

广州推动“以旧换新”刺激新能源车消费

稳定和扩大汽车消费成促经济重要一环

近日,国内多地相继推出汽车消费刺激政策,促进汽车消费市场快速复苏。作为全国三大汽车生产基地之一的广州,也正在推动汽车以旧换新,包括购买新能源车最多补贴一万元/台……可以说,稳定和扩大汽车消费已成为广州促经济的重要一环。

■新快报记者 张磊

“以旧换新”最高可享1万元补贴

4月24日,广州市工信局发布通知,2023年广州市汽车以旧换新推广车型目录征集时间将推迟,申报截止时间延长至4月26日12:00。此前,广州市工信局组织开展2023年广州市汽车以旧换新推广车型目录征集工作,并发布了《广州市工业和信息化局关于组织开展2023年广州市汽车以旧换新推广车型目录征集的通知》。

值得注意的是,4月21日,16届35次市政府常务会议审议通过了《广州市促进消费提档升级若干措施》(以下简称《若干措施》)。《若干措施》紧紧围绕“促进消费”“提档升级”两个关键词,共提出12个领域38条措施,涵盖商圈打造、品牌引进、汽车以旧换新、住宿餐饮、电商赋能等消费各个领域。

以汽车为代表的大宗消费具有消费占比高、产业链长、带动力强的特点,稳定增加汽车等大宗消费对提振经济较为重要。在加强大宗消费支持方面,推动汽车以旧换新、新能源车及家居家装家电消费是关键环。

在推动汽车消费上,《若干措施》提出,对2023年3月1日至12月31日期间,对持有广州车辆号牌的个人消费者通过“以旧换新”的方式,在广州市注册登记的汽车销售企业购买“国六”排放标准推广车型范围内的新车,且在本市完成车辆注册登记的,每辆新车分档次给予最高1万元补贴。对购买新能源汽车(含油电混动)分档次给予综合性补贴措施。

作为全国三大汽车生产基地之一,2022年广州汽车产业实现工业总产值6471.73亿元、产量313.68万辆,整车产销创历史新高,连续四年居全国城市之首。可以说,扩大汽车消费对广州来说至关重要。

此次广州市推出“以旧换新”至高1万元的补贴政策,业内人士分析认为,此前汽车补贴政策多集中于新能源车,而此次“以旧换新”鼓励消费者购买“国六”排放标准推广车型范围内新车,将有助于缓解经销商库存压力,加速国六A向国六B切换。另一方面,直接补贴或以现金形式让利广大消费者,有利于

大力提振消费信心、扩大消费需求、激发消费潜力,促进消费市场快速恢复。

政策持续加码,激发新能源车消费活力

事实上,广州关于刺激汽车消费的政策一直在加码。除了“以旧换新”,政策倾斜的重心集中在新能源汽车部分。

3月31日,广州市新能源汽车发展工作领导小组办公室印发实施《广州市鼓励支持个人领域新能源汽车推广应用工作指引》。根据指引,补贴对象为2023年3月1日至12月31日期间,在广州购买符合要求的新能源汽车(以发票日期为准),并在2024年1月31日前完成注册登记的个人消费者。对符合申领条件的个人消费者,给予不同程度的补贴,其中机动车销售统一发票含税价(以下简称“车辆价格”)在10万元(含)至15万元,补贴10000元/台。

广州市“偏爱”新能源汽车有迹可循。数据显示,2022年广州市新能源汽车产量27.94万辆,同比增长120.8%。可以说,新能源汽车已成为广州三大新兴支柱产业之一。

不只是广州,稳定和扩大新能源汽车消

费也已成为全国各地促经济的重要一环。

日前,工信部党组成员、副部长辛国斌赴上海调研新能源汽车产业发展时表示,接下来将适时出台稳定和扩大汽车消费的有效政策,推动新能源汽车产业发展,推动研究并尽快明确2023年后车购税减免政策,制定加快充换电建设、公共领域新能源汽车推广应用等支持政策。

4月10日,乘联会发布数据显示,1-3月新能源乘用车国内零售销量达到131.3万辆,同比增长22.4%。3月新能源车国内零售渗透率34.2%,同比增加6个百分点。由此看来,新能源汽车“飞速奔跑”的态势还在继续,各地发力刺激新能源汽车消费也是必然。中汽协也表示,随着新车密集发布、多个城市春季车展启动、降价补贴政策出台,预计4月汽车市场整体企稳,乘用车终端销量在150万辆左右。



更多优质汽车资讯
请关注新快报汽车频道

特别报道

如何改变汽车生态的未来?

丰田将打造“继承与进化”的中国式范本

在电动化浪潮席卷下,中国作为全球最大的汽车市场,正以残酷的激烈竞争,迎接下一个新的觉醒时代。无独有偶,丰田作为全球最大的汽车巨头,正以一种前所未有的加速度,向以研发纯电动为中心的移动出行公司转型。

汽车产业的未来是什么?这个没有正确答案,但汽车产业还有很多可能性存在。这也是丰田在新社长佐藤恒治提出的“继承与进化”新体制经营愿景下进行结构改革的勇气所在。“制造更好的汽车”和“做当地最好的企业”一直是丰田最重要的价值观,以中国市场为牵引,丰田可谓是火力全开,加速挑战改变汽车的未来。



1 加快新能源战略节奏 中国扮演重要角色

围绕“碳中和”目标,丰田考虑到能源的未来并切合不同地区的实际情况,坚持HEV、PHEV、BEV乃至FCEV的全方位电动化战略,并在中国这个多元化的市场长期深耕。

当前,中国的电动化和智能化已经走在了世界前列,这对力争成为移动出行公司的丰田而言,在中国的举措有着重要的意义,那就是要引导丰田的变革。

为此,丰田在加快新能源战略节奏上,不仅提出到2026年之前投放10款BEV,并使全球BEV年销量达到150万辆的目标,更是有意借助中国BEV产业和智慧,加快推进现地化研发。

就在今届上海车展,丰田为中国消费者带来了bZ系列两款“现地化研发”的新车,分别是“bZ Sport Crossover Concept 智享跨界”和“bZ FlexSpace Concept 悦

动空间”,这两款全球首秀的车型都将于2024年正式导入,前者由丰田与比亚迪丰田电动车科技有限公司、一汽丰田、丰田中国研发中心共同开发,计划由一汽丰田生产销售;后者由丰田与广汽集团、广汽丰田、丰田中国研发中心携手共同打造,并计划由广汽丰田生产销售。

丰田方面表示,未来将基于中国消费者的需求,在中国进行独立研发,并将在中国企划研发的产品普及到全球。

2 强化智能技术 提速现地化研发

中国的智能化技术,如智能座舱、语音识别以及自动驾驶等都处于世界领先水平,特别是中国消费者的需求度极高。为此,丰田将采取和中国专属纯电动车的研发一样,强化并推进智能化技术在中国的现地化研发。

除了车展期间带来T-Pilot智能驾

驶辅助系统、Toyota Space智能座舱、Toyota Connect智能互联等领先科技,丰田正从各个领域积极与现地合作伙伴一起推进现地研发,也让自身多年积累的经验和技术得以活用。

在自动驾驶领域,丰田与小马智行开展合作,并于多地开展商业运营实证实验。在FCEV方面,则在商用及乘用车领域不断扩大朋友圈,与志同道合的中国企业一起推动氢能产业建设,构建氢能社会。丰田预计,2024年春天首家在日本以外地区建造的氢燃料电池系统专用工厂将在北京投产。

同样值得一提的是,丰田很早就开始从全生命周期的角度推进“碳中和”的实现,在中国也已经与本土的合作伙伴如从事电池材料制造业务的中国五矿集团有限公司展开相关事业合作,致力于废旧动力蓄电池的梯次利用和再生利用。

3 继承“安心”“可靠”品牌基因 持续进化反哺

在秉承“环保车只有实现普及才能真正为环境做贡献”的理念下,丰田自1997年推出世界首款量产油电混合动力车(HEV)普锐斯以来,已累计销售2250万台混合动力车。如果换算成BEV,大约相当750万台BEV的碳减排效果。对于全方位电动化战略中打头阵的HEV车辆,丰田不断推陈出新,通过持续进化,成本已经降到了当初的六分之一左右,和传统燃油车收益性方面不相上下,持续有力地推动了电动化车辆的普及应用。

如今丰田混合动力技术已经升级至第五代,并发布了全新中文命名——“智能电混双擎”,实现更迅速的动力响应、更强劲的动力输出、更持续的加速性能。

丰田认为,要向移动出行公司变革,就要去直面地区、社会的课题,以具有灵活多样的想法和挑战的精神付诸行动,才会让当地社会接纳和认可。

近年来,中国的老龄化进程不断加快,丰田一直积极思考如何有效应对老龄化引起的各种课题,并积极推进无障碍出行领域的事业,在此次车展上,丰田便带来了帮助行动不便人士出行的无障碍露营车。

同时,丰田还希望将“Fun to Drive”的体验带给所有人,于车展上亮相了GR品牌旗舰车型GR SUPRA和备受粉丝、车迷瞩目的GR YARIS。丰田表示,今后将持续秉承“磨练车亦锻炼人”的理念,在赛道中不断向“制造更好的汽车”发起挑战,也将通过GR品牌的推广,持续普及汽车运动文化、支持中国汽车运动发展。

不得不说,在继承“安心”“可靠”品牌基因的前提下,丰田正用中国速度进化出一条中国式的“制造更好的汽车”之路。(陈璇)