

每年乘用车中置换新车的规模已达600万至700万辆

# 油车车主最想换什么新能源车？

文图 羊城晚报记者 戚耀琪

中汽协消息显示，由中国汽车工业协会主办的“2023中国汽车论坛”近日在上海召开。本届论坛设置“1场闭门峰会+1个大会论坛+16个主题论坛+N场发布”共18场会议。其中，《2023中国汽车置换消费洞察》报告(以下简称“报告”)引起了业界关注。

该报告由汽车之家党委书记、董事长兼CEO龙泉洞现场发布。报告显示，当前，国内保有的乘用车中，车龄超过6年的大约有1亿辆，每年更新1%，就可以拉动汽车销量提升约4个百分点。汽车置换消费已经成为推动汽车消费进一步增长的“新动能”。



新能源汽车受到购车群体欢迎

## A. 置换市场存量红利释放趋缓

近年来，随着汽车存量市场的到来，每年乘用车中置换新车的规模已经达到600万至700万辆，置换率在30%左右，相当于每三辆新车消费就有一辆来源于旧车置换，置换市场潜力巨大。但是，对未来收入的谨慎预期让不少人开始从先前“喜欢就

买”的放肆消费，转向“非必需就不买”的谨慎消费。2022年置换率相比2019年35%的高点，已经下降了4%。汽车之家大数据也显示，2023年汽车之家平台二手车置换比例继续下滑，特别是旧车置换新车的维度。

针对置换需求，地方政府、汽

车品牌纷纷推出各类形式的补贴刺激置换消费。地方政府提供的补贴金额从3000元至1万元不等，但部分城市仅针对燃油车置换新能源车进行补贴，适用范围较小。此外，部分城市补贴的生效时长较短，申请流程繁琐，也为置换用户获得补贴增加了难度。

## C. 消费升级仍是置换市场主旋律

从置换价格变化趋势来看，置换后15万元以下的价格占比全面下滑，而15万元以上的价格占比则均有不同程度的上涨。价格中枢从置换前的5万-15万元，提升到置换后的10万-40万元。可见，消费升级仍是置换市场价格转移趋势的主旋律。

置换用户在车型级别迁移上，有两大显著趋势：一是置换用户车型需求从轿车向SUV转移。置换后轿车占比相对置换前下降17.6%，而SUV和MPV则分别提升15%和2.6%。第二个趋势是，小中换大成为主流。置换后，中及以上车型占比提升了19.4%。当前在中高端SUV与MPV市场，发展势头强劲的理想和腾势，正是迎合了消费者升级购车的需求。

值得注意的是，在价格与车型需求上，跨价格段与跨级别的迁移是主流。但在品牌迁移上，跨品牌阵营的跃迁却并非主流。在置换用户品牌迁移上，有两个有趣的现象：

一是海外豪华品牌阵营和中国品牌阵营用户的忠诚度非常高，同品牌阵营内置换用户占比分别为56%和54%，而海外主流品牌这一比例仅为43%；二是中国品牌在新能源领域认可度非常高。新能源车是中国品牌抢夺其他品牌基础用户的利器。

各类品牌的同品牌平均置换率均低于10%，用户忠诚度不高。从用户置换新能源车的整体品牌流向来看，比亚迪和特斯拉无疑是不同类型品牌车主置换新能源车的首选品牌。中国品牌在海外主流品牌用户置换流向比亚迪的占比最高。而特斯拉则是海外豪华品牌用户置换新能源车的主要流向品牌。

报告建议，针对不同预算的置换群体，适当增加补贴额度刺激消费，并且可以考虑将置换购车消费纳入个税抵扣项，进一步降低消费者负担；在置换消费活跃的新线和二线城市，要推出不同形式的补贴政策以激发市场活力。

## B. 燃油车主置换纯电车比例高

在新能源相关政策的刺激下，随着新能源汽车产品力与安全性的提升，新能源市场快速发展。同时，更低的使用成本、更智能化与更好的驾驶体验，也使新能源车对于燃油车的替代效应越来越明显。2023年1-5月燃油车主置换新能源车的比例已达到22%，而2020年仅为4%，三年间份额增长了近5倍。

燃油车主置换的新能源车型，主要以纯电动车为主，占比达到六成以上。随着消费者购车的日趋理性，对于用车经济性



成为车市重要动能 置换需求已经

与综合成本越来越关注，未来燃油车主置换新能源汽车的比例将进一步提升。

数据显示，居住于新一线及二线城市、家庭年收入在50万

元以上、年龄位于31-40岁之间的已婚男性用户，是当前汽车置换消费的主力人群。洞察并满足主力人群的置换需求，有助于进一步激发市场活力。

## 琶洲港澳客运口岸运行满3月

超1.6万人次进出境旅客通关

羊城晚报讯 记者汪海晏、通讯员关悦报道：7月14日上午，琶洲港澳客运口岸(以下简称“琶洲口岸”)出境大厅人流涌动，广州海关所属广州会展中心海关关员正忙碌地为即将搭乘“海珠湾”号客轮前往香港国际机场的旅客办理通关手续。据统计，琶洲口岸自今年4月14日运行以来，广州会展中心海关共监管进出境船舶近500艘次，进出境旅客超1.6万人次。目前，客运航班已由“1进1出”增长为“4进4出”，特别是进入暑期后，出境团、亲子游旅客明显增长，单日进出境旅客数最高超300人次。

“今年暑假准备带孩子出去走走，第一次尝试从琶洲口岸出发去香港机场坐飞机，在这里就能直接办理值机手续、托运行件行李，不用像以前那样先坐车到香港，然后拖着行李箱穿过城区到香港机场，路程节省近2小时，太方便了。”从琶洲口岸通关前往香港机场，准备搭乘飞机出境旅游的刘女士说。

琶洲口岸位于广州中心城区，毗邻广交会展馆，4月14日试运营琶洲口岸往返香港中港城码头航线，4月28日试运营琶洲口岸往返香港国际机场(香港海天码头)航线。作为广州中心城区首个跨境水上客运口岸，琶洲口岸填补了广州中心城区水上跨境客运口岸的空白。通过接驳广州与香港国际机场、广州与香港市区，为大湾区旅客提供快速连通香港和世界各地的便捷交通模式，加快促进粤港澳大湾区世界级城市群、机场群的互联互通和深度融合。

“自琶洲口岸运行以来，进出境旅客呈现不断增长的态势，为保障进出境旅客通关顺畅，海关科学调整现场监管力量，在做好监管的同时不断优化通关服务，延长‘海天联运’服务链条，联合安检部门打造‘一次过检’通关模式，实施出境托运行李远程预检监管，为旅客提供‘无缝衔接’的顺畅通关体验。”广州会展中心海关旅检科科长曾智说。

为支持促进琶洲口岸发展，广州会展中心海关强化科技赋能，深入推进“智慧海关”建设，全面应用智能核检分流一体机、旅检智能查验台等智能化设备，设立口岸业务咨询专线解答旅客行李物品申报、通关流程等各类热点问题咨询。

文图 羊城晚报记者 潘亮

理想汽车周销量数据的真实性引发业界广泛关注。根据理想汽车近期公布的周销量数据榜单，在不久前的2023年第28周(7月3日至7月9日)，理想汽车周销0.79万辆，蔚来汽车紧随其后，周销售0.31万辆。值得注意的是，造车新势力“蔚小理”中的小鹏汽车月销量仅为0.12万辆，位列第八。

但根据小鹏汽车发布的数据，6月底，小鹏汽车推出全新中型纯电SUV车型G6后，仅20天预售期，G6订单量就超过了3.5万辆，相当于平均每周收获1.2万个订单。6月29日正式上市，汽车是个长期主义，机会主义死的行业，我们还是踏踏实实做好产品、质量和供应，把高质量的产品交到用户手里。”

小鹏汽车自动驾驶产品高级总监刘毅林将黄泓霖的朋友圈截图发在微博上，并配文“朗朗乾坤，无奇不有”。对于网友公布周销量的要求，刘毅林回应：“我们不需要每天、每周公布销量来炒作，请关注每月的官方公布数据，该数据最具权威性。”

## 2023年7月3日-7月9日 中国市场新势力品牌销量

排行	品牌	销量
01	理想	0.79万
02	蔚来	0.31万
03	腾势	0.25万
04	极氪	0.23万
05	零跑	0.22万
06	深蓝	0.19万
07	哪吒	0.16万
08	小鹏	0.12万
09	问界	0.11万
10	魏牌	0.10万



小鹏汽车推出的全新中型纯电SUV车型G6

## 小鹏高管“在线打假”

在榜单发布仅40分钟后，小鹏汽车产品营销总经理黄泓霖就在朋友圈贴出两张榜单截图，并表示：“请大家关注官方信息，路边社确实不太可靠。”

值得一提的是，在7月15日举行的“智驾，就该自由”小鹏G6集体交付仪式(广州站)活动现场，小鹏汽车营销副总裁袁寒表示：“G6集体交付仪式是小鹏对‘上市即交付’这一承诺的兑现，目前G6在全国的数量可观的交付规模，受益于前期所做的充分准备。”6月份，小鹏汽车交付量达到8620辆，今年上半年始终保持环比上升趋势。易寒预计，G6陆续交付有望助力小鹏汽车在7月份实现交付量破万。

小鹏汽车自动驾驶产品高级总监刘毅林将黄泓霖的朋友圈截图发在微博上，并配文“朗朗乾坤，无奇不有”。对于网友公布周销量的要求，刘毅林回应：“我们不需要每天、每周公布销量来炒作，请关注每月的官方公布数据，该数据最具权威性。”

还有网友对榜单表示质疑：“数据来源呢？”“有G6的小鹏卖12000??反正是我不信的。”“如果数据不实，这不是造谣吗？能不能走法律程序，刹一下这种歪风。”有接近小鹏汽车的消息人士对媒体表示，其不知道小鹏汽车真实的周交付数据，但理想汽车发布的这些销量数据不是真实的。

## 周销量榜单屡受质疑

一直以来，对理想汽车周销量榜单的质疑来自多个方面。从数据来源上看，按照此前的惯例，新能源车企在每月初公布上月交付量。今年4月开始，理想汽车以“周”为单位公布国内市场新势力品牌和豪华品牌销量排行榜，并未说明数据来源；此外，羊城晚报记者梳理发现，理想汽车不定期发布按照上量量排序的榜单，目前仅能找到3月第四周和5月第一周这两份上量量榜单，数据来源明确标注为“中汽数据终端零售数据”。

据了解，由于统计口径不同，销量与上量量存在一定差异，汽车销售的实际情况需要综

合考虑两个指标。而以“周”为单位公布销售数据反映了新能源汽车市场的激烈竞争，也被业内人士称为“卷出了新高度”。

另外，新势力品牌榜单收录不全也引发业界质疑。如2020年起正式独立运营的广汽埃安始终未被列入新势力品牌榜单。有网友表示，如果腾势、深蓝、极氪、合创等传统车企的新势力都可以进入榜单一较高下，为何广汽埃安榜上无名？

值得一提的是，广汽埃安发布的月度销售数据显示，6月销量达到4.5万辆，同比增长86.7%。对此，有网友认为，埃安未入榜单的原因是今年以来销量始终优于理想，但背后也存在车企对造车新势力的概念争夺。

以往，人们单纯以造车时间和背景来定义一家车企是否属于新势力，而“蔚小理”三家因成立时间相近、影响力较大，成为“造车新势力”的代表。有专业人士曾撰文认为，随着汽车产业创新技术的发展，新势力的评判标准应向产品技术、产品体验、应用场景、商业模式等创新层面调整。在此意义上，广汽埃安、吉利极氪、长安阿维塔等传统车企的新能源产品也应被视为造车新势力。

乘联会公布的数据显示，6月新能源乘用车批发销量达到76.1万辆，同比增长33.4%，环比增长12.1%。随着新能源汽车赛道内卷加剧，透明可靠的销售数据和车企间的良性竞争，都将对刺激新能源车消费需求、提振市场信心和行业高质量发展产生深刻影响。



## 白云机场暑运前16天 接送旅客311.4万人次



旅客正在白云机场办理值机业务

羊城晚报讯 记者李志文、通讯员机场宣摄影报道：记者从白云机场获悉，自7月1日暑运启动以来，白云机场客流增幅明显。据生产快报数据，2023年暑运前16天(7月1日至7月16日)，白云机场累计起降航班2.0748万架次，同比增长27.48%；累计接送旅客311.4081万人次，较2022年增加140.50万人次，增长82.21%。其中有7天单日客流超20万人次；7月14日至15日，连续2天单日客流突破21万人次，7月15日接送旅客21.2616万人次，为2022年以来单日客流之最。白云机场科学调配运力，持续深化“春风服务”举措，确保旅客平安、温馨、有序出行。

暑运期间，白云机场携手各大航司持续增加运力投放，在广州至重庆、杭州、成都、九寨、兰州、海拉尔、香格里拉、阿勒泰、乌鲁木齐、舟山、三明等地航线均有增投计划。国际及地区航线方面，南方航空恢复了广州-莫斯科、春秋航空恢复了广州-普吉岛航线，土耳其航空、埃及航空、新加坡酷航、南方航空等还加密了广州-伊斯坦布尔、广州-法兰克福、广州-清迈、广州-新加坡、广州-巴厘岛、广州-开罗、广州-迪拜等航线，多条航线的复航及增班为旅客出境旅游提供了更多选择。

此外，白云机场携手航空公司、携程、同程旅行等OTA平台，持续整合资源，优化“空中中转”“空铁联运”“空地联运”“航空快线”等系列“经广飞”旅游产品。如7-9月在携程、同程小程序预定白云机场飞北京、上海、重庆、成都、西安、杭州等“精品快线”的机票，即可先得到一份跨航司、跨航班、跨时间的“免费改签权益”，极大便利暑运出行旅客。此外还推出各种优惠机票、出行优惠券等覆盖整个暑期。

据悉，针对暑运期间航班架次多、旅客流量大的情况，白云机场持续深化“春风服务”品牌，通过增派现场人手，前移服务点位，加强候机楼内的问讯引导、旅客分流、秩序维护和志愿服务，重点为“急到、晚到、老年人、无成人陪伴儿童”等旅客提供及时帮助，全面提升现场服务保障水平。安检、航服等岗位根据客流情况适时增加柜台和通道，快速疏导旅客。

为了提升服务质量，白云机场还组织广大志愿者支援一线，在自助值机区、自助托运区、安检候检区等人流密集场所，为有需要的旅客提供问询、指引、协助等服务。据统计，7月1日至16日，白云机场两座航站楼参与提供志愿服务累计达663人次。



自7月1日暑运启动以来，白云机场客流增幅明显

## 面临需求收缩、供给冲击、预期减弱三重考验 2023二手车行业：要利用数字化构建交易生态

文/羊城晚报记者 戚耀琪

近日，2023中国二手车大会在成都落下帷幕。根据中国汽车流通协会调研的数据，近年来，高达92%的二手车商出现亏损情况，行业受到严峻挑战。

据介绍，今年以来，由新车降价引发的车辆价格波动很快传导到二手车市场，经销商收车更加谨慎，整个二手车行业面临着需求收缩、供给冲击、预期减弱的三重考验。二手车交易由经纪模式转为经销模式已经是一个不可逆转的大趋势。

和国外不同，国内的二手车交易，特别是独立车商呈现出集群化发展的特征，而1000余家交易市场是几十万家独立车商经营的重要载体。在新形势下，如何打破传统，找准市场定位，寻求新的商业模式，利用数字化、信息化构建交易生态、新格局，是二手车交易市场现阶段一直在寻找的发展道路。

金华车城天下二手车市场董事长陈坚表示，未来的二手车市场应该成为新零售的平台中心。发展新零售平台，很重要的一点就是利用线下场景，做场景

的升级，基于场景的升级新的动能，新的品牌宣传，新的品牌梳理，从而在消费者心中建立一个真正意义上的品牌化的交易市场。在创造第三方售后业务，此时这个SaaS平台就是核心的环节，市场的运营团队通过信息化工具抓住关键环节。

此外，二手车出口正处于汽车行业的风口，有一定规模的汽车经销商几乎都在布局出口业务，出口业务正在从蓝海变成红海，国际竞争压力也进一步增大；另外，不少国内制造商都需要去面对。尽管国内的二手车出口量正在大幅增长，但大多是以“平行出口”的方式，也就是“新转二出口”，真正的二手车出口还未发力。