

3.2万家庭中签 新能源车市场花式抢单

中签者与落榜者

对于这次的中签结果,麻女士早有预判。“去年北京试点家庭摇号时同事情况跟我类似,只是摇号时间比较长,当时已经下发指标了,所以这次入围也算是意料之中,不过名次比想象中靠前一点点。”

据麻女士介绍,他们目前是一家三口,均为京籍,再带一个非京籍的老人,其中小孩不到2岁,父母均有稳定工作。据了解,麻女士自2015年开始摇号油车,目前摇号31次依旧未中签。麻女士的先生则自2015年末开始摇号油车,2018年转向新能源车;“因为我们打算要小孩子了,希望能在孩子上幼儿园之前有一辆自己的车,方便接送”。

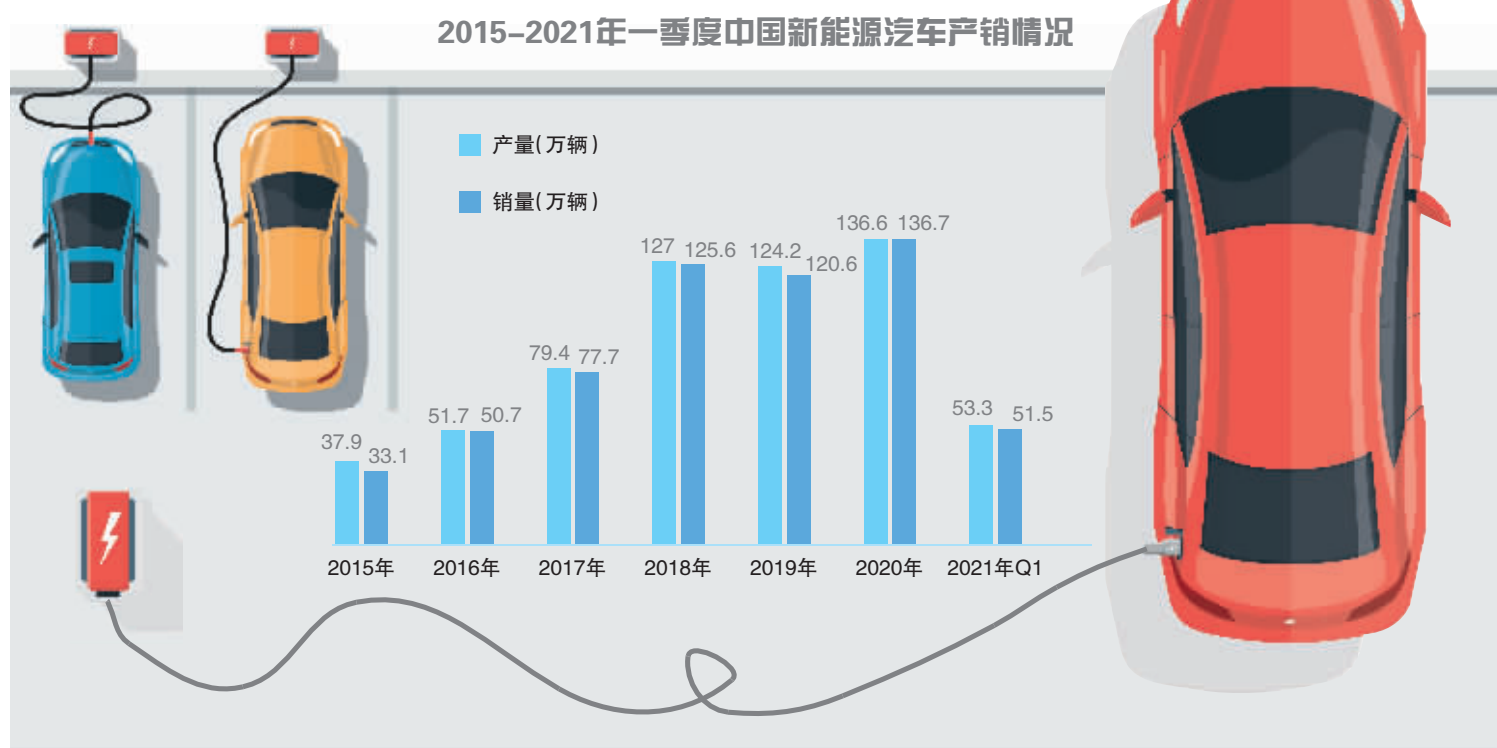
北京商报记者查询本期家庭新能源小客车指标的积分排序入围名单发现,240分最高总积分的家庭,共有三代人参与摇号,其中成员最早注册时间为2011年1月3日。总分超过200分的家庭共有9家,家庭代数均为3代,其中8家成员最早注册时间都在2011年,1家在2012年6月。而以50分卡线入围的家庭共有495家,以2代人居多。以最后一名入围者为例,该家庭共有两代人,成员最早注册时间为2012年9月13日。

比起麻女士,雷女士就显得有些背了。“果不其然,一切都在意料之中”。5月26日上午,手握28分的雷女士在看到分数线的时候这样安慰自己。大约一个星期以前,北京新能源小客车指标家庭申请者可查的当天,刚刚起床的雷女士就打开了查询界面,28的积分让雷女士有点懵。问了问周围的人,发现自己的分数最低,那时候雷女士就知道,没希望了。

在参与此次家庭积分申请新能源车指标之前,雷女士瞄准的是油车。高中毕业那年拿了驾照,雷女士就开始参与油车摇号,那时候觉得摇号很容易,所以就也就没急着排新能源车,谁曾想,这一摇就是六七年。目前雷女士累计的油车摇号中签率已经达到了新人场人员中签率的5倍了,但依然没能中签。所以她目标放宽到新能源车、油车两手抓。

5月26日,北京摇号新政实施后的首期新能源小客车指标配置“开闸”。一时间,“最低50分入围”的消息刷屏。

“入围了,没啥问题就等指标了。”当天中午,手握58分的麻女士兴奋地发了一条微博。根据北京市小客车指标办公室发布的入围家庭名单,本期共有153944个家庭申请了新能源小客车指标,其中的32520个家庭将按照积分从高到低配置指标。具体而言,分数最高的家庭为240分,分数最低的家庭为50分。



倾斜无车家庭

“我与新能源车的距离,就差一个孩子。”对于落榜这次新能源车指标的结果,雷女士如此调侃道。同样的情况也体现在了麻女士身上,据她介绍:“我们家有一个小孩,计算积分时个人积分算了1分,同时家庭代数由1变成了2,相当于乘数就是2,影响很大。”

数据也对此有了支撑。整体而言,2021年家庭新能源小客车指标额度占年度新能源小客车指标配额约54.2%,中签率21.1%,而个人新能源小客车指标中签率仅5.4%。

造成这种差异的原因还要追溯到去年。去年12月《北京市小客车数量调控暂行规定》和《实施细则》正式公布,并于2021年1月1日正式实施。根据上述两份文件,新政主要增加了以家庭为单位的摇号主体,且指标配置整体要偏向于无车家庭。此外,指标配置由原来的每年配置6次改为3次,5月配置新能源指标,6月和12月配置普通指标。

不过即便“卡线”,有些家庭也可能无法入围。据了解,家庭申请新能源小客车配置指标的,将按家庭总积分由高到低排序配置。总积分相同的家庭,将以家庭申请人中最早在小客车指标调控管理信息系统注册时间的先

后排序配置。

北京市小客车指标办发布的数据显示,今年家庭新能源小客车指标额度为3.25万个,个人新能源小客车指标额度为2.17万个、单位新能源小客车指标额度为3000个。而截至3月8日24时,经审核,家庭新能源小客车指标申请共有15.3万个有效编码,个人新能源小客车指标申请共有40.3万个有效编码,单位新能源小客车指标申请共有1.1万家。

汽车行业专家颜景辉表示,从家庭到个人申请数量远超配置数量的情况可以看出,消费者对于新能源车的需求量日益增长。“新能源车更多为刚需,随着近年来产

品力的提升,消费者已逐渐接受新能源车出行方式。”

抢滩新能源车市场

随着今年新能源小客车指标发放,各车企也将本次“放标”视为放量窗口期。北汽蓝谷营销公司董事长刘诗津对北京商报记者表示:5月26日北京新能源小客车配置指标,其中3万多个家庭获得指标,我们通过调研也发现,满足全家出行需求也成为家庭“中标”消费者购买新车时主要考虑的因素之一。

北京各经销商更是将此次新能源小客车指标配置作为放量重点。5月26日上午8点,上汽通用别克销售人员王军(化名)便在微信朋友圈发布“早上10点公布新能源家庭配置指标,凭借指标到店享受巨额优惠部分车型5折”。王军对北京商报记者表示:“指标发放前一周每天都会发朋友圈宣传优惠。”

一位奇瑞新能源经销商负责人也表示,北京新能源小客车“放标”前后,都是竞争最激烈的时期,指标发布前店内已制定出优惠政策。“销售人员不仅每天发朋友圈宣传,还会给此前到店咨询的意向客户打电话沟通,我们都是全员备战此次指标配置。”他表示。

北京商报记者走访京城多家4S店了解到,近一周各家经销商店内均推出现金促销、团购会、换购500元购物等活动,为锁定今年的新增指标经销商全力促销。“店内几何C车型现金优惠已达3万元,这是近期最大的优惠了。”一位吉利新能源经销商负责人表示,今年芯片短缺问题影响产量,店里为了能提前锁定客户,本次指标发放前已向厂家提前进了几十辆车,防止客户订车后不愿等车“跑单”。“目前店内资金均压到进车上,不过指标临近前两周消费者进店量也在增长,我们周末还组织团购会希望能提升更多销量。”她说。

对此,颜景辉认为,在定量指标下想要完成更多销售量,北京经销商的竞争更为激烈。“指标在车市消化时间越快,对于经销商来说,资金回流,人员成本的压力才能越轻。”他说。北京商报记者 杨月涵 刘晓梦

西街观察 Xijie observation

网易云,只会传播的云?

汤艺甜

今天的你,是什么颜色的?5月26日,托网易云音乐的福,很多人在自己的朋友圈里找到了答案。

这一波人格色彩的测试,结果从来都不是重点,至少五颜六色的朋友圈已经让网易云音乐满足了,还收获了两个微博热搜,配上下午的赴港IPO公告,预热的存在感刷够了。

首页banner展示,简单测试,生成结果,转发分享,这一套病毒式营销的玩法,网易云音乐已经驾轻就熟。

一方面,契合了用户的心理需求——对自身存在的认知和肯定,以及外秀的潜在欲望,图文音的配合又能让人卸下防备;另一方面,收集到的用户心理数据可以反哺个性化推荐的需求。

一举多得。无外乎网友说,啥歌版权都不行,总搞H5第一名。抓得住人心,这是网易云音乐诞生八年来的信条。

诞生之初的网易云音乐,在百度、酷狗、QQ、虾米齐放的时代并不起眼,但一条条真情实感的评论,一首首精准的日推,构筑了它的音乐梦,也打牢了网易云音乐的忠诚度地基。

靠着丁磊和用户的情怀,网易云音乐杀出了群狼环伺下的另一条路。但谈感情伤钱,只靠情怀建不起一座大厦,作为一款音乐播放器,核心的砖瓦仍在于音乐。当版权之风骤起,飘摇在风中的网易云音乐输在了起跑线上。2018年4月,网易云音乐失去了周杰伦,从此版权问题深深羁绊,在华语流行乐坛一蹶不振。

创办网易之前,丁磊曾和网友马化

腾讨论过中国互联网的的未来。只是后来,音乐的不再只归音乐,丁磊梦醒,站在面前的是网友马化腾和他麾下财大气粗的腾讯系。当环球音乐、华纳音乐、索尼音乐三大巨头被网友拿下,丁磊收获的只有动态变灰的歌单曲目。用户与平台之间的情感连接被此被新断,基础不牢,地动山摇。

后来,网易云音乐踏出佛系的舒适圈,开始艰难的版权战。吉卜力、滚石唱片、贝塔斯曼,重金之下,网易云音乐不是没有过战功,只是对手江山太难撼动,外界记住的,只有没被拿下的周杰伦,还有腾讯曲库里的6000万首。

年亏15亿,挣扎在版权的坑里,初心也开始似有若无,赶鸭子上架的直播、杂乱的视频界面、五花八门的周边商城,情怀被消费的七七八八,再加上评论区大同小异的“太宰治”,繁盛的民间伤痕文学覆盖了朴实的真情实感。单调又虚伪,云村也走下了神坛。

网易云音乐开始绕道,比如打出原创音乐人的招牌,为自己“补血”,比如与抖音联手,把擅长的传播手段用到音乐爆款打造。种种努力之下,网易云音乐让渡了一些话语权,而当音乐人另择高枝,若合作伙伴试图布局在线音乐,危机的引线随时可能被点燃。

八年后,网易云音乐踏足资本市场,与初时的那场party渐行渐远。丁磊已经亲自掌舵,是靠音乐抓人心,还是靠人心卖情怀,决定了丁磊的这个梦何时会破碎。

6月底前启动 全国碳交易开启倒计时

全国碳市场覆盖排放量预计超过40亿吨,将成为全球覆盖温室气体排放量规模最大的碳市场。但目前,全国碳市场还限于碳排放企业,并只覆盖了电力行业。业内人士认为,未来的碳交易还将囊括更多的行业和市场主体,形成更大的规模。

碳交易实战渐近

近一个月后,全国碳市场交易就将正式启动。在发布会上,生态环境部新闻发言人刘友宾介绍,按照《碳排放权交易管理办法(试行)》等有关要求,各省级生态环境主管部门已通过全国碳排放权注册登记系统基本完成配额预分配工作。生态环境部已组织有关单位完成上线交易模拟测试和真实资金测试,正在组织开展上线交易前的各项准备工作,拟于今年6月底前启动全国碳市场上线交易。

中国人民大学生态金融研究中心副主任蓝虹对北京商报记者分析称:“统一的全国性碳交易市场,规模将实现跨越式扩大,参与主体不断多元化,碳金融产品也逐渐丰富。具体来看,碳交易市场的规模大约是35亿-40亿吨,超过了欧盟。而首批主要的225家发电企业,预计业务规模也将达到20亿元。”

今年以来,全国碳市场建设明显提速。生态环境部先后组织开展了温室气体排放报告、核查、配额核定等工作,还陆续发布了《企业温室气体排放报告核查指南(试行)》《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施》等技术规范,印发了三份关于碳排放权登记、交易和结算的试行市场管理规则。

北京商报记者了解到,上述三份碳排

35亿-40亿吨

“碳交易市场的规模大约是35亿-40亿吨,超过了欧盟。而首批主要的225家发电企业,预计业务规模也将达到20亿元。”

放权管理规则文件明确了全国碳排放权的交易主体,包括重点排放单位以及符合国家有关交易规则的机构和个人,而全国碳市场的交易产品则为碳排放配额。

据了解,碳排放配额交易以“每吨二氧化碳当量价格”为计价单位,买卖申报量的最小变动量为1吨二氧化碳当量,申报价格的最小变动量为0.01元人民币。结算方面,注册登记机构应选择符合条件的商业银行作为结算银行,并在结算银行开立交易结算资金专用账户,提供结算业务的银行不得参与碳排放权交易。

从更长的时间线来看,为推动本次全国碳市场的上线,许多配套工作早已展开,为正式启动搭好了框架。其中,2020年底出台的《碳排放权交易管理办法(试行)》,规定了各级生态环境主管部门和市场参与主体的责任、权利和义务,以及全国碳市场运行的关键环节和工作要求。

市场规模需进一步扩大

进入5月后,不仅全国碳市场建设快速推进,与碳市场、碳中和关联度高的各个行

业,也出台了多个相关政策,为行业低碳发展定调。与此同时,二级市场上的碳中和概念股也已异动多时。数据显示,Wind碳中和指数5月6日(本月第一个交易日)以来,已累计上涨8.3%。公开资料预测,2021年我国碳交易市场成交量或将达到2.5亿吨,为2020年各试点交易所交易总量的3倍,成交金额将达60亿元。

事实上,早在这之前,我国碳排放权交易已经在多个城市进行试点。今年4月,生态环境部应对气候变化司司长李高曾透露,2011年以来,我国在7个省市开展了碳排放权交易试点,截至今年3月,共覆盖20多个行业,近3000家重点排放企业,累计覆盖4.4亿吨碳排放量,累计成交金额约104.7亿元。

相较试点工作与本次全国启动,蓝虹认为:“在此前的试点工作中,碳市场存在区域不平衡、产业结构不平衡的问题,未能形成统一的碳市场,市场规模不大。同时,绝对总量减排不明确,定价机制也不完善。”

而针对这一系列问题,生态环境部在此前也完成了成体系的准备工作。但目前碳市场的规模依然有限,从主体来看,目前限于碳排放企业;从行业来看,也只覆盖了电力行业。

这一规模和范围在将来会不断扩大,厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强则对北京商报记者表示:“先从电力开始,是因为电力行业比较容易计算排放量,相对也容易管理。但碳交易最终肯定要扩展到其他行业,才会真正有用。”

据了解,未来碳交易可能会纳入石化、化工、建材、钢铁、有色、造纸、航空等行业,市场配额可能会超过50亿吨,将形成更大的市场规模。北京商报记者 陶凤 阮航达