

商务部：鼓励各地调整优化汽车限购措施

为了稳定扩大汽车消费，鼓励各地调整优化限购措施，增加号牌指标投放，鼓励有条件的地区开展新一轮汽车下乡和以旧换新。

国务院新闻办公室于11月27日下午3时举行国务院政策例行吹风会，介绍关于提振大宗消费重点消费和促进释放农村消费潜力有关情况，并答记者问。商务部副部长王炳南提到，汽车消费持续回升，10月份汽车零售额同比增长12%，连续4个月两位数增长。

鼓励新一轮汽车下乡和以旧换新

商务部副部长王炳南告诉记者，商务部积极会同相关部门，统筹推进疫情防控和消费促进工作，在稳定扩大汽车消费方面。会同发改、工信等部门出台加快淘汰报废老旧柴油货车、畅通二手车流通交易等稳定扩大汽车消费政策措施，并做好贯彻落实。发布《报废机动车回收管理办法实施细则》，完善报废机动车回收利用体系。会同工信部、农业农村部，组织开展新能源汽车下乡活动。指导各地因地制宜出台增加汽车号牌限額、实施燃油购车购置补贴、开展汽

车以旧换新等措施。具体而言，就是鼓励各地调整优化限购措施，增加号牌指标投放，鼓励有条件的地区开展新一轮汽车下乡和以旧换新。深化汽车流通体制改革，畅通新车、二手车、报废汽车、汽车进出口等内外循环，推动汽车由购买管理向使用管理转变。加快修订《二手车流通管理办法》，落实全面取消二手车限迁政策，进一步活跃二手车市场。健全报废汽车回收利用体系，促进老旧汽车报废更新。推动汽车后市场发展，释放汽车消费新增长点。

汽车消费明显好于年初预期

在促进汽车尤其是新能源汽车消费方面进展如何？工业和信息化部装备工业一司司长罗俊杰指出，汽车产业链长、涉及面广，国际化程度也特别高。今年以来，受突发新冠肺炎疫情的影响较大。国家注重远近结合，推动消费侧的拉动以及供给侧升级两项工作，努力保障汽车产业平稳健康发展。

工信部推动出台促消费的相关政策。为积极应对疫情影响，解决有效需求不足的问题，积极配合相关部门研究出台了稳定和扩大汽车消费的“一揽子”政策措施，同时也督促广东、上海、北京等十多个省市加快出台了促进汽车消费的具体政策措施。随着政策效应的显现，1—10月，我国汽车生产达到了1952万辆，同比下降4.6%，明显好于今年年初的预期，也好于全球的同期水平，为夺取疫情防控和经济社会发展双胜利作出了积极贡献。

新能源汽车政策有序接替

工信部还加大新能源汽车的推广力度。特别是农村地区，具有推广新能源汽车的诸多优势条件，为促进适合农村地区的新能源汽车消费升级，引导农村居民出行方式转变，会同农业农村部、商务部，于今年7月开始就组织开展了新能源汽车下乡活动，目前已经完成了山东青岛、江苏、海南、四川等专场活动。据初步统计，下乡车型4个月的销量已经接近了10万辆。同时还推动公共领域车辆电动化，这个工作不仅有效地促进节能减排，还能带动充换电基础设施建设。今年10月份，销量达到了16万辆，同比增长达到104.5%。

工信部还积极推动产业结构转型升级。为推动新能源汽车产业的高质量发展，今年以来，加快组织编制《新能源汽车产业

15%新车装L2级自动驾驶系统

求。贯彻《新能源汽车产业中长期规划（2021—2035年）》工作部署，加强工作统筹和政策衔接，协同推进汽车与能源、交通、信息通信等产业的深度融合，做好智能网联汽车技术创新示范，推动计算平台、激光雷达等前沿技术研发，也取得了一些初步成效。目前，有15%的新上市车型装载了L2级自动驾驶系统，智能网联汽车产业发展也保持了良好的势头。

罗俊杰透露，下一步将会加大产业创新催生消费需求，丰富娱乐、生活服务、自动驾驶等功能，促生更多的消费需求。

此外，完善政策措施促进汽车消费。鼓励地方出台更多真金白银的优惠政策，工信部将联合相关部门编制汽车下乡活动计划及进一步推动农村汽车的消费升级，同时深入实施公共领域车辆电动化行动计划，启动全面电动化试点城市的申报，会同财政部等有关部门研究奖补支持政策，以公共领域电动化有效带动私人消费。

车展上的广汽大佬们讲了这些话……

广汽“十四五”：

智能网联新能源汽车是战略核心

文/羊城晚报记者 戚耀琪 图/受访者提供

第十八届广州国际汽车展会上，广汽集团重磅发布了引领下一个五年工作开展的“十四五”规划“1615战略”以及开辟广汽自主品牌发展新格局的广汽自主品牌“双子星”计划，还在车展上亮出了摩卡MOCA、EMPOW55和埃安Y三台新车。这一系列动作引发了多重关注及媒体热议，对于热点话题，广汽大佬们作出了如下解答。

问：相较“十三五”规划而言，“十四五”期间，广汽集团面临的最大的困难是什么，应该怎么去应对呢？

广汽集团总经理冯兴亚：“十四五”和“十三五”相比存在很多变化点，第一个挑战，是汽车智能化、网联化。在“十四五”规划里面，我们把智能网联新能源汽车的发展作为整个战略的核心来对待。比如说我们的“1615战略”里“两个重心”就是全面提升自主创新能力，实现集团高质量发展。“五大提升”里面其中有几项都是和智能网联新能源汽车相关的。比如说我们讲电气化，核心的还是纯电动EV。另外一个就是智联化、数字化和共享化，这些都是和智能网联相关联的，没有智能网联做支撑，这“三化”突破也是不可能的。

第二个挑战，就是国际化。“十三五”期间讲国际化指

的是中国要融入国际世界经济一体化，现在我们是国内大循环、国内国际双循环互相促进。随之而来广汽的国际化路线也需要做调整和改变，自主品牌有非常好的本土优势。

第三个挑战，智联化也对中国品牌带来了很多机遇，智能网联需要的大胆创新的精神、创新的能力，这个都是中国自主品牌最擅长的。中国有一些新能源汽车公司在美国上市，估值很高，我觉得这代表了中国在智能网联方面、新能源方面的创新能力。

这些都是我们在“十四五”期间要抓住的机遇，要迎接的挑战。只有这样，广汽集团才能继续努力实现每五年翻一番。

问：本次车展，传祺品牌焕新为什么选择轿车？想问还有什么地方可以更好地去吸引这些年轻客户？

广汽乘用车总经理张跃赛：在轿车领域，EMPOW55车有三个方面提升。第一个就是年轻化。这个产品在研发的初期，我们就充分听取年轻人上千次的意见，这个产品尽管今年年中才导入，但是我们已经进行了上百次的修改，为的就是要吸引年轻的客户。

第二个就是车的平台化开发。这台车就是我们广汽全球平台模块化架构GPMA平台的首款重磅车型，下一步我们

在模块化、架构化、平台化方面会导入更多产品。

第三个就是，这个产品既然是为年轻人打造的，所以大家可以看到，它低趴的造型，前悬也是比较短，稳定性、操控性、可靠性在这个产品上会得到充分体现。在内饰方面把年轻人喜欢的元素陆续体现在这个产品上。可以说广汽要坚持SUV、MPV主战场的前提下，继续把我们的轿车振兴做好。

问：新能源汽车产业规划里面提到2025年整个新能源汽车销量占比要达到20%，广汽集团怎么能够抓住窗口期？

广汽研究院院长吴坚：广汽集团截至目前已经向广汽研究院投资了超300亿元做产品研发的工作。新能源方面，我们除了整车集成，包括核心零部件，包括一些系统的集成，还做一些黑科技的研发。除了三电以外，未来是要瞄准我们定向的用户或者说是我们精准定位的用户群。后续的话，广汽都会关注年轻人的喜好是什么。在新能源车上，广汽实际上应用了大量智能网联的这样一些技术，包括一些自动驾驶的技术，也为我们后续产品的数字化带来了更多想象的空间。在不同的场合，我们也对外发布了像ADIGO3.0、自动驾驶等技术，包括后续还会推

出270瓦时每公斤的新一代电池，等等。这些黑科技将会加持广汽埃安新能源车的产品，努力实现“十四五”规划里面新能源车的占比。

问：请问广汽埃安品牌独立之后，未来的高端化品牌将会从哪些动作去打造呢？

广汽埃安总经理古惠南：埃安之前还是广汽旗下的一款车型，它并不是独立的一个品牌。所以在传播广汽埃安方面是很少的，大多都是广汽新能源。但是我们这次解决了两个问题，一个就是企业名跟车型

命名的统一，就是企业品牌和车型品牌统一，这样便于我们做高端的传播。

我们在过去很长一段时间，都在靠传统渠道做，导致埃安品牌的独立性不是很强。所以我们接下来要在渠道上重新梳理，把高端品牌的渠道形象树立起来。在年底之前，我们会新增超过50家的商场体验店，全部进入高端的商场。最后就是我们服务的创新。我们现在通过APP实现主机厂、销售店和用户这种金三角的关系，能够进一步地强化。

广汽集团携多款新车亮相车展

明年再约！广州车展闭幕
10天吸引76.2万人次观展

羊城晚报记者 张爱丽

第十八届广州国际汽车展览会（下称“广州车展”）于周末闭幕，历时10天的展会人气爆棚，共吸引观众76.2万人次。记者还从组委会了解到，第十九届广州车展将于2021年11月19日至11月28日（11月19日为媒体日）在中国进出口商品交易会展馆举办。

七座汽车备受消费者关注

闭幕式当天，车展现场依然人气兴旺，中午12时左右，入场人群依然排起长队。记者看到，恰逢周末，不少家庭都是全家齐上阵，特别是随着二孩政策的放开，七座SUV、MPV车型受到消费者更多青睐，一些父母带小孩到车展现场进行实车体验。

作为年内压轴的大型综合性国际汽车展览会，广州车展吸引全球车企的目光，本届车展共使用广交会展馆A区全部13个展厅及B区3个展厅，以及A区南北广场室外展区，展会规模达22万平方米。此次展会总人数达980台，其中全球首发车38台、跨国公司首发车9台、概念车20台（国际品牌9台、国内品牌11台）。媒体日当天共举行了71场新闻发布会，10146名记者参与报道了展会。

作为车企下一年战略规划的发布舞台，刚刚闭幕的2020年广州车展上智能网联和新能源炙手可热，几乎所有的汽车品牌都将车载交互、智能网联和新能源作为主打特色，这种趋势甚至已经延伸到10万元左右的车型。

汽车消费升级需求势不可挡

发展新能源汽车，是我国由汽车大国迈向汽车强国的必由之路。近年来，我国新能源汽车产业迅速，成为引领世界汽车产业转型的重要力量。数据显示，新能源汽车批发销量10月突破14.4万辆，同比增长119.8%，环比9月增长15.9%。其中，插电混动汽车批发销量为2.3万辆，同比增长58.6%，纯电动汽车批发销量为12.1万辆，同比增长137.2%。

在此大背景下，国内外主流车企纷纷加快在新能源汽车领域的布局，积极参与到这场浪潮之中。本届车展上除了率先拥抱新能源汽车的新活力。



车展现场人气旺盛

买这种二手车或更划算

羊城晚报记者 张爱丽

近期，新车销售火爆，二手车市场也迎来了好时光。羊城晚报记者昨日走访广州二手车市场了解到，目前二手车市销量大增，而其中大多是使用年限较短、车况较好的次新二手车。有业内人士认为，部分二手车车况好、里程少，还不用交购置税、装潢费等，因此买次新车比买新车更划算。

年底二手车市场销量大增

昨日，羊城晚报记者在广骏和宝利捷等二手车交易市场发现，人流量较前几个月明显增多，不少相关车商表示，其交易量同比也有两到三成的增长。“近一个月售车十多辆，同比增长了三成多。”一家经营宝马、奥迪等高端品牌的经纪公司的店员透露。

而一家经营丰田、日产等中端品牌的经纪公司店员也表示，近一个月销量卖了7台车，销量同比上涨近两成。对此，不少车商表示，次新车数量增加是二手车市销量大增的主要原因。“近年来，市场里突然冒出了大量次新二手车，不少车还在保修范围内，有的甚至车龄只有1年。而这部分二手车因为里程少、车况好，最受二手车商和二手车买家的欢迎。”一位姓曹的二手车商称。

目前，二手车商公认的是，越高端的品牌，越贵的车，在二手车市场出现“准新车”的概率越大。专门经营高档车的一家车行老板说，店内三年以内的车占比达60%以上。为什么会有这么多次新车进入二手车市场？有二手

买次新车性价比更高

“对于二手车来说，车子越新，卖家亏的也就越多。”一名二手车商给记者算了一笔账：一家美系品牌4S店的二手车部最近以25万元的价格收了一辆35排量、车龄3年、行驶里程6万多公里的日系进口车，而该车型新车的裸车价就要近43万元，加上购置税、上牌费等，接近50万元。这也意味着，原来的车主三年亏了近25万元。“日系车的保值率还算高的。如果是一些保值率低的品牌或车型，从新车到二手车车跌价更厉害”。

例如法拉利、兰博基尼等，别看是大名鼎鼎的世界级名车，从新车变成二手车，动辄折价上百万元。而与卖家大亏相对的，就是买家往往能捡到便宜。首先，买二手车不用交购置税，甚至连贴膜、装潢都免了。

“因此，买新车的时候最好能想清楚再下单。有时候，一时冲动的代价，就是几十万乃至上百万元的损失。想买新车的人，也不妨多到二手车市场看看，也许能挑到性价比超高的次新车。”上述二手车商建议。

买次新车注意三点

所谓“次新车”是指一些使用时间较短、但已经进入市场交易的车辆。那么，消费者该如何挑选次新车？

有业内人士建议：一、不要太相信里程表。为了卖出更高的价钱，把8万公里数的车调到3万公里是常用的伎俩。

二、重新上漆要看好车身漆膜

有无脱落、面部漆有无新印记，在排气管、镀铬条和窗子四周有无多余的喷漆，如果有则证明该车是翻新车。

三、观察焊接点确保车门、头、尾与车身之间的接缝平滑。如果主要的接缝处缝隙大小不一、线条弯曲、装饰条脱落或缺失，证明该车是事故车，经过整修或大修。