



新华社记者 傅云威 欧阳为

近期,欧盟发布通知,对从中国进口的电动汽车进行海关登记,未来可能对相关车辆征收“追溯性关税”;英国、美国准备对中国电动汽车进行反补贴调查或国家安全风险调查。中国电动汽车出海遭遇“逆风”,一方面反映了有关国家以“公平竞争”“国家安全”为名搞保护主义、贸易壁垒,违背市场经济原则和世贸组织规则,另一方面也折射出中国新能源汽车产业日益增强的国际竞争力。

新华社记者近期实地走访调查发现,中国新能源汽车产业的国际竞争优势绝不是靠补贴来支持保护,而是源于供应链完整度和产业聚集度高、充分的市场竞争以及超大规模市场快速促进技术迭代等因素。中国新能源汽车不仅为全球消费者提供多元化消费选择,也在助力更多国家实现绿色低碳转型和可持续发展。中国汽车业向新能源转型的先发优势正在转化为带动全球汽车业转型的新动能。

供应链完整 产业聚集度高

中国拥有全球最完整的产业体系,制造业规模连续十多年居全球首位。这一优势体现在新能源产业上,就是拥有涵盖从材料研发、工程设计到制造管理、总装集成的全产业链,形成了一批契合“国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”要求的汽车产业集群布局。

国内一些新能源汽车产业发展迅猛的地区,基本上都形成了区域产业链供应链体系,打造了由整车企业带动、配套先进智能网联产业链以及优越产业政策的产业生态。

在安徽省合肥市,新能源汽车整车布局全面,形成了包括国有企业、民营企业、造车新势力企业和外资企业在内的6大整车企业、产业链产值超千亿元的产业聚集。整车企业愿意落户合肥,主要原因之一在于当地产业链和汽车产业关联性非常强,拥有较强显示屏、芯片、人工智能、电池等相关产品生产能力。比如,合肥的芯片、集成电路产业从无到有发展非常迅猛,去年相关企业数量超过400家,集成电路产值超过500亿元。

动力电池是江苏省常州市在新能源汽车产业链上竞争力最强的一环。常州市政府提供的信息显示,如果把动力电池产业链拆解为32个主要环节,常州聚集了其中31个,产业链完整程度接近97%。从正负极、隔膜、电解液到电芯,常州有30多家全国乃至全球细分领域的龙头企业,产业规模超过1700亿元。

新能源汽车产业链供应链的完善和聚集,以及充电设施等配套基础设施的建设,为中国新能源汽车发展壮大提供了有力支持。2022年2月,中国新能源汽车生产累计突破1000万辆,2023年7月突破2000万辆。从第一辆到第1000万辆,耗时27年;而从第1000万辆到第2000万辆,仅用了17个月。

蔚来联合创始人、总裁秦力洪认为,最终决定研发工时数和质量的是人,而应用型研发人才最富集的是中国。“研究一款电机投入10万工时,我们研发的单工时成本和西方存在数倍差异,新能源汽车领域研发正在往中国聚集。”

2023年,德国大众集团将德国总部以外最大的研发中心落户合肥。大众汽车集团近年来在合肥持续加码布局,成立整车制造基地、

中国新能源汽车的国际竞争优势

来自哪里

设立独立研发公司、建设电池系统工厂,致力于将合肥打造成除德国之外的新能源汽车先进生产、研发和创新中心。大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德表示,大众正在全面融入中国的产业生态。“在充满活力的市场环境中,高速发展是保持竞争力的关键。”

瑞士《新苏黎世报》日前发表评论文章称,



在江苏省太仓港国际集装箱码头,一批新能源汽车即将通过专用框架运输方式出口。

新华社发

全面禁止中国科技的做法不符合自由市场原则。来自中国的竞争对手能给西方带来好处,他们会激发西方企业动力,例如“德国大众并不是平白无故地到合肥开设一个巨大的研发中心”。

市场规模巨大 技术迭代迅速高效

中国新能源汽车产业市场规模巨大,且拥有强劲增长潜力。中国汽车工业协会数据显示,2023年中国新能源汽车产销量同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达到31.6%。当年,中国新能源汽车销量在全球新能源汽车总销量中占比近65%。中国已经连续9年蝉联全球新能源汽车产销量第一。

中国体量巨大的消费市场和丰富多样的用车环境,为新能源汽车技术研发、迭代升级提供了土壤。无论是售价几万元的代步车,还是几十万元的主流“国民车”,各级别的新能源汽车都能找到发展空间。同时,由于中国消费者对汽车智能化、新技术的接纳程度更高,不少车企都将新产品、新技术率先投放在中国市场。

相比传统汽车,新能源汽车对发动机、变速器传统动力总成的技术要求弱化,转而需要的是电池、电机、电控等“三电”技术和零部件、充电基础设施等,汽车业正迈向电动化、智能化、网联化和数字化。相较于西方传统车企,中国车企具有包袱轻、顾虑少、掉头快等优势。经过近二十年实践,中国新能源汽车产业形成了创新思维和创新能力,实现了跨越式发展,在核心技术方面不断进步。比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福说:“比亚迪有技术‘鱼塘’,里面有各种各样的技术,市场需要时,我们就会捞一条出来。”

中国新能源汽车产品得到市场认可,还得益于智能化技术赋能,如智能驾驶、智能座舱等技术。从全球来看,中国企业在量产水平和迭代速度上均展现出优势,迭代创新周期更快、更高效。

业内人士指出,智能电动车超过40%零部件是燃油车没有的新品类,三电系统、智能驾驶、智能座舱的诸多零部件只能通过创新供应链实现。

电动汽车供应链企业、比利时材料高科技企业优美科公司首席执行官马蒂亚斯·米德赖希表示,中国电动汽车足够好,能够吸引消费者。

中国商务部部长王文涛7日在法国巴黎举行的在欧中资电动汽车企业圆桌会上表示,中国电动汽车企业依靠持续技术创新、完善的供应链体系和充分的市场竞争快速发展,不是依靠补贴取得竞争优势,美欧等关于“产能过剩”的指责毫无依据。中国电动汽车产业的发展为全球应对气候变化和绿色低碳转型作出了重要贡献。

为消费者提供多元化选择 助力全球汽车业转型

依靠在全球市场竞争中形成的科技创新和过硬品质,中国新能源汽车在欧洲广受欢迎。英国《金融时报》日前报道说,欧洲环保团体“运输和环境组织”一项研究显示,2024年在欧盟销售的电动汽车将有四分之一是中国制造,明显高于去年的19.5%。其中,中国品牌电动汽车将占欧盟电动汽车市场的11%,到2027年这一比例将增至20%。报道援引该组织政策总监茉莉娅·波利斯卡诺娃的话说:“关税无法长期保护传统汽车制造商。”

德国《经济周刊》近日发表题为《芯片制裁——我们可能不能向美国学习》的评论文章称,贸易保护主义几乎总会扭曲市场关系,毫无成效且代价高昂。

欧洲新车评价规程秘书长米希尔·范拉廷根表示,随着越来越多中国新能源汽车进入欧洲市场,欧洲消费者有了更多选择。中国车企在欧洲取得的成绩与其在技术创新、安全保障、绿色环保、质量提升上的进步直接相关。

英国汽车制造商和贸易商协会首席执行官迈克·霍斯表示,英国消费者对于越来越多的中国汽车品牌进入英国市场持开放态度。更多中国汽

车品牌进入英国市场对消费者和汽车行业都有好处——良性竞争既降低了电动汽车价格,又促进了行业创新。

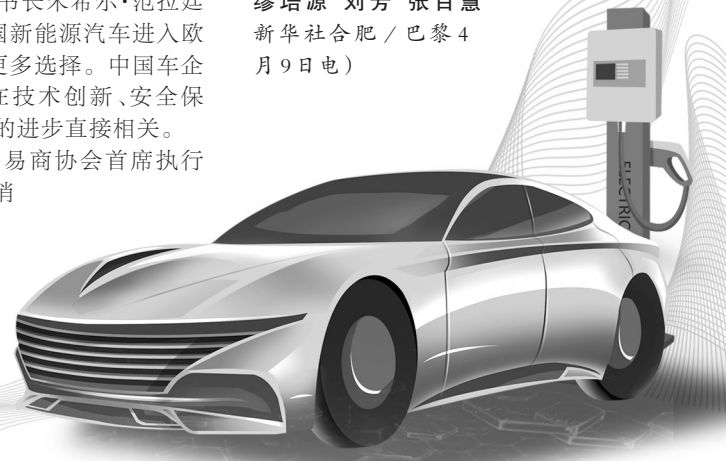
在法国北部法兰西大区建设中的“电池谷”,中国新能源汽车产业链上下游企业的参与备受关注。在“电池谷”中部的吕茨,中国敏实集团与法国雷诺集团于2023年联合投资的两条电池盒生产线已启动生产。雷诺吕茨厂区经理让-吕克·布瓦告诉新华社记者,生产线不到三个月就安装完毕,合资公司正在加紧为雷诺新款电动车生产电池盒。

法国北部投资促进局首席执行官扬·皮托莱说:“中国企业在电池技术和电动汽车领域取得了真正的领先优势,我们真心希望与中国企业建立伙伴关系,从其拥有的先进技术中获益。”

今年2月,小鹏汽车和大众汽车签订加速电动汽车开发合作协议,标志着双方自去年7月建立的合作关系又往前迈了一步。大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德表示,通过与小鹏的合作,他们不仅加快了研发速度,还提高了效率并优化了成本结构。

联合国环境署可持续交通部门负责人罗布·德容近日表示,中国是电气化以及电动汽车推广方面的领导者,希望中国向全世界特别是全球南方分享经验,用中国技术向世界推广可负担的电动汽车。

(参与记者:吴慧琪 缪培源 刘芳 张百慧 新华社合肥/巴黎4月9日电)



消费者权益保护法实施条例7月起实施,有哪些亮点

新华社记者 赵文君

消费者权益保护法实施条例将于今年7月起实施。在国新办9日举行的国务院政策例行吹风会上,市场监管总局、最高人民法院、司法部、国家网信办等部门有关负责人介绍了条例有关情况。今年是消费者权益保护法实施30周年,条例作为配套行政法规,有哪些亮点,将带来哪些影响?

坚持问题导向

市场监管总局副局长柳军介绍,条例坚持问题导向、系统观念,明确要形成经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的共同治理体系,重点在细化经营者义务、强化国家保护、完善争议解决等方面作出了一系列规定。

柳军说,如围绕保障消费者人身财产安全,规定除了一般的商品服务外,赠品也要安全,“免费不免费”。围绕真实披露信息,列举了虚假宣传的常见情形,还规定了不得虚构或者夸大治疗、保健、养生等功效诱导老年人消费,替消费者守好养老钱。围绕保护消费者安宁权,规定不能



河北省邯郸市邯山区市场监管局贸易分局的工作人员在指导学生辨识安全食品的方法。在国际消费者权益日到来之际,各地开展相关活动,提高人们的消费安全意识。(资料图) 新华社发

擅自发送“推销信息”,也不能擅自拨打“推销电话”。通过一系列更清晰的合规指引和更明确的法律责任,让市场更加有序、让经营更加规范,预防市场失灵、减少消费侵权。

司法部立法二局负责人郭启文说,条例聚焦当前消费者关注的痛点堵点难点问题。如细化

和补充消费者权益保护法的有关规定,完善网络消费相关规定,规范预付式消费经营活动,强化政府消费者权益保护职责,明确了消费者协会的履职要求等。

针对一些APP过度采集使用个人信息的问题,国家网信办网络法治局负责人尤雪云表示,

网购时人脸识别属于个人信息过度收集。经营者不得过度收集消费者个人信息,不得采用一次概括授权、默认授权等方式,强制或者变相强制消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的个人信息。

破除痛点和堵点

针对预付式消费、直播带货、“一老一小”、“霸王条款”、“刷单炒信”、“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等消费痛点,条例作出了专门的规定。

市场监管总局执法稽查局局长况旭说,针对直播带货的特性和突出问题,条例作出多方面规范。如直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”,明确平台、直播间和主播“谁人负责”,直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,严格落实身份核验和日常管理责任,明确消费争议解决机制。

预付式消费种种乱象成为放心消费的堵点。况旭说,条例首次赋予了消费者合同解除权,经营者要退的不仅仅是预付款的余额,还要根据合同履行情况和违约情况来定。

条例对押金也作了相应的规定,不得对退还押金设置不合理条件,符合条件的要及时退还。消费者违约时,经营者扣除押金应当以实际损失为标准,而不是简单的“全有全无”。此外,条例为预付式消费设立了专门罚则,明确由各有关行政部门进行处罚。对于预收费用后卷款跑路的,还将依法列入严重违法失信名单。

“霸王条款”是消费者碰到的常见问题,如

“订单不退不换”“注册视为同意”“管辖仅限本地”等不公平格式条款。

况旭表示,条例对“霸王条款”予以了重点关注,如规定经营者不得利用格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同、选择诉讼或者仲裁解决消费争议、选择其他经营者的商品或者服务等权利。

最高人民法院民事审判第一庭庭长陈宜芳介绍,最高人民法院正在就网络打赏、网络直播营销、在线预定、消费者个人信息保护等问题开展调研,下一步将通过适时发布典型案例、制定司法政策等方式不断加大消费者权益的司法保护。

完善解决机制

发生消费纠纷怎么办,这是消费者关心的现实问题。况旭说,条例完善了消费争议的解决机制。

条例要求经营者落实首问负责,体现了“谁销售谁负责”“谁服务谁负责”“谁主管谁维权”的取向。消费者有权直接找销售者、服务商,有关行政部门受理投诉后,经营者和消费者同意调解的,应当依据职责及时调解。

此外,条例还规定了投诉的受理要件、时限、委托调解、鉴定检测等程序,比如重大、复杂、涉及众多人的消费争议,可以纳入政府的抽查检验,“鉴定一次、解决一片”,这也缓解了消费者经常反映的鉴定贵、鉴定难的痛点。况旭表示,消费者和经营者都是市场的重要参与者,双方都要秉持诚信信用原则,在法治轨道内开展民事活动。条例规定,投诉举报应当遵守法律、法规和有关规定,骗取赔偿、敲诈勒索的要承担行政责任乃至刑事责任;惩罚性赔偿、行政处罚制度要准确适用,避免“小错大赔”“小过重罚”。 (新华社北京4月9日电)