

新闻 | 启 | 迪 | 财 | 智

2020年12月18日 星期五
周一至周五出版
第4614期 今日16版

北京日报报业集团
BEIJING DAILY GROUP 主管主办



本报特供
航空阅读

- 中国国航
- 南方航空
- 东方航空
- 海南航空
- 深圳航空
- 首都航空



· 今日周刊 ·

- 9版 时代汽车周刊
- 10版 健康周刊
- 11版 理财周刊
- 12版 上市公司周刊
- 13版 商业周刊
- 14版 首都演艺周刊
- 15版 潘家园周刊
- 16版 典藏周刊

本报常年法律顾问 北京市汇佳律师事务所
电话:010-64097966

责编 杨月涵 美编 王飞 责校 杨志强

7 比特币涨疯了

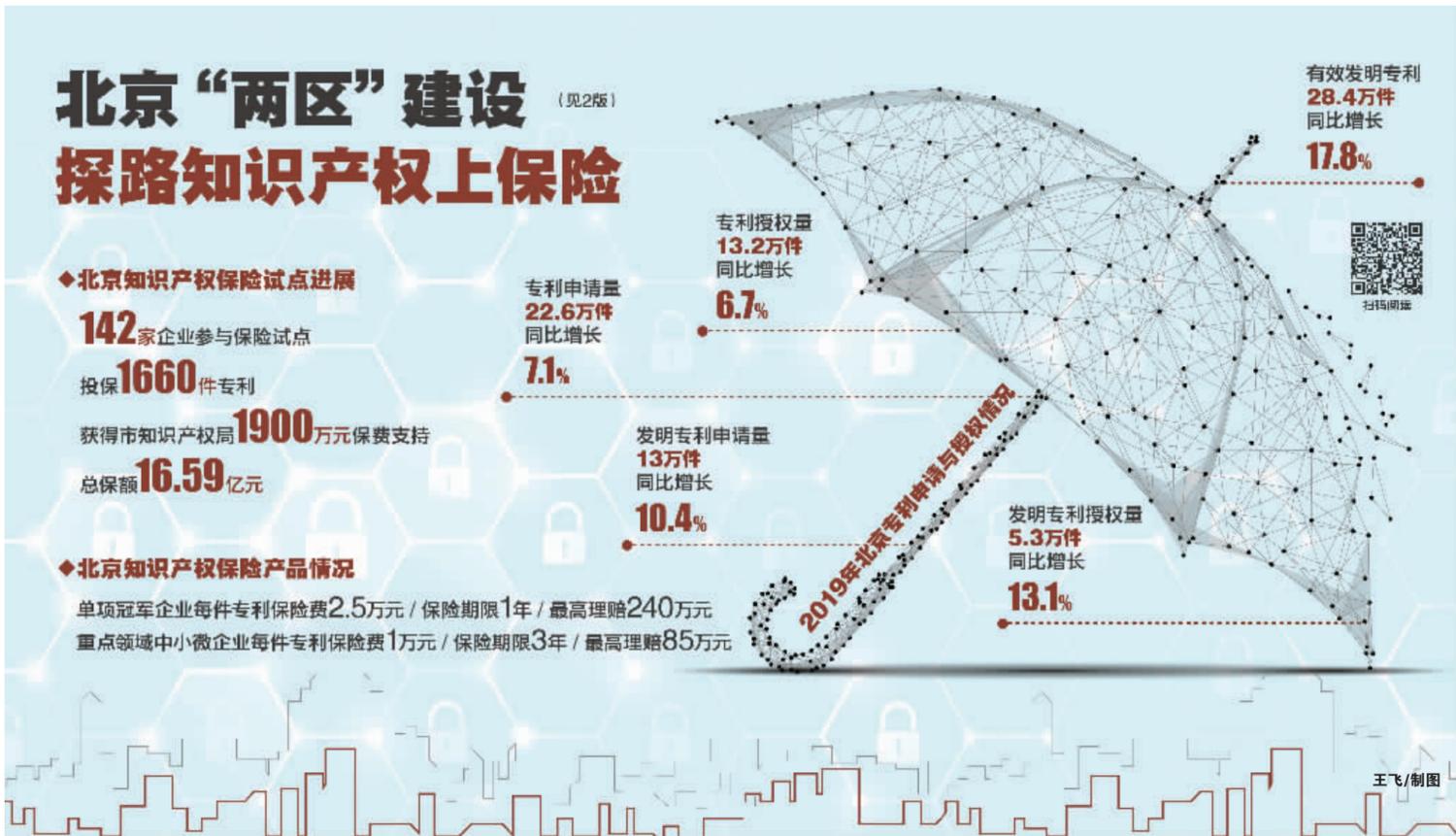
比特币又刷屏了。从12月16日晚冲破20000美元大关,单日涨幅超10%,到12月17日再涨破23000美元,最新涨幅达20.25%,续刷历史新高,整个币圈都在狂欢再一次见证了“历史”。一年内价格涨近5倍,比特币涨势引人注目,但一天内57973人被爆仓10.89亿美元,其风险之高也昭然若揭。

8 美股还敢爆炒IPO吗

谁也没想到,在疫情将经济冲击得支离破碎的这一年,美股会迎来一场异样的狂欢,连带着IPO市场也异常火爆。如今,美股“拼多多”Wish也顺势上车,却猝不及防上市当天股价不给力,直接破发。不知道是不是过去几天“美股疯狂IPO,标志着互联网泡沫时期的贪婪回归了”的警告起了作用。

全国计划新建高标准农田1亿亩

(见2版)



新能源汽车销量增速年内转正

北京商报讯(记者 陶凤 吕银玲)12月17日,商务部发布最新数据显示,随着汽车促消费政策效果进一步显现,国内汽车市场加快复苏,消费需求继续扩大。新车销量、二手车交易量、机动车回收数量等主要指标累计同比降幅进一步收窄。其中,1-11月累计新能源汽车销量同比增长3.9%,首次由负转正。

具体而言,新车销量连续7个月实现两位数增长。11月新车产销量分别为284.7万辆和277万辆,同比增长9.7%和12.6%,销量连续7个月实现两位数增长;1-11月累计产销量分别为2237.2万辆和2247万辆,同比下降3%和2.9%,降幅均比上年收窄14个百分点左右。其中,新能源汽车11月销量为20万辆,同比增长104.9%;1-11月累计销量110.9万辆,同比增长3.9%,首次由负转正。

此外,二手车交易量连续4个月实现两位数增长。11月全国二手车交易量157.38万辆,同比增长13.7%,连续4个月同比实现两位数增长。1-11月累计交易量1263.4万辆,同比下降4.6%,降幅比上年收窄15个百分点。报废机动车回收拆解增速加快。11月,全国机动车回收数量25.3万辆,同比增长25.2%,增速创年内新高,连续6个月保持正增长。1-11月累计回收数量201.2万辆,同比下降2.1%,降幅比上年收窄11.2个百分点。

当月汽车进出口呈现“一降一升”。11月汽车进口10.7万辆,同比下降12.3%;出口12.8万辆,同比增长17.4%。1-11月汽车累计进口82.1万辆,同比下降15%,降幅比上年收窄17.5个百分点;出口95.5万辆,同比下降15.8%,降幅比上年收窄7.8个百分点。

对于新能源汽车消费转正的原因,中钢经济研究院高级研究员胡麒牧分析称,一是在供给侧推出了很多针对新能源车企的投融资、财政补贴优惠政策,并不断完善充电桩等基础设施建设;二是从需求侧放松了车辆牌照的限制政策,并实施购置税补贴和新能源汽车下乡等鼓励消费的政策。

在胡麒牧看来,未来汽车的消费升级是一个大趋势,从消费特点来看,一方面,汽车需求在升级,智能化、新能源将成为新的消费增长点;二是随着二手车市场的发展和相关法规的完善,二手车交易量将不断攀升。

今年以来,国务院和各部门相继出台汽车下乡、以旧换新等刺激消费措施,对整体消费市场回暖产生了明显带动作用,例如汽车类商品销售拉动10月社会消费品零售总额增长约1.1个百分点。

几天以前,商务部新闻发言人高峰也提到,今年底明年年初,商务部将会同有关部门和地方,从市场体系建设、开展促消费活动、营造良好消费环境等方面,开展一系列促消费工作。此外,高峰还表示,鼓励有条件的地方对淘汰旧家电具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴;鼓励发展“互联网+废旧物资回收”新模式,促进家电家具等更新换代。

胡麒牧称,中国汽车消费历经多年快速增长后,已经进入低速增长期,近两年来汽车销量甚至出现了下滑趋势。不过我国千人保有量远低于发达国家,依然有很大的成长空间。而且在构建双循环新发展格局的过程中,汽车消费作为重要的内需,越来越受到重视。

公司研究

蜜芽线下店大败退

- 在京线下店仅剩一家
- 缺乏存在感
- 错位竞争失算

儿童娱乐市场入局者越来越多,但母婴电商出身的蜜芽却节节败退。12月17日,北京商报记者走访发现,国瑞购物中心三层的蜜芽成长湾嘉年华更换了位置,而该门店是蜜芽在北京存活唯一一家线下门店。蜜芽收购的悠游堂直营店在北京市场已经荡然无存。蜜芽曾经大力开店的誓言还在耳畔,可门店现状则颇为凄凉。母婴电商主打产品销售,想要跨界儿童娱乐业态十分困难,若是不具备有吸引力的IP、值得信赖的口碑以及令人放心的环境等条件,很难具有长久的竞争力。(见5版)



购买北京稻香村产品, 请认准:

① “三禾”标识

北京稻香村

② “北京”字样

官方微博

官方微信