

洋葱快评

敞开大门,不仅有利于学生融入社会,也是高校承担社会责任的体现。高校是知识的聚集地和科技创新的重要源头。很多人慕名参观高校,不只是想欣赏优美的校园环境,更想在校园文明氛围中得到熏陶。

北大清华校园开放名额“秒光”,其他高校能否跟上



评论员 沙元森

日前,清华、北大发布公告,从7月8日起恢复校园预约参观通道。对北大、清华等名校仰慕已久的人,看到这个消息,如获至宝。

但是,有机会不等于成功。7月4日,有媒体注意到,清华、北大目前可预约日期内的参观名额已全部约满。在社交平台上,不少人提到,清华、北大的校园开放预约名额“秒光”,火爆程度堪比热门景点。

这个“供不应求”的问题,责任自然不在北大、清华,毕竟北大只有一个,清华没有分校,两所学校还需要维护正常的教学、科研、生活秩序,不可能无上限地接待参观人员。

但是,很多人参观高校的需求完全可以通过扩大其他学校的“供给”得到满足。只要有更多的高校主动开放校园,这种井喷的预约参观潮就能被及时分流,最终使校园开放成为常态。

目前,全国共有高校三千余所。虽然其中绝大多数高校的历史底蕴和校园环境都不能与北大、清华相提并论,但也确有不少高校的建筑和环境独具特色,甚至不逊色于北大、清华。

在各种版本的“最美大学”排行中,一些高校常年霸榜,也是很多中小学生对向往之的学术殿堂。遗憾的是,一些环境优美的高校越来越习惯于“关上校门成一统”,搞得门禁森严,往来不易。

高校关门有很多理由,比如可以让自己更安全、更安静,甚至更省心,但是关门并

不意味着一定“大吉”。在高度开放和流动的社会中,一个高校只有开门办学,才有可能顺利完成学生的社会化,让他们更好地融入社会、服务社会。否则,社会不了解高校,学生适应不了社会,双方无法形成深度互动,最终受损最大的还是学生。尤其是在毕业季,高校更是没有理由一边紧闭大门,一边感叹学生就业艰难。

敞开大门,不仅有利于学生融入社会,也是高校承担社会责任的体现。高校是知识的聚集地和科技创新的重要源头。很多人慕名参观高校,不只是想欣赏优美的校园环境,更想在校园文明氛围中得到熏陶。

很多人就是因为小时候在大学校园中得到了眼见为实的激励,才有了明确的奋斗目标,考进了心仪的学校。暑假期间,高校如果都能敞开大门,让更多的学生和家走来一走,

看一看,感受一下校园环境和氛围,一定比在高招会上磨破嘴皮子有更好的宣传效果。

论社会知名度,北大、清华原本不需要太多的自我推介,但是他们依然主动恢复了公众预约参观校园的通道。这种看似自找麻烦的举措,体现了高校的博大胸怀,两所高校也因此无愧为高校中的“顶流”。

教育就是学而时习之 and 见贤思齐,面对北大、清华的领先一步,其他高校也当加快开放节奏,让更多的人顺利进入校园。

西安交通大学校长王树国日前在接受媒体采访时说,第四次工业革命已经来了,如果大学还在孤芳自赏,自我陶醉,不从自己构建的小圈子里跳出来,那将落后于社会的发展。这是一个教育家的清醒认知,不知道那些紧闭大门的高校,是否听到了这样的召唤,尽快从自己营造的小圈子里跳出来。

特斯拉中国再次降价,激起整个新能源汽车赛道的“价格战” 新能源车企“期中考”成“淘汰赛”?

文/片 记者 都亚男

“理吒蔚”成新“三剑客” 小鹏交付量同比腰斩

伴随着多家新势力车企公布6月新车交付量,2023年上半年新势力车企销量比拼局面日趋明朗:“蔚小理”的格局已成明日黄花,理想、哪吒、蔚来组成新的“三剑客”。其中,理想上半年以13.91万辆的销量一骑绝尘,哪吒、蔚来紧随其后,销量分别为6.24万辆、5.46万辆。

从6月销量来看,理想、零跑、哪吒为月度销量前三,理想汽车月度交付首次突破3万辆。继5月重返“万辆俱乐部”后,零跑汽车6月销量再次过万辆,同比增长17.3%,环比增长9.5%。但是,零跑汽车上半年交付总量为4.45万辆,距离20万辆的全年销售目标还差超15万辆。由此来看,时间过半进度仅完成1/4,零跑汽车下半年的销售压力不小。

值得注意的是,哪吒6月销量1.21万辆,这一数字与同行相比虽排位靠前,但同自身相比,却出现同比、环比双下滑的趋势。哪吒6月销量同比下滑7.79%,环比下滑6.88%。不过,在6月的第十五届中国汽车蓝皮书论坛上,哪吒汽车联合创始人、CEO张勇表示,今年卷得太厉害,哪吒上半年销量目标未达预期,但哪吒不会盲目参与价格战来提高销量。

然而,此前曾强调“不降价”的蔚来,在6月中旬宣布全系降价3万元之后,在销量上很快尝到甜头。4月、5月连续两月不足7000辆的蔚来,6月销量立即过万辆,同比增长17.39%,环比大增74%。

昔日“造车新势力三杰”之一的小鹏汽车,如今销量已被理想、蔚来远远甩在身后。小鹏汽车6月交付量为8620台,相比去年同期下滑了43.64%,但与上月相比,销量则上涨了14.8%。在6月29日的小鹏G6上市发布会后的媒体采访中,当被问及如何看待“蔚小理”之间的销量差距时,小鹏汽车创始人、董事长何小鹏曾表示,“今年(销量)好的不代表明年还会好,今年差的也不代表明年会继续差。”

比亚迪上半年销量过百万 赛力斯“跌落神坛”

除了造车新势力及时交出上半年成绩单之外,部分来自传统车企的新能源汽车品牌也拿出了亮眼的数据,根据截至7月

7月初,部分新能源车企公布了上半年的“期中考试”成绩单。比亚迪依旧是当之无愧的销冠,上半年125.56万辆的销量,是特斯拉的1.41倍。

2023年上半年新势力车企销量比拼局面日趋明朗:“蔚小理”的格局已成明日黄花,理想、哪吒、蔚来组成新的“三剑客”。7月1日,特斯拉中国再次降价,最高下降4.5万元,新一轮的价格战下,国产新能源车企是否再次临深履薄?



在齐鲁国际车展上,一位市民在特斯拉展区试车。

3日中午公布的数据,比亚迪、广汽埃安、长城新能源品牌销量靠前。

比亚迪依旧是当之无愧的销冠,6月销量25.3万辆,同比增长88.79%,上半年过百万的销量更是碾压众多同行,比亚迪上半年累计销量125.56万辆,同比增长95.78%。

广汽埃安表现亦不错,6月销量45013辆,同比增长86.7%,1-6月累计销量20.93万辆,同比增长109%。自年初以来,广汽埃安销量一直呈现上升趋势,从1月的不足万辆,到2月过3万辆,3月起一直稳步在4万辆以上。截至目前,埃安旗下在售产品有AION LX Plus、AION V Plus、AION S Plus、AION Y Plus、AION S五款,其中,AION Y系列销量占据广汽埃安品牌销量的“半壁江山”。

长城新能源乘用车6月销售26643辆,同比增长110.1%,1-6月销量93069辆,同比增长46.4%,值得注意的是,这一数据包含了长城汽车旗下哈弗新能源、欧拉新能源、魏牌新能源三个品牌的销售量。

赛力斯6月销量18754辆,同比下降27.04%,其中,赛力斯汽车6月销量5668辆,同比下降25.99%。在与华为达成战略合作以后,赛力斯推出的AITO问界M5、问界M7先后上市交付,并在去年取得单月销量破万的好成绩,但进入2023年后“跌落神坛”,销量未能再过半。

此外,极氪、北汽蓝谷、岚图6月销量分

别为10620辆、11224辆、3007辆,同比增速分别为146.90%、212.04%、149.80%。其中,北汽蓝谷的销量为子公司北京新能源汽车股份有限公司的销量,包括极狐汽车、北汽汽车两大品牌。

特斯拉再次降价 国产“玩家”如何接招

7月1日,多次降价的特斯拉再次宣布,将其两款高端车型在中国的售价下调3.5万元至4.5万元。其中Model S的起售价将降至77.39万元,Model X的起售价将降至98.89万元。一次又一次的降价,让特斯拉成为新能源汽车市场的交易“宠儿”。根据特斯拉7月3日发布的二季度生产及交付报告,今年第二季度,特斯拉交付超46.61万辆电动汽车,同比大增83%,再创特斯拉单季度交付历史新高。

特斯拉上半年电动汽车交付量达88.9万辆,按照特斯拉设定的180万辆销售目标,已完成近一半。即便如此,比亚迪上半年的交付量仍是特斯拉的1.41倍。

在今年的新能源汽车市场上,特斯拉犹如一条鲑鱼,激起了整个新能源汽车赛道的“价格战”,一家又一家的新能源车企“主动”加入降价队伍。不过,降价对特斯拉有效,但并未对所有车企都起到作用。

早在今年1月,前面提到的赛力斯对AITO问界M5 EV、AITO问界M7两款车型进行降价,最高降价达3万元,不过降价之后也没能留住消费者的脚步,1月至今,月度交付量再未过万。

降价虽提升了特斯拉的销量,但这也让特斯拉的盈利指标承受不小的压力。今年一季度,特斯拉净利润为25.13亿美元,同比下滑超24%,整体毛利率19.34%,同比降低9.77个百分点,该季度毛利率也创下两年来季度历史最低。

说到底,降价还是一场“大玩家”的游戏,玩得起的“烧钱”抢地盘,玩不起的会逐渐被市场“淘汰出局”。在这样一场无硝烟的战场上,如何抢市场、如何“补血”成为不少品牌面临考验的第一道关卡。

6月,蔚来干了两件大事。第一件就是前述的降价,这促使蔚来6月销量比上个月大增74%。第二件就是“补血”。6月20日,蔚来公告称,与阿联酋阿布扎比政府旗下投资机构CYVN Holdings签订股份认购协议,CYVN Holdings将通过定向增发和老股转让的方式进行总计约11亿美元的战略投资。蔚来通过此次融资“血条”直接填满,现金及现金等价物将回升至200亿元左右,接近去年同期水平。

造电车“烧钱”,价格战下造电车尤其“烧钱”。但是,能像蔚来一样拿到一笔融资的新能源车企还在少数,威马汽车、雷丁汽车等造车新势力相继倒闭停产,与其陷入资金链绝境关系紧密。

与此同时,当下国内市场竞争日趋“白热化”,越来越多的国产新能源车企选择“出海”抢市场,“出海”成为“活下去”的一条宽阔路子。据乘联会发布的全国新能源市场深度分析报告,2023年5月新能源汽车出口达9.7万辆,同比增长149.1%,环比增长6.9%;2023年1-5月出口新能源车41万辆,同比增长165.2%。

乘联会分析称,伴随着中国新能源的规模优势和市场扩张需求,中国制造新能源产品品牌越来越多地走出国门,新能源出口市场仍然向好,前景可期。从自主出口的海外市场零售数据监控看,上汽等自主品牌在欧洲表现较强,比亚迪在东南亚崛起,除了传统出口车企的靓丽表现,近期新势力出口也逐步启动,海外市场已有数据开始显现。

不论是寻找“补血”,还是在寻找市场,总结来看,新能源车企都是在寻找出路,但最终谁能在这场“淘汰赛”里笑到最后,还是时间说了算。