经济聚焦

产业升级，供给丰富，出口增加

我国汽车产销量连续13年保持全球第一

本报记者 王 政

核心阅读

我国汽车产业在“十四五”开局之年呈现稳中有增的良好发展态势，全年产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆，连续13年保持全球汽车产销量第一。我国作为世界第一汽车市场大国的地位进一步巩固，正向世界汽车强国迈进。

眼下，长安汽车重庆两江工厂各条生产线正马力全开。“元旦后开工以来，两江工厂已下线新车13682台。按照计划，整个1月份两江工厂要完成产量79165台。”长安汽车董事长朱华荣介绍，在刚刚过去的2021年，长安系中国品牌汽车年度累计销量突破175万辆，同比上涨16.7%。

工业和信息化部12日发布的最新数据显示，虽然受到疫情等不利影响，我国汽车产业依然在“十四五”开局之年呈现稳中有增的良好发展态势，全年产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆，同比分别增长3.4%和3.8%，连续13年保持全球汽车产销量第一。

消费、产业双升级

2021年12月26日，上汽旗下全新智能电动汽车品牌智己汽车首款车型下线交付。当年，上汽集团终端交付整车超过581万辆，同比增长5.5%，连续16年保持国内第一。其中，上汽自主品牌销售285.7万辆，在总销量中占比达到52.3%。

“汽车产业一举扭转连续3年的下降趋势，为我国工业经济持续恢复、稳定宏观经济增长贡献了重要力量。”工信部装备工业一司司长王卫明说，伴随居民收入水平的逐步提高，我国汽车市场呈现明显的消费升级发展趋势。2021年，我国乘用车完成销售2148.2万辆，同比增长6.5%。其中，高端品牌乘用车共销售347.2万辆，同比增长20.7%，增速高于乘用车14.2个百分点。

“我国汽车产业创新成果亮点纷呈，在电动化、网联化、智能化转型升级方面取得了巨大进步。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋介绍，2021年，我国动力电池单体能量密度接近300瓦时/千克、系统能量密度超过200瓦时/千克，搭载组合辅助驾驶系统的乘用车新车市场占比达到20%。

此外，中国品牌乘用车市场份额大幅增加，全年销售954.3万辆，同比增长23.1%，占乘用车销售总量的44.4%，接近历史最好水平，占有率比上年提升6个百分点。“我国作为世界第一汽车市场大国的地位进一步巩固，正向世界汽车强国迈进。”付炳锋说。

新能源汽车销量连续7年全球第一

产品供给更丰富、技术水平更高超、配套设施更完善，推动我国新能源汽车在2021年呈现出市场规模、发展质量双提升的良好势头。工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚将其概括为“三个快速”。

——产销规模快速增长。2021年，我国新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆，同比均增长1.6倍，销量连续7年位居全球第一。

——质量品牌快速提高。2021年，我国纯电动乘用车平均续驶里程从2016年的253公里提高到400公里以上，消费者质量满意度与燃油汽车持平，中国品牌新能源乘用车共销售247.6万辆，同比增长1.7倍，占新能源乘用车销售总量的74.3%。

——产品出口快速增长。2021年实现新能源汽车出口31万辆，同比增长3倍，超过了历史累计出口总和。同时，产业发展配套环境进一步优化，截至2021年底，累计建成充电站7.5万座，充电桩261.7万个，换电站1298个，在31个省区市设立动力电池回收服务网点突破1万个。

“我国新能源汽车已进入加速发展新阶段。”付炳锋说，2021年，我国新能源汽车市场渗透率达到13.4%，高于上年8个百分点。“2025年、2030年新能源汽车渗透率分别达到20%和40%的目标很可能会提前实现。”

汽车出口首次突破200万辆

1月6日，在高亢的汽笛声中，2022年第一趟“中欧班列奇瑞号专列”，满载着120辆汽车及汽车备件，从安徽合肥驶向莫斯科。“2021年，32列中欧班列将4552台新车运送至俄罗斯市场。”奇瑞国际运营总监殷士俊介绍，2021年奇瑞集团累计出口新车26.92万辆，同比增长136.3%，连续19年位居中国品牌乘用车出口第一。

按照整车企业出口统计，2021年，我国汽车整车出口201.5万辆，同比增长1倍。从细分车型来看，乘用车出口161.4万辆，同比增长1.1倍；商用车出口40.2万辆，同比增长70.7%。“近10年来，中国汽车出口一直在100万辆左右徘徊，2021年首次突破200万辆，实现了历史性跨越，体现了中国车企的海外发展从量变到质变的转折。”付炳锋表示。

统计显示，2021年，中国品牌汽车企业出口均呈现快速增长。在出口前十企业中，上汽、奇瑞、长安等中国品牌汽车企业同比快速增长，其中4家企业出口增速超过100%。新能源汽车全年出口31万辆，同比增长3倍，英国、挪威、德国、法国等欧洲市场已成为主要增量市场。

付炳锋表示，我国汽车产业供应链相对完备，可为海外消费者及时提供有竞争力的产品。“未来，我国汽车出口将迎来快速增长期。”

去年人民币贷款增加近二十万亿元

同比多增三千一百五十亿元

本报北京1月12日电 （记者吴秋余）中国人民银行发布的最新数据显示，2021年全年，我国人民币贷款增加19.95万亿元，同比多增3150亿元。截至2021年12月末，我国本外币贷款余额198.51万亿元，同比增长11.3%，人民币贷款余额192.69万亿元，同比增长11.6%。

分部门看，2021年住户贷款增加7.92万亿元，其中，短期贷款增加1.84万亿元，中长期贷款增加6.08万亿元；企（事）业单位贷款增加12.02万亿元，其中，短期贷款增加9468亿元，中长期贷款增加9.23万亿元，票据融资增加1.5万亿元；非银行业金融机构贷款减少847亿元。

在存款方面，2021年全年人民币存款增加19.68万亿元，同比多增323亿元。其中，住户存款增加9.9万亿元，非金融企业存款增加3.76万亿元，财政性存款增加5617亿元，非银行业金融机构存款增加4.01万亿元。截至2021年12月末，我国本外币存款余额238.61万亿元，同比增长9.3%，人民币存款余额232.25万亿元，同比增长9.3%。

在货币供应量方面，截至2021年12月末，广义货币（M_2）余额238.29万亿元，同比增长9%；狭义货币（M_1）余额64.74万亿元，同比增长3.5%；流通中货币（M_0）余额9.08万亿元，同比增长7.7%。2021年全年净投放现金6510亿元。

据初步统计，2021年我国社会融资规模增量累计为31.35万亿元，其中，对实体经济发放的人民币贷款增加19.94万亿元。截至2021年末，我国社会融资规模存量为314.13万亿元，同比增长10.3%，其中，对实体经济发放的人民币贷款余额为191.54万亿元，同比增长11.6%。

2021年12月末，国家外汇储备余额为3.25万亿美元，人民币汇率为1美元兑6.3757元人民币。2021年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生5.77万亿元、2.17万亿元、1.64万亿元、4.16万亿元。

民航业两年来降成本近200亿元

本报北京1月12日电 （记者邱超奕）在12日举行的民航局新闻发布会上，民航局发展计划司副司长张清表示，为应对疫情冲击，有关部门已积极出台多轮助企纾困政策，为企业纾困解难，两年来为行业降成本近200亿元。

张清介绍，2022年，民航局将继续统筹疫情防控和行业恢复发展。首先，切实落实好已出台的各项支持政策，全力保障企业平稳运行；其次，继续加大纾困力度，统筹行业内外资源，争取国家对民航业阶段性和制度性相结合的扶持纾困政策；第三，继续用好现行中小机场、支线航空、通用航空等补贴政策。另外，民航局也鼓励民航企业苦练内功，改善经营管理，降成本，提效益。

“力争2022年完成运输总周转量1040亿吨公里，旅客运输量5.7亿人次，货邮运输量780万吨。”民航局综合司副司长孙文生说。

我国个体防护装备产业规模增长全球最快

本报北京1月12日电 （记者林丽鹏）记者从国家市场监督管理总局获悉：目前，中国是全球个体防护装备产业规模增长最快的国家，国内个体防护装备产业规模每年以15%左右的速度增长。

据国家国际发展合作署统计，我国2020年向150多个国家和13个国际组织提供了防护服、口罩等大批防疫物资，有力地支援了全球抗疫，充分向世界展现了我国积极践行构建人类命运共同体发展的行动力。

近期，市场监管总局办公厅、应急管理部办公厅联合印发了《个体防护装备标准化提升三年专项行动计划（2021—2023年）》，其主要目标是到2023年底，个体防护装备标准体系进一步完善，重点个体防护装备产品标准水平持续提升，主要性能指标与国际、国外发达国家保持基本一致，个体防护装备国际标准取得重点突破。

出台六个方面30项举措

重庆加大金融支持乡村振兴力度

本报重庆1月12日电 （记者王欣悦）重庆市政府网发布《重庆市深入推进金融支持乡村振兴政策措施》，从六个方面提出30项举措，引导金融机构在“五见”（见产品、见对象、见模式、见规模、见风控）上更实更细更聚焦用力，加大金融支持乡村振兴力度。

据介绍，30项举措综合起来可以概括为六个“聚力”：聚力优势互补，加大银行业金融机构支持力度；聚力精准施策，加强对重点对象的资源倾斜；聚力协同联动，加快金融产品和服务创新；聚力普惠金融，夯实农村基础金融服务；聚力改革创新，推进一批金融工作试点；聚力长效机制，强化政策支持和激励引导。

中消协

“盲盒”诱导食品过度消费当抵制

本报北京1月12日电 （记者齐志明）针对肯德基与盲盒销售商泡泡玛特联合推出的盲盒套餐引发消费者抢购，1月12日，中消协发表观点：用“盲盒”诱导食品过度消费，应当抵制。

近日，肯德基与盲盒销售商泡泡玛特联合推出盲盒套餐，引发消费者抢购。根据这款盲盒套餐的销售规则，要想集齐整套玩偶，至少需要购买6份套餐，而其中稀有隐藏款出现概率是1∶72。为此，有消费者不惜一次性斥资10494元购买106份套餐；还有消费者雇人代买代吃套餐来获得盲盒。

中消协认为，在商品销售中，正常的让利促销既使商家提高了销量，也令消费者得到了实惠，本无可厚非。但肯德基作为一家餐饮企业，其经营的快餐食品属于限期使用的商品，按需购买即时食用是这类商品的特点，通常消费者不会超量购买，以限量款盲盒销售则是以“饥饿营销”手段刺激消费，容易导致消费者为了获得限量款盲盒而冲动消费，并因超量购买造成无谓的食品浪费。

倡导节约粮食，反对餐饮浪费，是中华民族的优良传统，也是新时代消费风尚。2021年4月29日《中华人民共和国反食品浪费法》正式实施，明确要求餐饮服务经营者自觉抵制食品浪费，提示消费者适度消费，必要时采取措施防止消费者浪费；不得诱导、误导消费者超额消费，造成食品浪费。中消协认为，肯德基作为食品经营者，利用限量款盲盒销售手段，诱导并纵容消费者不理性超量购买食品套餐，有悖公序良俗和法律精神。

物质丰裕的社会应与文明的精神追求相匹配，情绪价值的需求不应建立在物质浪费，尤其是食品浪费的基础之上。中消协倡导消费者积极树立正确的消费观，增强节约意识，践行反餐饮浪费，选择简约适度、绿色低碳的生活方式，承担起节约资源、保护环境的社会责任；同时审慎看待自身消费需求，提高明辨是非的能力，进行科学理性的消费活动，共同抵制盲目消费、冲动消费、超额消费等不良消费行为。

近日，江西省新余市仙女湖迎来新年巨网首捕，一派鱼跃人欢的丰收景象。据了解，仙女湖有机鱼以“人放天养、额定捕捞、捕大留小”等为特点，保障渔业生态循环发展的同时，积极供应全国市场。

赵春亮摄（影像中国）

本版责编：沈 寅 白之羽 林子夜
版式设计：汪哲平