

我国电信业务对外开放的大门,开得更大。

日前,工信部发布《关于创新信息通信行业管理优化营商环境的意见》,要求进一步试点扩大增值电信业务开放。深入推进电信业务向民间资本开放,加大对民营企业参与移动通信转售等业务和服务创新的支持力度,有序推进卫星互联网业务准入制度改革。

这里先简要说一下我国电信业务,主要分为基础电信业务和增值电信业务。基础电信业务通常指需要建设网络基础设施才能提供的业务,如固定通信、移动通信等;增值电信业务通常指利用公共网络基础设施提供附加的电信与信息服务,如电子商务、互联网数据中心等。

此次发布的《意见》从准入、竞争、监管、服务四个方面明确了12项重点任务。其中,在持续优化高效开放统一的准入环境方面,《意见》提出了三点,包括:

优化市场准入管理。对于涉及多类电信业务的新技术新应用,加强业务指导,优化审批流程,实现“一次性申请、一站式审批”等。

加强创新发展支持。加快制定新技术新业务创新发展配套支持政策,鼓励企业进一步深化在5G、人工智能、量子信息等新兴领域的技术创新和产业应用等。

扩大电信业务开放。推动形成高水平对外开放新局面,进一步试点扩大增值电信业务开放。深入推进电信业务向民间资本开放,加大对民营企业参与移动通信转售等业务和服务创新的支持力度,有序推进卫星互联网业务准入制度改革,更好地支持民营企业发展。

业内观点指出,这一系列政策的出台,无疑为信息通信行业注入了强劲的信心。市场普遍认为,在政策红利的驱动下,相关企业将迎来新的发展机遇。特别是民营企业,在更为宽松的市场环境和更为明确的产业方向指引下,有望实现跨越式发展。

对于电信业务向民间资本开放,中关村信息消费联盟理事长项立刚表示,在传统业务领域,即使对民间资本开放,民间资本竞争力也比较小,就像现在的虚拟运营商,无论在资本、能力等各个方面,和基础运营商都存在差距。但是在新兴业务和领域,民间资本有很大机会。因为民间资本最大的特点就是灵活,并且富有创新能力。在具有创新性的新兴领域,应该给民间资本更多机会,让他们实现突破,“下面一个试点可能就主要在卫星互联网领域。”

多方面优势持续扩大 新能源车月销首超燃油车

财经观察

8月8日,乘联会发布数据,显示7月份全国乘用车市场零售172万辆,其中,新能源车市场零售87.8万辆,零售渗透率达到51.1%,是历史上首次出现新能源车月度零售销量超过燃油车。乘联会秘书长崔东树表示,渗透率超过50%,意味着新能源车日益得到消费者的认可,新能源车未来发展潜力较大。

自主品牌,强势崛起

回溯过往,中国新能源车的发展可以用“加速”形容,从2005年到2015年,中国新能源车的渗透率用了10年才突破1%;2016年到2019年,虽然新能源车渗透率提升到5%,但燃油车依然是市场主角。2020年,中国制定了到2035年新能源车渗透率超过50%的目标,如今,这一历史性节点看来要提前了。

新能源车的快速发展,离不开自主品牌的崛起。在7月国内零售中,自主品牌中的新能源车渗透率达到73.9%;豪华车中的新能源车渗透率27%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有8.3%。另外,7月自主品牌乘用车零售106万辆,同比增长13%,环比增长3%。当月自主品牌国内零售份额为61.8%,同比增长8.5%,这主要得益于自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量。

多重因素,激发需求

北京社会科学院副研究员王鹏接受本报记者采访时指出,新能源车能在今年实现销量超越燃油车,主要归因于以下几个方面的因素:

一是政策推动。国家及地方政府出台了一系列鼓励新能源车

发展的政策,如“以旧换新”的乘用车报废更新政策以及购车让利补贴等,这些政策有效激发了消费者的购买热情。

二是市场需求增长。随着消费者对环保意识的提升和对新能源技术的认可,新能源车市场需求持续增长。特别是在油价上涨的背景下,新能源车的成本优势更加凸显,吸引了更多消费者。

三是技术创新与产品升级。新能源车在电池技术、驱动系统、智能化等方面取得显著进步,提高产品的性能、续航里程和用户体验,增强了市场竞争力。

四是产业链优势。中国制造业的不断提升发展,带来了产业链优势。在新能源车领域,中国已经形成了包括电池、电机、芯片等在内的完整产业链,为新能源车的发展提供了有力支撑。

五是市场竞争加剧。新能源车企业之间的竞争加剧,促使企业不断推出新产品、新技术,并通过降价策略吸引消费者,进一步推动了新能源车销量的增长。

“新能源车在政策、技术、市场等方面的优势仍在持续扩大,且随着产业链的不断完善和成本的进一步降低,新能源车的市场竞争力将不断增强。消费者对新能源车的接受度也在不断提高,越来越多

的消费者开始将新能源车作为购车首选。”王鹏指出,燃油车虽然仍具有一定的市场基础,但在技术创新、环保要求等方面面临较大压力,其市场份额可能会逐渐受到新能源车的挤压。

卷土重来,仍有机会

在诸多业内人士看来,新能源车在动力、静谧性、智能化等方面已全面超越传统燃油车,尤其在插电混动路线上,插电混动汽车集燃油、插电、增程、纯电动的功能于一体,在价格关口突破后,燃油车似乎难有还手之力。那么,在月度零售销量首次被新能源车超越之后,传统燃油车能否“卷土重来”?

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪接受本报记者采访时表示,尽管新能源车市场发展迅速,但燃油车仍有一定的市场空间和机会。“燃油车在续航里程、加油便利性等方面仍具有优势,可以满足部分消费者的特定需求。因此,燃油车企业可以通过技术创新和产品升级来提升竞争力。例如,研发更高效的发动机技术、降低油耗和排放、提升驾驶体验等。同时,燃油车企业还可以加强与新能源车企的合作与互补,共同推动汽车行业的绿色发展。”

经济学家、新金融专家余丰慧

也表示,在与新能源车的市场竞争中,燃油车仍然有机会,但需要寻找新的发力点。“一方面,可以专注于高性能、高附加值的细分市场,如豪华车型、越野车型等。另一方面,可以通过技术创新提高燃油效率,减少排放,以满足严格的环保法规要求。此外,燃油车还可以与新能源车的技术相结合,推出插电式混合动力车型,作为过渡阶段的产品。”

守住优势,持续发力

对于双方未来的市场争夺,王鹏指出,新能源车要守住并扩大其市场优势,仍然需要在多个方面持续发力。

首先,新能源车企业应继续加大在电池技术、驱动系统、智能化等方面的研发投入,推动产品迭代升级,提高产品性能和用户体验。

其次,新能源品牌要完善充电基础设施网络布局,提高充电设施覆盖率和充电便利性;推动快充技术的发展和应用于解决充电时间长的的问题。

最后,加强智能化和网联化技术的应用与推广,提升新能源车的安全性和便捷性;推动自动驾驶技术的发展以实现更高水平的智能化驾驶体验。

本报记者 杨硕

A股扛住外部压力 底部盘整成主旋律

一周股评

本周全球股市大幅震荡,先是遭遇“黑色星期一”,周二开始反弹,尤其日本股市上演了“过山车”行情。至于A股市场,则扛住外部压力,跌幅较小,但反弹乏力,市场依旧低迷,主要指数周K线均收出小阴线,总体是底部盘整的格局。

内地股市相对“抗跌”

全球股市继上周五大跌后,本周一开盘就再现跌势,日本股市暴跌12.4%,韩国股市跌幅超过9%,印度等其他亚太股市普遍跌幅超过3%。欧美股市也跟随暴跌,英国、法国、德国欧洲三大股市跌幅在2%左右,美国三大指数跌幅在3%左右。

相比之下,周一A股市场表现相对抗跌,上午,沪深股市还全部翻红,午后出现快速下跌,最终主要指数全部收阴,上证指数下跌1.54%,深证成指和创业板指数均下跌1.9%,跌幅小于大多数股市。

周二海外股市反弹,日经225指数大涨10.23%,美国三大指数上涨1%左右。当天沪深股市反弹微弱,除创业板指数上涨1.25%,上证指数和深证成指均是微涨。

本周上证指数周K线图



此后几天,海外股市继续反弹,日本股市连续反弹后,本周跌幅收窄至2.46%,但A股市场基本在底部徘徊,没有继续反弹。上证指数周五收收 2862.19 点,本周下跌 1.49%;深证成指周五收 8393.7 点,本周跌幅 1.87%;创业板指数以本周最低点 1595.64 点报收,本周跌幅 2.6%。

沪深主要股指收阴

沪深股市主要指数本周均收阴线,其中深证成指和创业板指数周K线已是“三连阴”。上证指数周一跌破 2900 点,一直没有回

升上去,创业板指数周五跌破 1600 点大关,说明目前市场依然低迷。

在周边市场大幅震荡的情况下,A股没有大幅震荡,也没有大幅下跌,说明目前市场难以大幅下跌,但上涨也缺乏动能,这样,盘整就成为主旋律。成交量同样较低,市场投资欲望不强。

总体上,沪深股市仍处于下降通道中,主要指数距离今年1月底到2月初的底部不远,究竟是继续进行两次探底,还是在底部盘整然后反弹,要看未来走势。科创50指数本周收阴后,本周又逼

近 700 点大关,在 700 点附近已经盘整六周。

从板块看,中证消费指数上周创出新高本周翻红,房地产指数周K线也收红盘,能否继续反弹还要观察。之前表现强劲的金融板块已经连续调整数周,其中,中证银行指数本周下跌1%,创出3个月新低,能源、银行板块的调整,使得近期上证指数较弱。

总体上,大部分板块均在底部盘整,一些之前表现较好的板块近期持续调整,而创出新低的板块则出现反弹,A股何时能够反弹,还需要观察。

连建明