

“优化限购管理”“落实取消二手车限迁”

汽车行业又迎“政策红包” 多部门联合发布促汽车消费措施

本报记者 陈茂利 北京报道

日前，中央政治局会议分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作，提出要提振汽车、电子产品、家居等大宗消费。而就在会议召开前几日，国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、财政部等十三个部门联合印发《关于促进汽车消费的若干措施》的通知(以下简称《通知》)。

《通知》鼓励通过优化限购管

理、各地落实取消二手车限迁、构建高质量充电基础设施体系等多项措施促进汽车消费。

“扩大汽车消费不仅有利于国内汽车产业健康发展，还将是国家扩大内需战略的重要支点，也是继房地产之后，另一个影响国民经济各产业联动的关键抓手。当今的汽车产业，不仅是制造业属性，还涉及半导体、消费电子、人工智能、大数据、云计算等多个行业，也是‘中国制造’从传统制造向智能制造转型

的引领者。”“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚接受《中国经营报》记者采访时指出。

《通知》特别指出，“各地区、各有关部门要及时出台配套政策措施并抓好政策落实，支持有关行业协会、商会、汽车企业、金融机构等开展汽车促销活动，不得出台地方保护的政策，避免恶性竞争，共同维护行业秩序，营造有利于汽车消费的政策和市场环境。”

优化汽车限购管理呼声很高

放松摇号限制有可能，但关键点有两个：一是当前城市智慧交通系统的成熟度；二是包括停车场在内的基础设施建设。

“没有车牌，咋买车。”“啥时候取消车牌摇号？”“摇了7年就是摇不中。”近年来，特大城市汽车限购在一定程度上抑制了汽车消费，一些有意愿购买汽车的潜在消费者因“无指标”而不得购买。

针对这种情况，《通知》第一条提出，优化汽车限购管理政策。鼓励限购地区尽早下达全年购车指标，实施城区、郊区指标差异化政策，因地制宜增加年度购车指标投放。

“从政策来看，一些城市可能会增加号牌指标，但会把握一定的度。增加的号牌越多，治理交通拥堵的压力就越大，车主开车的体验就越不好。”汽车分析师、北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔向记者指出。

招商证券认为，放宽汽车限

购政策是一种成本低、见效快的刺激手段，能够充分释放消费潜力。

目前，实行汽车限购限牌政策的城市有北京、上海、广州、深圳、杭州和天津等。记者了解到，目前，杭州已经实施城区、郊区指标差异化政策，同时更有针对性地发放号牌。

今年3月20日，杭州市政府批准《杭州市交通运输局等6部门关于发布惠民生优化小客车其他指标若干政策措施(试行)的公告》实施。该通告明确，对符合条件的久摇不中者(摇号累计达到72次及以上)、人才、多孩家庭等个人以及重点企业，可直接申领小客车指标。

众所周知，摇号政策通过控制新增汽车数量、减少交通拥堵，提高出行效率、改善城市形象，但摇号政策实施存在一定的

副作用，与促进汽车消费的目的有一定的背离。这种情况下，未来大城市是否有放松摇号限制的可能？

“放松摇号限制有可能，但关键点有两个：一是当前城市智慧交通系统的成熟度，能否通过大数据、云计算、AI人工智能等方式，实现包括车联网、物联网、5G通信、自动驾驶系统等在内的互联互通，从而解决或减缓交通拥堵。从这个角度而言，城市智慧交通系统越成熟，放开限购就越有可能。二是包括停车场在内的基础设施建设，买了汽车只能开不能停，这肯定是个问题，相对而言，城市老旧小区停车问题更严重。但换个角度看，解决停车难问题，也可以成为联动解决‘城市(老旧小区)更新’与‘汽车消费’问题的抓手。”杨继刚表示。

落实延续购置税减免政策

对于拉动汽车消费来说，减免购置税是一项极为重要的政策。

上半年，在中央和地方促消费政策、多地开展汽车营销活动，企业新车型大量上市的共同拉动下，2023年上半年汽车销售1323.9万辆，同比增长9.8%。其中，新能源汽车消费持续快速增长成为拉动汽车消费增长的重要动力，今年上半年，我国新能源汽车累计销量为374.7万辆，同比增长44.1%。

尽管新能源汽车仍处于增长期，但是增速已经显著下滑。在此背景下，有专家分析指出，找到新的增长点成为当前新能源汽车市场稳定发展的重要工作，而广大的农村市场是挖掘新能源车内需潜力的重要方向。

农村地区虽然具有很大的消费潜力，但农村地区存在公共充电基础设施建设不足、居住社区充电设施安装共享难、时段性供需矛盾突出等问题。

针对发展农村市场的“拦路虎”，记者关注到，《通知》第四条提到，“加强新能源汽车配套设施建

加快培育二手车市场

二手车“一证通办”政策的推行，很大程度上简化了二手车交易登记手续。

中国汽车流通协会发布的数据显示，2023年1—6月，二手车累计交易量为876.86万辆，同比增长15.60%，与同期相比增加了118.35万辆，累计交易金额为5517.26亿元。从交易量和交易金额来看，二手车市场也是拉动汽车消费的重要抓手。

不过，今年上半年二手车市场面临一些挑战。中国汽车流通协会指出，今年以来，由新车降价引发的车辆价格波动很快就传导到了二手车市场，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。

以6月为例，从中国汽车流通协会发布的二手车经理人指数来看，6月份为43.6%，处于荣枯线以下。从库存周期来看，6月份的库存周期依然处于高位。

对于二手车市场，《通知》提出，加快培育二手车市场。各地落实取消二手车限迁、便利二手车交易登记等政策措施。

记者了解到，自6月1日起，公安部实施了在已推行小微型非营运载客汽车注册登记“一证通办”基础上，对在户籍地以外办理小微型非营运载客汽车转让登记、住所

迁入的，申请人可以凭居民身份证

“一证通办”，无须再提交暂住地居住证明。二手车“一证通办”政策的推行，很大程度上简化了二手车交易登记手续，也促进了6月市场的小幅回暖。

《通知》还提出，“鼓励汽车领域非保密、非隐私信息向社会开放，提高二手车市场交易信息透明度，完善信用体系。合理增加对二手车平台企业的抽检频率，抽检结果依法向社会公开。加强出口退税的政策辅导和服务，支持鼓励达到相关质量要求的二手车出口。”

张焱：上半年奔驰在国内插电混动市场份额超40% 继续以“油电双行”产品矩阵满足客户需求

本报记者 张硕 北京报道

“2023年上半年，奔驰插电混动车型凭借接近四成的市占率，以领先优势持续领跑豪华汽车市场。我们认为，在纯电市场保持着快速增长的同时，插电混动需求不减，市场体量增速迅猛，它将成为新能源市场增长的重要贡献力量。”

近日，梅赛德斯-奔驰发布上半年在华成绩单，数据显示，面对恢复性的经济复苏和复杂多变的市场环境，梅赛德斯-奔驰与经销商合作伙伴，共同向中国客户累计交付超过37.72万辆新车，年度同比增长6%，在多个核心业务板块实现高质量增长。北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司高级执行副总裁、梅赛德斯-奔驰星愿基金管委会主席张焱在上述成绩单发布后，就豪华新能源市场发展、体系力锻造、技术路径等备受业内关注的话题与《中国经营报》等媒体记者进行了交流。

“1—5月，我们在中国150万元以上的高端豪华汽车市场占有率达到一半，这再次确立了我们在这一细分市场的领先优势，也充分证明高端豪华市场客户对于奔驰品牌的认可。”

张焱表示，对豪华趋势的精准把握、与时俱进的科技创新实力、在生产制造和上下游产业链的体系化布局、屡次穿越周期的组织韧性、服务豪华客户的丰厚经验，以及与客户和三叉星徽爱好者的品牌共鸣，是其保持竞争优势，并持续获得豪华细分市场客户认可没有捷径的“朴素道理”。

用“无论油电，都很奔驰”的全新车型丰富客户选择

相关资料显示，2023年上半年梅赛德斯-奔驰高端豪华产品矩阵持续收获强劲增长，梅赛德斯-迈巴赫品牌、G级越野车、梅赛德斯-AMG品牌均实现双位年度增长，梅赛德斯-奔驰新能源产品矩阵交付稳健攀升，纯电EQ车型持续稳健增长；插电式混合动力车型亦以领先优势持续领跑豪华汽车市场。在核心豪华产品矩阵，长轴距C级轿车和E级车均实现双位数增长；此外，新生代豪华产品矩阵年度同比增长超36%。

张焱告诉记者，“豪华”是奔驰的基因和核心优势。作为汽车

发明者，奔驰具有百年凝聚的豪华共识，奔驰的优势是对豪华的理解和积淀。

对于竞争日趋复杂多变的豪华车市场，张焱分享了一个底层的商业逻辑：“守正用奇”——在坚守“正道”的基础上激发创新。

与此同时，张焱亦强调，中国市场是全球智能化和电动化的前沿阵地，对奔驰全球电动化、数字化转型有着无可替代的积极作用。“奔驰正在不断快速敏捷地把握和反映市场需求，以中国洞察赋能全球创新发展。目前，我们正在持续加大本土研发投入：跨北京、上海两地的中

敏捷洞察、快速回应市场趋势和客户需求

“过去3年，我们最常用的一个词就是‘韧性’。今年上半年的成绩，一定程度上和我们长期坚持正确的战略、保持体系力竞争优势和实力有非常大的关系，其背后是品牌历史积淀，安全可靠的产品、创新迭代的技术、专属定制的客户体验和服务，长期积累的实力。”张焱表示，即便在快速变化的市场中，奔驰也能够凭借体系力竞争优势和实力，洞察市场、紧抓市场动向，以更为敏捷的运营策略，实现高质量的发展。

一家长期成长的全球性企业，必须在树根、树干、枝叶三个层次上，在不同时代的洪流中与对手展开竞争。这其中，枝叶代表着市场份额；树干代表着核心产品；根则代表着核心能力。很多看起来枝繁叶茂的企业，树干

一断，立马枯萎。

面对电动化智能化趋势，奔驰始终在构建穿越周期的体系力，并在137年的历史中，一次次成功穿越周期。张焱认为，在市场环境中，决定产品价格的因素有很多。一脉相承的安全性能，精湛的制造工艺，恰到好处驾乘感受，以人为本的智能科技，豪华静谧的私享空间，不可复制的品牌体验，真实走心的情感共鸣，正成为豪华新能源细分市场客户购车时的主要考量，这也正是奔驰长久积累的体系化优势。此外，张焱表示，基于品牌定位，奔驰将更加敏捷洞察、快速回应市场趋势和客户需求。

“时代更迭，趋势在变，但我们相信，客户选择奔驰不是因为价格，而是长期以来对我们的优势的

信赖，以及对奔驰品牌豪华价值的认同与共鸣。”张焱强调道。

据悉，对于下半年，奔驰会保持审慎乐观的态度。短期看，电动化智能化浪潮下，日益激烈的市场竞争将带来更多挑战和更大压力。但拉长时间轴，奔驰对中国经济的长期活力、对中国豪华汽车市场的发展动力抱有坚定信心，也看好这些新浪潮给其带来新的机会。

具体到“沙场点兵”的市场层面，张焱则用了两个聚焦及四个发力点清晰地展现了奔驰应对激烈市场变化的“布阵图”：“下半年，我们将继续聚焦客户与经销商，围绕‘聚焦豪华’‘科技领航’‘全面电动’‘商贵并举’可持续发展四个业务锚点，呈现令客户心向往之的品牌、产品与服务。与

灵感。

中汽协数据显示，2023年上半年新能源汽车的市场占有率达28.3%。可见，新能源产品的需求日益增加，燃油车已超过七成的市场份额，仍然是市场的主流选择。对于当前中国汽车市场正经历结构性变迁，张焱表示，正是基于中国新能源汽车市场的蓬勃活力及中国客户对豪华燃油车的稳定需求，奔驰将以覆盖燃油、纯电、插电混动的多种驱动方式及覆盖不同细分市场的“油电双行”产品矩阵，持续带来“无论油电，都很奔驰”的全新车型，从而丰富客户选择。

此同时，聚焦高质量零售运营，紧抓市场动向，以更为敏捷的运营策略，助力经销商合作伙伴健康可持续发展。”

除日益丰富的产品矩阵外，梅赛德斯-奔驰立足中国客户数字化、生活化的用车需求，不断迭代客户体验生态。全面升级的梅赛德斯-奔驰应用程序已于近期上线。此外，梅赛德斯-奔驰将在年内陆续向符合条件的20余万辆推送包括高德定制导航新功能、语音助手优化、零层级用户界面更新在内的OTA升级服务。

在持续秉持“商贵并举”可持续发展理念的基础上，7月底，梅赛德斯-奔驰星愿基金将正式携手世界遗产之城泉州，开启全新文化遗产保护项目，守护人文传承。这也是梅赛德斯-奔驰星愿基金在华直

接开展深度合作的第14处世界遗产地。此外，梅赛德斯-奔驰也积极推进生物多样性保护，并已启动了针对大熊猫、雪豹、海南长臂猿等多个珍稀物种的生物多样性保护工作。

至此，在华公益之旅步入十六载之际，梅赛德斯-奔驰已建立了覆盖世界遗产地、国家公园且立体的环保公益模式，并持续助力中国自然环境保护、生物多样性及传统文化赓续。

在商业发展可持续领域，梅赛德斯-奔驰持续在业务运营中打通全价值链的可持续绿色转型。为实现2030年达成全球零售碳中和的目标，梅赛德斯-奔驰零售端节能减排的“绿色零售”项目将在年内全面覆盖新建经销商和2020网络升级计划改造项目。



张焱

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司高级执行副总裁、梅赛德斯-奔驰星愿基金管委会主席