

新长征 再出发

格力全国巡回直播赣南苏区“开门红”

■ 戈軒

7月10日晚8点,“格力·中国造”全国巡回直播第一场——“新长征 再出发”大型直播活动在江西省赣州市南康区珣珣开场。格力电器董事长兼总裁董明珠与南康区委副书记、区长何善禧,革命红军后代袁尚贵,佳兴集团董事长袁钱江帆,中国(南康)家具智能制造创新中心院长王奇峰等嘉宾,共同讲述革命老区历史故事,推介赣南风俗特产和格力家电,全面完成直播销售额50.8亿。

不忘长征精神

开启“中国造”新征程

现场直播通过四个时空、五大场景的交替呈现,为观众带来了视觉、听觉的多重感受。另外,直播还增设了观众分会场,分会场由格力的年轻员工代表为观众献上各色格力科技产品与赣州的本土特产。

直播伊始,董明珠就表示:“格力将全国巡回直播的第一站定在赣州南康,就是时刻不忘紧跟党的步伐,将格力自主创新的精神从革命老区燃向全国。南康家具产业的发展更是让人向往上美好的家居生活,这也是格力的初心。选址在南康不仅是为了助力赣南苏区小康,也是为了发展‘新长征再出发’的精神,为赣州地区的发展贡献格力力量。”

董明珠说:近几年,南康的家具产业逐步由“制造”向“智造”转变。今年新冠疫情的到来让许多行业遭受重创,但南康的家具市场依旧繁荣,同时也形成了线下产业与线上直播的完美闭环。因此,南康具有长远的发展潜力。

而在当日上午,格力电器(南康)智造基地奠基礼是在赣州(粤港澳大湾区)高新技术产业园举行,格力在智能制造领域“再落一子”。董明珠在奠基仪式上表示:“赣州有美好的文化,有美好的未来,我们



要用现代的新思想让老区过上更美好的生活,共同开启‘新长征,再出发’篇章,和赣州、南康一起走向伟大。”

“格力电器在革命老区投资,将推动江西省制造业水平的显著提升,同时也将大力助推革命老区脱贫致富和全面小康社会建设。最重要的是彻底改变过去南康要靠党中央输血的局面,本次格力电器不仅不要税收减免,同时也提供了大量的就业机会,这才是真正意义上的扶贫。”何善禧表示。

董明珠为苏区代言

格力家电与赣州特产齐亮相

慷慨激昂的《新长征我们再出发》奏响了赣州经济腾飞的号角,也让直播活动进入了新的时空——老区新篇。

佳兴集团副总裁钱江帆、江西广播电视台主持人曲歌在居家客厅和厨房区域向网友热情安利赣州特产万安黄金茶等。事实上,此次直播还特地为赣州本地产品进行了宣传与推广。在围屋分会场,格力90后员工代表在推荐适用于客厅、卧室与厨房的格力家电之外,还通过布置在分会场的36个赣州特产直播间,为观众介绍赣州本地特产。赣州特有的富硒大米、黄金百香果、黄金茶、山茶油等产品也悉数与网友见面。

董明珠在接受媒体采访时则表示:“我们上一次直播的销售额是100多亿,我当然还希望有这样的数字出现,但是今天关注区域性性的销售,我今天看到了很多人关注南康的事情,关注赣州的农副产品,我也很高兴。我们把赣州的特点和文化都展示出来,让更多人走进来,互相了解、关心、帮助老区人民脱贫致富。”

除了对南康特产进行了推介,董明珠还和主持人尹涓一起对格力的家电产品进行了详尽介绍,包括行业首款兼具定向流新风换气系统与UVC安全除菌系统的格力·臻新风空调以及格力今年推出的明

星产品——“猎手”系列空气净化器等。此外,董明珠还现场展示了格力小康煲、轻食煲等产品,后者是格力最新推出的电饭煲产品,不仅能做出口感软糯的米饭,还能滤去大米中多余的糖分。现场,尹涓还进行了测糖实验,当米饭进入米汤中,汤体中的淀粉遇碘酒逐渐变为蓝色,一目了然地展示了轻食煲的控糖效果。

点亮未来生活

格力智能制造产业布局深入

以智能家居和智能装备为核心,格力的“双智多元化”战略正稳步推进。生活电器单品的陆续发布一方面补充完善了格力的家电全品类布局,另一方面也为其打造智能家居系统提供了集成化的高性能模式。

当晚,格力不仅在直播中展示了机器人乐队的工业制造力量,还对其“零碳健康家”智能家居系统进行了全方位的展示。据了解,格力“零碳健康家”智能家居系统是以格力光伏E+EMS局域能源互联网系统为基础,为全屋家电用电供电,通过对清洁能源的高效利用,打造了颇具未来感的环保智慧智能家居系统。

中国(南康)家具智能制造创新中心院长王奇峰认为,现在人工智能技术已发展到群智时代。在他的设想中,未来的家居生活一定是人、信息、物品融合的群智能家居时代。而智能家居不仅有这样的智能技术上争取上位,同时还要兼顾绿色化。

据悉,格力“零碳健康家”智能家居系统所使用的光伏空调早已在格力电器总部商用大楼应用。董明珠介绍称,格力8000平米的光伏板不仅为2万平米的研发大楼提供了空调用电,每年还向公共电网输送30万千瓦时的电量,实现了科技、环保和效益三者的有效融合。“尽可能不破坏环境,不消耗资源,同时为消费者带去实实在在的福利与实惠,是一个企业的责任。”董明珠表示。

中国东兴与越南芒街隔河相望,站在东兴口岸眺望,北仑河静静流淌。虽然疫情的影响仍在,但是口岸附近的万众国际批发市场依然吸引着众多商人,东盟国家的货物经这里源源不断发往中国内地。

我是党员 我先上

恪尽职守,身体力行是他对自己的要求。今年年初,新冠肺炎疫情突如其来,疫情形势异常严峻。作为科长,他深知自己肩上的责任,认真细致做好疫情防控工

作,坚决做到安全生产和疫情防控两手抓、两手硬、两胜利,要求全职工要提高认识,强化防范措施,从个人做起,积极采取防护措施,从不计较个人得失,他常说:“我是党员,我先上!”疫情期间单位值班他先来,每单位留守他先来,特殊天气防范工作他先来,他始终以党员的标准严格要求自己,恪尽职守,率先垂范。近日,连降大雨,大风天气给机电工作带来了困难,他始终坚守在岗位上,连续7天在单位值守没有回家,确保各项工作正常开展,充分分担了。在日常工作中,他愿意聆听职工的心声,尊重职工、团结职工,并且自己以身作则,说真话、办实事,调动职工工作积极性。

28年,人生有几个28年?戚玉刚把青春奉献给了双公司,他无怨无悔。有人问他,“干煤矿这么多年咋还这么大力干呀?他笑呵呵地说:“我是工人,我的家在矿上,煤矿有我割舍不掉的感情。”

AI 赋能,智慧出行成果加速落地

2020世界人工智能大会正在上海举行,当聪明的车遇上智慧的路会产生什么神奇的反应?有AI赋能,众多智慧出行成果亮相本次大会,加速应用落地。

在2020世界人工智能大会自动驾驶主题论坛上,上海自贸区临港新片区智能网联汽车产业大规模示范应用启动。在上海临港的多种自动驾驶应用场景也在大会期间亮相。路上偶遇的无人驾驶汽车正在清理道路障碍物;自动驾驶出租车在地铁站接送乘客并自动驾驶前往他们想去的地方;无人驾驶小汽车“零接触”的方式以及无人驾驶送到上班族的手中……尽管开放道路的无人驾驶应用落

挑战 and 机遇并存 车市回暖可期

■ 高亮

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月累计销售汽车超25万辆,同比增长136%;4、5月连续2个月销售汽车超7万辆,在疫情影响和市场环境严峻的双重压力下取得了不错的成绩。

国家统计局贸易外经司统计师张敏表示,在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下,居民购车和换车需求持续释放,汽车市场销售有所回暖。

挑战依然艰巨

进入2020年以来,受疫情影响,停工停产、线下消费场景缺失是今年上半年汽车市场遇冷的根源,汽车厂商和汽车经销商生存压力进一步加大。

“国际疫情的不确定性依然存在,海外市场需求还未次恢复,出口依赖型企业仍没有摆脱困境。”陈士华介绍,1至6月,我国汽车出口汽车38.6万辆,同比下降20.9%。

同时,新能源汽车产销仍呈现低速态势。近期,拜腾汽车因资金链出现问题宣布暂停公司运营。造车“新势力”企业面临前所未有的挑战,行业洗牌进一步加快。

近日,中国汽车流通协会发布的《2020上半年汽车市场与用户洞察报告》显示,上半年,全球超过100家品牌车企停产,超300家零部件企业停产,国内

中汽协公布的数据显示,1至6月,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

中汽协副秘书长陈士华介绍,我国汽车产销量分别达1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%,降幅与1至5月相比,分别收窄7.3个百分点和5.7个百分点。

陈士华表示,疫情影响一季度汽车产销受到巨大影响,5、6月出现恢复性增长,尤其6月份重型货车产销出现高速增长,在历史上并不罕见。这为我国经济运行总体复苏态势持续向好,制造业供需两端持续回暖,消费市场持续改善和重大基础设施项目加快开工等息息相关。

中汽协数据显示,上半年,本土汽车品牌市场份额有所下降,但以红旗、长安等为代表的自主品牌实现逆市上扬,整体销量较好与市场预期吻合。

同时,重点车企承压压力,着力推动

复工复产,部分企业实现逆势增长。北汽福田汽车1至5月