

广深汽车消费热潮涌动

深圳以旧换新带动汽车销售金额近百亿元

文/图 羊城晚报记者 潘亮

中国汽车工业协会数据显示，2024年，中国汽车产销累计完成3128.2万辆和3143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%，汽车产销总量连续16年稳居全球第一。步入2025年，市场延续增长势头，前两月产销同比增幅超13%。其中，政策扶持成为核心驱动力，国家超长期特别国债支持以旧换新，叠加地方补贴与企业优惠，推动汽车消费升级。

“五一”前夕，记者走访广州、深圳多家汽车4S店发现，以旧换新政策成为撬动消费的核心抓手。广物汽贸、南菱集团等经销商通过置换补贴、金融贴息、保险优惠等组合拳，拉动二手车流通与新车销售。截至目前，深圳市场更以政策杠杆撬动近4万辆新车销售，家电、数码产品消费同步攀升，城市消费生态呈现联动效应。

政策“组合拳”提振市场：补贴直击消费痛点

在白云鸿蒙智行用户中心，问界M8的广东首批车主陈先生刚完成提车手续。“增程版续航超1400公里，鸿蒙车机系统流畅度堪比手机，辅助驾驶长跑几乎零介入。”陈先生告诉记者，25万元以上的车型可享政府满额补贴，叠加品牌置换政策，实际购车成本显著降低。该店销售透露，自去年9月以旧换新政策推出后，二车辆置换率环比激增100%，不少家庭用户为升级智能座舱而来。

值得注意的是，政策红利正从单一购车环节向全链条渗透。广园中路奔驰4S店刘经理算了一笔账：以售价50万元的E级轿车为例，广州市置换补贴最高15万元，奔驰品牌额外提供保险补贴或低金融利率，若叠加鸿蒙集团老车主专属置换政策，综合优惠可突破15万元。这种“政府+车企+经销商”的三级补贴模式，在丰田、雷克萨斯、宝马、路虎等品牌同样奏效，政策精准覆盖不同消费层级。

据悉，深圳市将更将政策效能发挥



深沪两地消费者购车热情不减

到极致。据官方统计，截至4月21日，全市通过以旧换新带动汽车销售3.9万辆，产生97.7亿元销售额。小鹏汽车深圳专营店刘经理指着展厅内的X9 MPV介绍：“我们店这款车月销数台，深圳地方补贴叠加厂家置换政策，相当于直降好几万元，许多二孩家庭看中它2+2+3的灵活布局和智能驾驶系统。”

消费升级催生新趋势：从“代步工具”到“第三空间”

在政策引导之外，消费需求的结构性变化正重塑市场格局。记者调查发现，想深消费者购车决策呈现三大特征：家庭出行场景驱动大型 SUV、MPV 热销，智能化配置成硬性指标，个性化需求催生细分市场。

“三代同堂的家庭占比超过三成，大型 SUV 和 MPV 已成刚需。”鸿粤集团曹经理分析称，问界 M9、理想

L9、腾势 D9 等车型通过航空座椅、冷暖冰箱、全景天幕等配置，将车内空间转化为“移动客”，这类车型在广深两地的销量显著提高。在深圳龙华某华为直营店展厅，带着父母看车的张女士坦言：“M9 的中央通道方便老人上下车，后排可升降电视能让两个孩子安静下来，这些细节比品牌更重要。”

智能化赛道竞争激烈，智能化配置成25万元以上车型竞争关键。智能座舱、辅助驾驶、AI交互等先进技术，成为此类车型“标配”。此外，个性化消费推动细分市场发展，消费者李先生因露营需求选择越野车。业内人士指出，当前新能源车企已从“政策市场”转向“价值市场”，消费者更愿为技术迭代和体验升级买单。随着以旧换新政策持续发力、智能电动技术加速渗透，穗深作为粤港澳大湾区消费高地，正引领中国汽车市场走向品质化、个性化新阶段。

广深旅客可“秒级”自助改签

航空公司护航“五一”出行高峰

羊城晚报记者 詹淑真



萌宠出行：全国首个机场宠物航站楼启用

“五一”期间，东航在粤港澳大湾区日均投放350个航班，通过“窄改宽”机型调整，将广深汕至杭广等干线的部分航班由窄体机改为宽体机执飞，并对广州前往北京、南京、昆明等地的航班加大座位投放数量。“五一”假期期间，东航在广州共增投1264个座位数，以满足旅客出行需求。

此外，东航持续推出“珠三角区域通”服务，允许旅客在航班起飞前4小时免费改签至大湾区7大机场的关联航班。配合广交会专属值机柜台及额外行李额度政策，形成“展会+出行”的全链条服务。

为持续提升旅客出行体验，深化“智慧东航”服务理念，针对旅客最关注的航班延误改签难题，东航于4月28日正式在广州白云、深圳宝安两大枢纽机场上线上隔离区国内航班自助改签服务。旅客通过扫描登机口附近二维码，30秒即可完成“证件验证—可选航班查询—电子登机牌更新”全流程操作。

相较于传统改签模式，该服务使旅客避免二次安检的烦琐流程，平均节省时间超40分钟。该服务聚焦航班延误、取消等突发情况下的旅客需求，通过科技赋能实现“指尖操作、即时办理”，为旅客提供更高效、更贴心的出行保障。

华夏银行广州分行信用卡“大美华夏”系列活动点燃消费热情

今年以来，华夏银行广州分行积极响应国家扩内需、促消费政策号召，充分发挥金融“活水”作用，以创新金融服务助力消费市场提质扩容。作为区域消费金融的重要推动者，华夏银行立足粤港澳大湾区消费新特点，重点围绕购物、文旅、餐饮、娱乐等高频消费场景，创新推出“大美华夏”消费促进季系列活动。通过“消费立减”“分期免息”“积分兑换”等多元化惠民举措，打造“线上+线下”全渠道消费生态，有效释放居民消费潜力。这一系列创新实践既丰富了消费金融产品供给，又提升了消费便利度，为激发区域消费活力、促进经济良性循环贡献了金融力量。

多场景联动，优惠触手可及

“大美华夏 优惠天天享”系列活动通过“华夏生活 App”，用户可便捷领取茶饮、出行、宠物、视听、购物等多领域优惠券，覆盖霸王茶姬、奈雪、饿了么、哈根达斯、高德打车、天猫、宜家等知名品牌，让利幅度大、适用范围广。

跨界合作，普惠民生

华夏银行广州分行联合“中石油、美宜佳、全家、喜市多、胜佳、有家、8-MART8字便利店、士多、喜伴、永旺、华润、嘉荣、永辉、朴朴、小米之家、大参林、好好多、永利、京东MALL、名创优品、钱大妈、屈臣氏、迪卡侬、天虹、万宁、中华百货、天河城、DD 仓储超市、奈雪、面包新语、72街、许个愿吧、都城快餐、长乐饼家、太二酸菜鱼、探鱼、武林厨神、西塔老太太”等2万余家商户门店，推出立减优惠：“大美华夏 消费笔笔有优惠”满10元至高减8.8元；“大美华夏 至低1元吃早餐”满5元立减4元；“大美华夏 出行有礼”加油满100元至高减50元，切实降低市民生活成本。

五一加码，助力假日经济

在“五一”黄金周，分行加码推出“大美华夏 五一就要 FUN 费嗨”专题活动，覆盖机酒车票、景点门票、加油、打车等场景，携手携程、途牛、中石油、高德打车、途虎养车等商户品牌，单笔消费至高立减200元，为消费者假日出行添实惠。

成效显著，持续赋能消费

截至目前，华夏银行广州分行信用卡活动累计参与人次突破20.75万，带动消费金额达6669.84万元。接下来，华夏银行广州分行将持续深化文旅、出行、餐饮、购物等高频民生场景服务持卡人，继续践行“金融为民”理念，以更精准、更灵活的金融服务助力消费升级，为经济高质量发展注入强劲动力。（杨广）

微信支付“同行码”落地港铁

羊城晚报记者 王丹阳

粤港澳大湾区智慧出游更方便了。为方便同行者或小朋友乘车，同一手机一次微信刷码过闸，最多三人能进出租车，老人儿童还可线上享受特惠票。

4月28日，微信支付及WeChat港币钱包联同港铁公司推出“同行码”功能，提升公共运输服务效率，优化港澳内地游客和香港本地用户的出行体验。目前，该功能已覆盖除香港机场快线车站外的96个车站。

乘客搭乘港铁时可为最多两名同行者刷码过闸，大大节省购票时间和程序。其中，刷码主用户可为同行者

4月乘用车零售约175万辆

同比增长14.4%

羊城晚报记者 戚耀琪

由于以旧换新政策的拉动，春节后市场热度较高，各地方也于3月底起密集出台促消费政策，4月上半月整体车市仍维持3月底人气，同比平稳增长。

最新调研结果显示，4月月中整体车市折扣率约为23.7%，较3月底略有回收。零售量占总市场份额八成的头部厂商本月零售目标同比去年4月增长7.1%，较3月目标环比降幅约为10%，综合估算4月狭义乘用车零售总市场约为175万辆，同比去年增长14.4%，环比3月-9.8%，新能源零售预计可达90万辆，渗透率51.4%。

4月第1周恰逢清明假期，日均零售3.49万辆，同比增长2.1%，环比-13.6%；4月第二周局部地区大风天气，对终端人气带来负面影响，日均零售4.37万辆，同比增长12.6%，环比-13.7%；4月第三周市场热度有所回升，日均零售5.45万辆，同比增长17%，环比-3.0%；第四周、第五周考虑到“五一”节前冲量，预计日均零售8.53万辆，同比增长17.3%，环比-1.2%。

国家统计局日前发布的数据显示，经初步核算，一季度国内生产总值同比增长5.4%，比上年同期增长1.2%。其中全国规模以上工业增加值同比增长6.5%，比上年同期加快0.7个百分点；服务业增加值同比增长5.3%，比上年同期加快0.3个百分点。总体来看，一季度随着各项宏观政策持续发力显效，国民经济起步平稳、开局良好，延续回升向好态势。1-3月社会消费品零售总额同比增长4.6%，但其中汽车类同比下降0.8%，其中3月汽车类零售额由1-2月的下降转为增长5.5%，以旧换新加力扩围政策成效明显，整体消费市场增势较好，规模持续扩大。

4月下旬上海车展拉开帷幕，车展前各车企已开启造势，大量热点新车扎堆上市，重磅新能源新产品逐一开启交付，预计将会为新能源市场带来新一轮增长动能，对整体车市构成有力支撑。

“五一”铁路客运首日 广铁发送旅客185.6万人次

羊城晚报记者 严锦程
通讯员 游智宇 董剑锋
马鑫 黄瑜楚 夏力文 胡蝶

4月29日，广铁集团计划开行旅客列车3163列，其中加开旅客列车146列，加开的主要开行线路为京广高铁、广深港高铁、沪昆高铁、厦深线等，重点解决热门方向运力紧张问题。

广深港高铁客流同样火爆，假期运输期间预计运送跨境旅客超75万人次，同比增长11.2%。为满足跨境旅客出行，深圳地区各车站预计加开旅客列车超1100列，主要覆盖广州、汕尾、潮汕和湖南、广西等旅游、探亲热门方向。

假期运输期间，各大车站均计划加开热门方向列车，有望刷新“五一”发送旅客历史纪录。深圳北站将在4月30日、5月1日、5月2日、5月4日、5月5日开行夜间高铁超200趟；广州南站计划加开高铁列车1368趟，其中加开夜间高铁453趟，主要开往湛江、长沙、汕头、梅州、深圳等方向；长沙南站预计加开高铁近500趟，包含开往广州、深圳、南昌、岳阳等热门方向的夜间高铁174趟。

温馨提示

针对旅游、商务通勤等出行时间自由的旅客人群，铁路部门推出了“广州至深圳”“广州至香港”“广州至珠海”“深圳至南昌”“深圳至厦门”“长沙至南昌”“长沙至张家界”“海口至三亚”等多个区间定期、计次票产品，票价最低49.3元起。旅客可以在“铁路12306”一次购买、多次预约乘坐，城际线路可实现随到随走，为旅客提供更多实惠和便利的出行选择。

“五一”广东出行车流预计增8%

羊城晚报记者 王丹阳 通讯员 粤交综

今年“五一”假期，港珠澳大桥、深中大桥将迎来“高流量”。记者从广东省交通运输厅获悉，预计4月30日将迎来“五一”节前车流高峰，车流量约946万车次。预计今年“五一”假期，广东高速公路网日均车流量约858万车次，同比增加8.06%。

今年“五一”假期（5月1日零时至5月4日24时）共计5天，其间实施七座及以下小客车免收通行费政策，预计公众出行、出游需求会集中释放，我省高速公路将以探亲、出游车流为主，小型客车占比较高。

预计今年“五一”假期，港珠澳

大桥日均车流量约2.3万车次，同比增长43.75%；南沙大桥日均车流量约14.98万车次，同比下降20.39%；深中通道日均车流量约15.3万车次。预计5月5日假期最后一天迎来返程小高峰，车流量约902万车次。

A7

2025年4月30日/星期三
经济新闻部主编 / 责编 周寿光
美编 刘栩 / 校对 林霄

乐享粤式新生活 羊城消费引力场

聚焦“五一”黄金周特别策划



消费者在挑选防晒衣

视觉中国供图

文 沈钊

视觉中国供图

户外活动越来越多

视觉中国供图

在一个天气合适、温度合适的假期里，广州的年轻人不是在户外，就是在去户外的路上。这也是为什么“五一”前夕户外消费在广州井喷。

特卖电商唯品会数据显示，4月以来，广州防晒衣销量环比3月增长113%，溯溪鞋销量环比增长89%，泳装销量环比增长近30%。

看上去，广州的街坊已经作好准备了，等“五一”假期的铃声一响起，就会穿着防晒衣、溯溪鞋，带上装备，冲向春夏交接的户外。



广州户外消费井喷 防晒衣成热门单品

户外活动越来越多

视觉中国供图

的日常穿搭。据媒体报道，在唯品会上，在女性防晒衣消费中，“小蛮腰”“收腰”“修身细腰”等成为热搜词。蕉下的一款冰丝小蛮腰系列女士防晒衣，4月以来销量同比增长近3倍。

性价比成关注焦点

防晒衣越卖越贵，也曾是消费者吐槽最多的一个点。一个国际户外大牌的防晒衣，单价可达2000元以上。

在珠江新城一家科技公司工作的肖栗曾在欧洲留学，也买过昂贵的户外用品——肖栗介绍，国外大家更追求硬核户外，这需要花费很多精力与预算。但在国内，户外已经是大众化运动，相比国外高端户外品牌，显然国内外品牌在性价比等方面更有优势。

事实上，据行业报告，中国防晒衣市场中，250元以内的价位，市场占比达到了71%。肖栗最近入手的一件蕉下黑胶大檐帽防晒衣，在卖电商的活动中，3折后的价格不到170元，“功能性的穿搭甚至比日常穿搭还要便宜”。

而在王莹等学生们看来，只要UPF（紫外线阻隔率）超过50+、透气性好、贴身舒适的防晒衣就足够户外需求，她宁可在折扣店里寻找大牌的经典款——通常价格在200元以下，也不会去追捧所谓的“黑科技”“最新款”。防晒衣固然不是智商税，但当一件功能性服饰超预算太多的时候，也很明显不符合年轻人“精打细算”的风格。

网易社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青介绍，预计今年年末，防晒衣市场规模将达千亿元左右，国货品牌防晒衣在功能性能、科技面料、版型更新等方面不输于高端品牌，如蕉下、骆驼、伯希和等专业户外品牌的防晒衣在近年来快速增长。同时，随着户外消费市场走向成熟，奥特莱斯、唯品会等折扣零售也渐渐成为人们选择户外用品的主流渠道，高性价比、高品质的户外穿搭会更受消费者的青睐。