源车的占比还会进一步提升。

赵爱民分析称,欧洲新能源的趋势可能没有我国车企想象中的那么快,许多国家也调整了他们2030年、2035年的新能源战略,英国、德国、北欧等地区取消了对新能源汽车的补贴,新能源汽车推广的节奏预计会放缓。新能源发展趋势较快的是东盟地区,比如印尼、泰国的推广力度都比较大。

然而,海外市场也被中国车企“卷”起来了。

赵爱民表示,从新能源汽车市场定价来看,由于全球供应链成本的增加、关税的增加,以及当地其他各种各样的消费税,国内外市场定价有差异,从现象上来看,就是海外市场也开始卷了。

但他也表示,海外市场确实还没有“卷”到国内这个程度,所以上汽海外市场整体的盈利性还不错。

我国车企会面临全球汽车行业发展战略上的调整,建厂如今也成为企业进军欧洲市场的选择之一。车企建厂的方式有多种,比如自建、租赁厂房、合作经营等。

(《新京报》林子)



线上年夜饭预订火爆

“半成品”年夜饭受宠 “私厨上门”成新选择

多都选择了自己动手。“我预订了一套年夜饭套餐礼盒,一共四凉八热12个菜,加热一下就能吃,年夜饭既不用出去挤,也不用忙活好几天。”市民徐女士表示。

线上线下的商家也瞄准了这门生意。29.9元系列的眉州东坡毛血旺、火宫殿粉蒸肉、眉州东坡豉香扣肉,39.9元的西贝大盘鸡、陶陶居胡椒猪肚鸡、麻六记馋嘴牛蛙……沃尔玛相关负责人对记者表示,该卖场与24家餐饮企业的29个餐饮品牌的合作,为春节餐桌打造了五大系列:“名厨家宴”“名厨菜肴”“名厨名点”等。

除了传统年夜饭菜肴,山姆推出了黄焖甲鱼等新春地方大菜;叮咚买菜也

有“帝王蟹三吃”、蒜蓉粉丝/芝士焗波士顿龙虾等大海鲜预制菜;盒马上架了金汤鲍鱼花胶鸡、港式佛跳墙等。

线下也有多家餐厅推出了自己的现炒套餐,顾客只需要按照约定的时间到店取餐或配送即可。

“私厨上门”成新选择

除了自己做,部分人还选择了请人上门。记者发现,社交平台上出现了许多带有私人订制标签的私厨上门服务。服务内容涵盖前期所有洗、切、配、烹饪,厨师菜品做好后会把厨房收拾好,带走厨房垃圾等。

(《北京青年报》张鑫)

年夜饭预订火热

美团、大众点评数据显示,截至1月5日,最近一周北京地区上线“年夜饭”主题团购套餐的餐饮商户数环比增长超70%,相关订单量增长超112%。“我们去年12月份开始年夜饭预热,刚推出来就快约满了。”一家连锁餐厅负责人表示,这家餐厅有约30个包间,目前还有两个小桌包间有空位。

“三十晚上和初一晚上都没有了,不过我们大厅的大桌还有两桌,可以给您拉个屏风。”市民赵先生在咨询了一家位于北京市西城区黄寺的新京菜餐厅后,得到了这样的答复。