



发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点,必须继续做好创新这篇大文章,推动新质生产力加快发展。

全面深化改革

推动新质生产力加快发展,要以全面深化改革提供强大动力。生产力决定生产关系,生产关系反作用于生产力,生产关系必须与生产力发展要求相适应。发展新质生产力,必须进一步全面深化改革,形成与之相适应的新型生产关系。要深化经济体制、科技体制等改革,着力打通束缚新质生产力发展的堵点卡点,建立高标准市场体系,创新生产要素配置方式,让各类先进优质生产要素向发展新质生产力顺畅流动。同时,要扩大高水平对外开放,为发展新质生产力营造良好国际环境。



资金链断裂之外,爱驰问题重重

近日,爱驰汽车被曝出资金问题,推出了员工自费垫付社保和公积金的方案。

据网络截图显示,为满足刚需员工不出现在现金金中断的需求,爱驰开通了自缴垫付社保公积金缴费通道,同意的员工劳动合同自5月1日起变更至上海亿维之家公司,并要在5月25日之前打款至相关账户。后期公司会退还给员工,不自付的员工则可以等待公司资金情况缓解后补缴。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

显示,2023年1月-4月,爱驰仅售出111辆新车。此前3年,爱驰汽车的交付量分别为2600辆、3011辆、765辆,总销量也未突破万辆。

同时,爱驰是最早发力海外市场的造车新势力之一,但海外销量表现同样不佳。2020年5月,爱驰宣布启动国际化进程,此后爱驰陆续进入法国、德国、荷兰、比利时、丹麦等超过10个国家,但累计交付量未超过7000辆。

业内人士分析认为,爱驰汽车的资金困境只是短期内的困境,而非产品力、供应链、品牌、渠道、售后服务等核心竞争力不足,无法在激烈的市场竞争中立于不败之地。爱驰汽车真正的困境,是缺乏产品力、品牌、渠道、售后服务等核心竞争力。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

截至发稿,爱驰汽车暂未对上述情况作出回应。

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

自己定下了年度目标。蔚来汽车董事长李斌表示,2023年销量将超越雷克萨斯(雷克萨斯2022年销量18.39万辆);小鹏汽车则计划2023年实现累计交付45万辆,这也就意味着这两家的交付目标都在20万辆左右。此外,哪吒汽车今年将冲击25万辆交付目标,极狐汽车2023年的交付目标是14万辆。

但就目前各家公司的交付情况看,各家要实现全年销量目标仍面临不小挑战。步入2023年,一直保持在月销一万辆以上的蔚来销量突然“腰斩”,小鹏的月销量也只是勉强维持在2万辆,而蔚来、小鹏也在近期迎来销量拐点,在通过上新能源销量,重新夺回销量第一。

盈利能力不足,自我造血慢,持续性亏损是造车新势力车企生存发展遇到的另外一大阻力。各大造车新势力的2022年年报显示,蔚来汽车全年亏损114.37亿元,小鹏汽车则全年亏损91.40亿元,而理想汽车则全年亏损51.09亿元。理想汽车一季度录得净利润0.34亿元,这是第一家连续两个季度实现盈利的造车新势力,理想当年的车辆毛利率为19.8%。

分析原因和现状,除了原材料涨价,体系实力也是制约车企盈利与否的重要因素。汽车行业分析分析师张翔表示,除了豪华品牌外,车企月销不上万台是很难生存和盈利的。特斯拉的高毛利率也是依托于规模效应,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

今年4月,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏公开表示,由于特斯拉自身具有较大的消费场景与规模,才能让单车成本下降,实现成本优势,否则也很难靠低价格实现盈利。

这些优势品牌必须面对的困境。在今年复杂的市场情况下,销量规模较小的车企面临的压力更大。

平安证券研报显示,造车新势力持续的研发投入和快速扩张的销售网络建设,使得造车新势力车企在2023年需要投入约800亿元的研发费用,按照目前造车新势力车企每辆车的价格在20万-40万元计算,车企的销量需要在20万-40万辆。

今年,不少造车新势力车企已经给

