

2月份国内车市“淡季不淡”

预计政策撬动百万辆级增长空间

批零市场数据双降

尽管今年前2个月国内乘用车累计零售同比增长17%，但2月遇冷。数据显示，今年2月国内乘用车市场零售109.5万辆，同比下降21%，环比下降46.2%。其中，作为增长主力的自主品牌零售62万辆，同比下降13%，环比下降45%；豪华车零售16万辆，同比下降21%，环比下降35%；主流合资品牌零售33万辆，同比下降高达31%，环比下降51%，三大细分品牌板块零售均出现零位数下滑。终端下降的同时，厂家批发量也相应收缩。今年2月，全国乘用车厂商批发129.5万辆，同比下降19.9%，环比下降38%。乘联会相关人士透露：“受春节因素影响，2月厂商销量处于当月10年历史的中位。”

“今年2月车市零售量出现环比、同比剧烈下滑的重要原因为春节因素带来节前消费时间差异。”崔东树表示，今年1月车市透支部分销量从而影响2月春节前销量，随后春节后价格战迅速升温，让市场形成较大观望走势，再结合3月政策细则出台的预期，构成不利于2月的销量走势。

面对2月车市批零双降，车企选择控制产能节奏。据统计，今年2月国内乘用车产量为123万辆，同比下降26.1%，环比下降39.1%。“年初很多车企稳产降库存力度较大。”乘联会相关人士表示，今年2月厂商生产谨慎叠加节前促销拉动零售，推动厂商和渠道库存下降，并形成厂商产量低于批发6.5万辆，厂商国内批发低于零售9.8万辆的去库存走势。

2月车市大盘遭遇“逆风”，狂奔的新能源车市也进入短暂调整期。数据显示，今年2月国内纯电动乘用车市场批发量为26.9万辆，同比下降22.8%；插混车市场批发量为11.7万辆，同比下降4%。不过，增程式乘用车却走出上扬线，2月批发升至6.1万辆，同比增长高达147%；市场份额增至14%，同比增长9%。“增程式乘用车有效弥补了纯电动乘用车的续航焦虑，因此市场份额持续提升。”崔东树表示，我国新能源车的发展呈现全面组合性的发展线路，纯电动、插混及增程式的多元化线路带来更广泛的适应性。

销量提前透支、春节长假效应、价格战升温……2月份国内车市“逆风”前行。来自乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)的数据显示，今年2月乘用车零售同比、环比均出现下滑，其中自主、合资、豪华品牌零售更出现两位数下滑。3月10日，乘联会秘书长崔东树发文表示：“今年2月车市低迷的重要原因是春节因素带来的节前消费时间差异，而春节后价格战迅速升温形成较大观望走势，结合3月政策细节出台的预期，导致2月销量走势稍弱。不过，这也为3月车市恢复增长奠定基础。”



在湖州市长兴地通汽车零部件有限公司，全自动机器人高速运转生产新能源汽车配件订单产品。(新华社)

众多车企加入价格“热”战

2月车市遇冷也直观反映在各车企销量数据上。

数据显示，今年2月万辆以上销量的乘用车企业共28家，环比减少5家。其中，同比增速超100%的仅一家，同比负增长的达19家。同时，在乘用车零售排名前十位车企中，排名第六位的奇瑞汽车，得益于出口量持续增长，成为榜单中唯一实现同比正增长的车企。而排名首位的比亚迪，销量同比下滑达32.8%。销量压力下，比亚迪选择让“荣耀”车型组团下场掀起车市价格战。其中，比亚迪秦、宋、元、海豹、汉等主力车型全部推出“荣耀”版车型，进一步拉低起售价，其中比亚迪秦PLUS荣耀版官方售价下探至7.98万元。随后，众多车企杀入，车市价格“热”战再起。

据不完全统计，截至目前参与降价的品牌已超20家，其中包括特斯拉、长安深蓝、上汽通用五菱等。终端市场售价也持续调整。中国汽车流通协会产业协调工作委员会(以下简称“流通协会”)副秘书长樊宇表示：“从今年2月成交价来看，经销商认为降价比例达27.8%。其中，受节假日影响，经销商普遍采取促销降价行为，2月成交价格呈现下降态势。”

“今年全国乘用车市场价格战仍在延续。”崔东树表示，经历几年高速增长后，今年是新能源车企站稳脚跟的关键年，竞争注定非常激烈。从燃油车角度看，新能源成本下探，“油电同价”给燃油车厂商带来巨大压力，燃油车产品更新换代相对较慢，产品智能化程度不高，更多依赖于优惠的价格和市场资源投放力

度来持续吸引客户。值得注意的是，自主品牌在“油电”同步发力下，日系品牌已被逼入墙角。来自乘联会的数据显示，今年2月日系品牌零售份额降至14.4%，同比下降3.4个百分点。在乘用车零售排名前十位车企中，今年2月仅广汽丰田和东风日产挤入榜单，分别排名第八位和第十位，一汽丰田、广汽本田和东风本田则无缘前十，其中今年2月广汽丰田和东风日产终端销量环比下滑均超五成。而在去年2月乘用车零售排名前十位车企中，广汽丰田、东风日产、一汽丰田分别排名第六位、第八位和第十位。

面对市场压力，记者了解到，日系车型终端售价也持续下探，其中B级轿车优惠幅度为4万元以上。此外，广汽丰田更选择在新车上市时直接“砍一刀”。今年2月，广汽丰田第九代凯美瑞正式上市，首次加入的2.0L混动版车型较2023款第八代凯美瑞2.5L混动版车型起售价降低3万元。

推动下，仍有平稳增长的良好空间。

面对车市增量空间，各地新一轮补贴政策也相继落地。国务院常务会议审议通过的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》中提到，推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，积极开行汽车等消费品以旧换新，形成更新换代规模效应。据了解，目前上海、山东、重庆等地已出台相关政策并有近30多家车企积极响应，推出以旧换新补贴政策。流通协会相关人士表示：“这一政策对车市是重大利好，今年中国汽车市场在政策支持下将继续走强，预计以旧换新和报废更新等消费促进政策将撬动约150万辆乘用车的市场增量。”(北商)

3月产销环比增长或较为迅猛

尽管今年2月车市走势较弱，但也为3月恢复增长奠定基础。

“由于春节假期后各行各业快速转入正常运作，因此今年3月产销环比增长将较为迅猛。”在乘联会相关负责人看来，春节后大量新车推出，同时在国家促消费政策推动下，很多省市出台相应促消费政策，而车展等线下活动全面恢复也将加速聚拢人气。同时，由于近期碳酸锂等价格处于低位，也有利于厂商推出更具性价比的新款新能源车型，车市关注度也将持续升温。樊宇则预计：“一季

度销量同比将实现两位数以上的增长。”

此外，新一轮以旧换新将进一步推动今年车市释放增长潜力。乘联会方面表示，以15年作为非营运车辆报废的判断值，2008年生产的车型在去年前后将进入集中报废期。而根据今年初公安部公布的保有量测算，去年应有756万辆汽车报废，同比增加185万辆。“如果按照乘用车在汽车中的占比为80%进行测算，将是600万辆乘用车。”崔东树表示，2009年开始的新车暴增期，应该对今年乘用车报废准备下很好的基底，相信今年车市在新购、增购、换购的需求

2024年首批储蓄国债发行首日—— 多家银行网点开售半日“秒光”

进入利率下行周期，投资理财备受关注。3月10日，2024年首批储蓄国债(凭证式)正式发行，居民抢购热情依旧。不少银行营业网点的储蓄国债开售不到半个小时就已售罄，大行额度尤为紧俏，仅1小时即被抢光。据财政部公告，此次发行包括3年期和5年期两期国债，固定利率、固定期限，吸引力不减。

存款利率进入下行周期 储蓄国债遇抢购

根据财政部此前公告，2024年第一期和第二期储蓄国债的最大发行总额300亿元，第一期期限为3年，票面年利率2.38%；第二期期限为5年，票面年利率2.5%。两期国债的发行期为2024年3月10日至3月19日。

“九点半左右就没有了，想买的话要早点排队来抢。”发行首日，记者以客户身

份咨询北京地区多家银行，多位客户经理表示额度在上午售罄，尤以大行更为紧俏。部分股份行、城商行还有部分额度剩余，但客户经理也提示需要的话尽早前往附近网点购买。

“国债8点半开售，我们网点比平时早半小时开门，但8点就有周边的居民来排队，三年期国债比五年期更抢手。”一位国有行客户经理表示。

根据往年惯例，储蓄国债通常在每年3月至11月的10日至19日发行。其中，3月、5月、9月、11月发行储蓄国债(凭证式)；4月、6月、7月、8月、10月发行储蓄国债(电子式)。投资者可以持续关注财政部官网公告，查看储蓄国债发行计划。

投资者追求稳健收益

储蓄国债受欢迎

利率进入下行通道，加上理财等收

益率波动加大，投资者对各类理财渠道的选择也更为谨慎。因为安全性高、收益稳定、变现灵活、投资门槛低等特点，储蓄国债“秒光”等抢购现象已经不新鲜，储蓄国债尤其受到追求稳健收益的中老年群体喜欢。

根据此前财政部公告，2024年第一期、第二期储蓄国债(凭证式)于3月10日至3月19日发行。两期国债均为固定利率、定期限品种。其中，第一期期限为3年，最大发行额150亿元，票面年利率2.38%；第二期期限为5年，最大发行额150亿元，票面年利率2.5%。

最近两年，随着利率中枢下降，储蓄国债利率也经历了多次下调。以去年11月最后一批发行的2023年第七期、第八期储蓄国债(凭证式)为例，第七期储蓄国债期限3年，票面年利率为2.63%；第八期储蓄国债期限5年，票面年利率为2.75%。相比之下，最新一批储蓄国债收益率均下

降了0.25个百分点。

国有大行在2023年率先开启了3轮存款利率集中调整。其中，三年期、五年期定期存款利率均累计下调65BP。按照大行最新挂牌利率和主流执行利率来看，3年期、5年期定期存款挂牌利率分别为1.9%、2%，执行利率最高可上浮至2.35%左右(不考虑个人养老金专属产品)，维持了储蓄国债利率略高于大行定期存款利率的态势。

储蓄国债的抢购现象再次彰显了其在投资领域的吸引力，投资者需根据个人需求和风险偏好，理性选择合适的理财产品。业内人士提醒，具体选择仍然要看投资者自身需求，要综合回报率、产品特点、自身需求等多方面考虑。有银行客户经理表示，在储蓄国债额度有限的情况下，也可以考虑其他存款、理财产品，尤其是对储蓄国债没有特殊偏好的年轻人来说，其实选择更多。

(极目 上观 界面 晚综)

热度同期上涨超3倍

“赏花游” 成春季旅游市场亮点

本报讯 鲜花竞相开放，吸引了很多游客纷纷走出家门，开启赏花之旅。数据显示，今年3月赏花游的热度比去年同期上涨超3倍，成为春季旅游市场的亮点。其中热门旅游目的地，包括江西婺源、西藏林芝、浙江杭州等。

此外，今年春季赏花旅游市场呈现出“长短结合”的特点，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线路。

在云南昆明，不少旅行社还推出了价格在79元到139元不等的一日游线路，颇受本地市民欢迎。除了吸引昆明本地市民外，北京、上海、山东等地的游客，也是云南春季游的主要客源。同时，随着全国天气逐渐转暖，一些省外的赏花线路，也得到了云南游客的青睐。

(央视)



近期，杭州太子湾公园里的郁金香早花品种已陆续开放，吸引市民、游客前来观赏。(新华社)

经济·财富

QUANZHOU EVENING NEWS

国家金融监管总局：推动综合融资成本持续下降

目前贷款利率 已降至历史低位

本报讯 3月11日，十四届全国人大二次会议第三场“部长通道”集中采访活动在人民大会堂举行。国家金融监管总局局长李云泽表示，总局引导金融机构服务经济质效持续提升，推动综合融资成本持续下降，目前贷款利率已降至历史低位。

李云泽指出，实体经济是金融的根基，金融是实体经济的血脉，两者相辅相成，共生共荣。近几年，按照党中央、国务院部署，总局持续引导金融机构回归本源、聚焦主业，不断优化金融供给，为助力经济回升向好发挥了重要作用。总体来说，可概括为“一升”和“一降”。

李云泽表示：“‘一升’，就是指服务经济质效持续提升，金融服务的覆盖面持续扩大，最北到漠河，最南到三沙，实现了乡亲有网点、村村通服务。我国金融机构总资产突破460万亿元，对实体经济资金供给平稳增长，去年人民币贷款同比多增1.3万亿元。一些重点领域，如高新技术、绿色低碳、普惠小微、先进制造等领域的贷款增速均超过20%。保险保障能力持续提高，保险赔付支出1.9万亿元，同比增长21.9%。尤其是去年京津冀等地特大洪涝灾害中，保险业早赔快赔、应赔尽赔，已赔付126亿元，充分体现了经济减震器和社会稳定器的作用。”

“‘一降’，主要是指推动综合融资成本持续下降。目前，贷款利率已降至历史低位，银行净息差也降到了二十多年来最低水平。去年总局还推动降低存量首套房贷利率，每年可以为广大购房者节约利息支出约1700亿元。同时，总局积极督促银行行业减费让利，银行手续费已连续3年下降。车险的综合改革，也为3亿多投保者每年节省保费支出1400多亿元。”李云泽说。

今年将全面实施 专利开放许可制度

本报讯 国家知识产权局局长申长雨11日在北京表示，我国今年将全面实施专利开放许可制度，推进“一对多”的开放许可，降低制度性交易成本，提高专利转化的效率。

当日，十四届全国人大二次会议举行第三场“部长通道”集中采访活动。申长雨在接受采访时说，去年开展的专利转化开放许可制度取得很好成效，达成许可17000多项，今年将全面实施这一制度，高校和科研机构对专利开放许可制度的参与积极性非常高。

加强专利转化运用，对于发展新质生产力，促进高质量发展具有重要作用。申长雨透露，截至去年年底，我国有效发明专利拥有量已突破400万件。

申长雨还提到，要加快梳理盘活高校和科研机构的存量专利，形成可转化的专利库，通过分层分类管理，加强与企业的精准对接，做好精准推送。要实施专利产业化促进中小企业成长计划，切实破解高校和科研院所专利转化难、广大中小企业技术获难题。要进一步提高专利的质量。

申长雨还指出，今年将进一步加强知识产权保护体系建设。出台知识产权保护体系建设实施方案。全面实施新修改的专利法实施细则，加快推动商标法的新一轮修改，同时还要探索建立数据知识产权保护规则，加强知识产权的法治保障。

海关总署：前两个月进出口额比增8.7%

上半年外贸 可保持增长

本报讯 海关总署署长俞建华11日称，今年我国外贸开局良好，初步判断上半年可以保持在增长通道。

俞建华在当天举行的十四届全国人大二次会议“部长通道”上表示，今年以来我国进出口延续向好态势，实现了“开门红”。1月、2月，我国进出口额达到6.6万亿元，同比增长8.7%，其中出口同比增长10.3%，规模比上一个历史高点的2022年同期增加了近4300亿元。

他表示，我国外贸的有利因素正在积聚。1月、2月海关报关单量增加了一成多，进出境的交通运输工具增长幅度更大，企业经营信心持续增强，境内境外收发货人的活跃度明显提升。海关最新调查发现，计划扩大出口、扩大进口的企业占比增加了23个百分点，是去年以来的最高值。

谈及下一步外贸安排，俞建华称，将根据今年的新形势、新情况、新要求出台更多有针对性的便利化措施，促进跨境电商发展。此外，还将继续做好对外贸的监测、统计、分析，做好景气指数调查，为企业抓订单、安排生产提供海关服务。