

二手车消费潜力加速释放：减税延续、出口或全面放开

本报记者 陈燕南 北京报道

汽车是国民经济的战略性、支柱性产业。面对着汽车消费需求不足、库存压力较大的问题。近日，多部门与地方政府，相继发布促销政策，以期活跃市场。其中二手车市场也被视为拉动汽车消费的重要板块。

近日，商务部外贸司针对《二手车出口有关事项的公告（征求意见稿）》（以下简称“《公告》征求意见稿”），面向社会公开征求意见。而二手车出口公开征求意见被业界认为是在经过四年试点之后，国家准备全面放开二手车出口业务的前奏。而此前不久，财政部、税务总局确定对从事二手车经销的纳税人销售其收购的二手车，享受减按0.5%征收增值税的政策延续至2027年12月31日。

“国家发布众多利好消息促进二手车市场的消费，主要是因为二手车市场具有巨大的潜力和发展空间。二手车市场不仅可以解决人们的交通需求，还可以促进汽车产业的循环发展。当前二手车行业发展的难点痛点主要包括信息不对称、交易不透明、车况不可靠等问题。这些政策的发布可以推动行业转型发展，提高行业的规范化水平和服务质量。”中国交通运输协会新技术分会专家委员解筱文对《中国经营报》记者表示。

“在流通当中除了新车的销售，二手车的销售会成为主流。在国外，汽车销售的主力不是新车，实际上是二手车。如果按照这样一个规律进行测算，到2030年新能源二手车的交易量可能会超过1500万辆，这就意味着它已经不亚于新车的规模。所以，围绕二手车所形成的从认证、估价、仓储、物流、金融一直到回收，它的规模也会越来越大。”中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示。

中国汽车流通协会方面则认为，预计今年全国二手车交易量会达到1800万辆，实现交易额1.2万亿元。

二手车迎政策“东风”：“限迁”松绑、减税延续四年

有专家表示，《公告（征求意见稿）》的发布表明国家准备全面放开二手车出口业务，这是对二手车市场的一项重要举措。

随着“限迁”“异地提档”等方面政策“松绑”，全国二手车大市场正在加速形成。

今年4月7日，公安部推出对户籍以外的二手车辆转让登记、汽车接入实行一证通办等新政策。6月5日国务院常务会议召开政策例行吹风会，再次强调全面取消二手车限迁政策，部署全国统一大市场等一系列利好政策。

9月1日，工业和信息化部、财政部等七部门发布了《汽车行业稳增长工作方案（2023—2024年）》，在提出今明两年新车销量目标基础上，还明确要求促进老旧汽车报废、更新和二手车消费。受此因素影响，国内多地发布加快二手车发展相关规划。

9月27日，财政部、税务总局发布《关于延续实施二手车经销有关增值税政策的公告》更是为二手车行业从业者吃下一枚“定心丸”。

“财政部、税务总局确定的对从事二手车经销的纳税人销售其收购的二手车按照简易办法依3%征收率减按0.5%征收增值税政策的延续，将给二手车销售商带来税负的减轻，降低了二手车交易成本，促进了二

手车市场的活跃。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对记者表示。

值得注意的是，日前，商务部外贸司发布了《公告（征求意见稿）》，其中列明了二手车出口企业的申报条件、申报程序、出口许可证申领流程等内容。

“只要企业达到准入标准，都有可能成为出口主体，这也反映出国家对二手车出口产业的支持态度。在健康竞争的环境下，更多企业参与进来，共同推动产业发展。”天津市二手车出口协会会长张婷婷说。

“该公告的发布表明国家准备全面放开二手车出口业务，这是对二手车市场的一项重要举措。首先，放开二手车出口将有助于促进二手车市场和国内二手车的流通，提高二手车的利用率。其次，该公告明确了二手车出口企业申报条件、申报程序及材料、出口许可证申领流程等细节，为二手车出口提供了规范和指导。这有助于提高二手车出口的透明度和规范性，增加了企业从事二手车出口的可操作性。”洪勇对记者表示。

从经纪模式到经销模式转型 二手车迎高质量发展

截至今年上半年，从经纪转为经销模式的车商已经占到了52.7%，有计划转向经销模式的车商占比也达到了31.2%。

事实上，今年以来，整个汽车市场都充满着不确定性因素，2023年的车市经历了一波又一波“降价”，而新车价格的下滑，进一步压缩了二手车商的利润空间，也让不少车商倍感煎熬。

一位二手车负责人表示：“今年二手车的周转率变长，以前收一台车可能30天左右能卖掉，如今库存时间可能达到60天，甚至达到200天，二手车商的资金压力大幅增加。”

中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三表示：“消费者持币观望情绪加剧，二手车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。根据协会调研的数据，近年来出现亏损情况的二手车商高达92%，可以说生存和发展受到

了严峻地挑战。但是伴随着新政的出台，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。”

据了解，一直以来，我国二手车交易通过经纪、拍卖、经销和个人交易等模式进行，其中，经销企业销售二手车时，要按照二手车销售价格依3%征收率减按2%征收，经纪企业要按照收取服务费的6%缴纳增值税，而个人交易二手车免征增值税。在这种情况下，经销企业税负成本明显偏高，大量二手车经营主体就通过经纪或个人背户交易的方式进行经营，并占据市场90%以上的交易量。

有业内人士认为，减税政策实施后，二手车经销企业税收负担明显降低，企业盈利水平和市场竞争能力持续提升，业务规模也逐步扩



图为某二手车交易市场，等待交易的车辆。

视觉中国/图

大，将逐步迈向规范化、品牌化发展的道路。

值得注意的是，当前，随着新能源汽车的保有量增多，也有不少新能源汽车二手车流入了汽车市场。据中国消费品质安全促进会副理事长冯敏介绍，“2022年新能源汽车交易量大概是53.91万辆，同比增长70%，占二手车总交易量的3.4%，表明新能源汽车正在成为汽车流通市场新的增长点。新能源汽车的渗透率达到25.6%，相比之下新能源二手车的增长空间是很大的。”在他看来，规模化发展正是释放二手车潜力的关键因素。他表示：“二手车是汽车存量市场发展的重要业态，由于车龄短、贬值期短、保值率低，还有科学、公正、透明的评价或者评估体系缺失，新能源汽车二手车，甚

至整个二手车市场也存在这样的问题。新能源二手车市场很不成熟，目前来看，新车和二手车之比是1:0.08，这是比较低的一个比例，当然因为新能源汽车起步还不是太长。随着保有量的逐年增加，还有车龄的逐年增长和数字化转型进程的推进，新能源二手车消费市场具有广阔的发展前景，品质有保障、品牌有信誉、经营有规模是释放新能源二手车消费潜力的关键。”

事实上，行业协会调查显示，截至今年上半年，从经纪转为经销模式的车商已经占到了52.7%，有计划转向经销模式的车商占比也达到了31.2%，二手车行业开始迈向了由经纪向经销转型发展的新道路。

“建议在未来的发展中，加强行业监管和标准制定，提高二手车

登记业务2331万笔，占93.1%。2023年1—8月中国二手车交易量达到1190万台，交易额达到了7420亿元。中国二手车市场有望成为万亿级市场。”他表示。

交易的透明度和可靠性，加强消费者权益保护，提高消费者对二手车市场的信任度。对于提高二手车的保值率，可以通过加强二手车的维修和保养，提高车况质量，加强车辆的评估和认证体系，提供更多的售后服务和保修服务等措施来实现。此外，也可以通过推广二手车的金融服务和交易保险等方式来提高二手车的保值率。”解筱文对记者表示。

肖政三表示：“新政的出台和实施是对二手车行业根本性的重塑和构建，是国家赋予二手车市场的历史性发展机遇，这使我们身处二手车行业中的每一位从业者都能真切感受到，当下的二手车市场已经迎来了全新的发展窗口期，二手车行业的高质量发展新阶段已经来临。”

前三季度新能源汽车市占率逼近30% “新能源汽车下乡”撬动增量市场

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

“前三季度，我国新能源汽车技术水平快速提升。大规模量产动力电池单体能量密度达到300瓦时/公斤，纯电动乘用车平均续航里程超过460公里，乘用车中L2级及以上自动驾驶功能的车辆占比超过40%。”近日，在国新办举行的新闻发布会上，工业和信息化部（以下简称“工信部”）新闻发言人、运行监测协调局局长陶青作出上述表述。

近几年，国内汽车市场迅速向新能源汽车转型，增长速度超乎业

内预期。《中国经营报》记者从工信部方面获悉，我国新能源汽车产业延续良好的增长势头：前三季度，我国新能源汽车产销增速分别达到33.7%和37.5%，新能源汽车新车销量占汽车新车总销量已经达到29.8%。与此同时，品牌竞争力大幅提升。前三季度，自主品牌新能源汽车国内销售占比达到80.2%；新能源汽车出口82.5万辆，同比增长1.1倍。

“电动化、智能化已经成为中国汽车产业发展和重塑的两大动力，推动了中国新能源汽车迅速发展。

构筑技术“护城河”

汽车行业有一个共识，智能化决定汽车革命下半场竞争的胜负，中国汽车在电动化方面“先行一步”，但在接下来的产业博弈中，我们在保持优势的同时，还必须要通过智能化形成新的竞争力。在智能化下半场，对中国汽车产业而言，仍然任重道远。随着智能化发展的竞争日趋激烈，技术创新速度需要加快。

“应该充分重视技术创新对价值链重塑的作用，并且要高度重视关键核心技术短板，推动前沿技术国产替代。”在安庆衡看来，汽车是一个高价值链的终端产品，大宗产品、半导体等均在汽车上有体现。随着技术不断变革，汽车将成为智能移动终端。现阶段，中国在线控底盘、汽车芯片、操作系统、自动驾驶的人工智能算法等智能化环节还存在一些明显的短板，需要我们重

点去解决，从而进一步提高我国汽车产业的技术水平和创新水平。

长期以来，我国政府部门对关键核心技术备受重视。陶青表示，下一步，我们将深入实施《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，完善工作举措，加强部门协同，推动新能源汽车产业高质量发展，要统筹推进技术攻关、推广应用、基础设施建设等工作，加快电动化、网联化、智能化发展。

颜景辉对记者表示，由于新能源汽车的产业链比较长，其技术的提升和攻关也涉及很多方面，其中最关键的是动力电池续航能力的提升，动力电池新材料、结构技术的突破，充电技术的提升，以及动力电池回收再利用等方面的突破和攻关。

当前，新能源汽车虽然在不断挤占传统燃油车的市场空间，但不

少消费者在选择新能源汽车时仍怀有顾虑。

“对于电动汽车，消费者担心电池的衰减问题，这些问题需要从技术上去解决。与此同时，新能源汽车自然问题到现在也没有从技术上过关，这个是世界性的科技难题。此外，新能源汽车保值率比较低，二手车商不愿意收购新能源汽车，二手新能源汽车不好出手，这些问题都关系到消费者的切身利益。这些问题目前还没有得到根本性的解决，有待于科学发展和技术进步。”中国汽车流通协会有形市场分会常务副理事长苏晖在接受记者采访时说。

对于汽车下半场革命而言，智能网联汽车产业的发展不可能做到一蹴而就，需要长期的投入和耕耘。在中国电动汽车百人会副理事

的细分市场，经过10多年的发展取得了可喜的成绩。可以看到，新能源汽车已经度过了“初期”，目前正处于成长期以及良性循环中。

近年来，我国汽车产业在整车技术、关键零部件、智能网联等领域成绩突出，但我们也应该清醒地认识到，当前汽车产业链、供应链、价值链均在加速重构，新的挑战逐渐涌现，我们需要加快新体系电池、汽车芯片、车用操作系统等技术攻关。与此同时，如何进一步挖掘和释放农村地区新能源汽车消费潜力也成为行业新的考题。

长兼秘书长张永伟看来，现阶段，我们需要全链条规划建设汽车智能化产业链供应链。“我们已经建立了全球比较领先且完备的电动化产业链，在智能化时代，这条链应该怎么建设？哪些链条是现在的短板？哪些环节是供应链的高风险环节？这是现在需要及早谋划和布局的，要防止在智能化加速发展的时候出现技术‘卡脖子’和供应链断链问题。现在行业发展太快，可以重新考虑根据新技术进展、新的外部环境变化来制定智能汽车新的发展战略，加强组织协调、加强战略指引，这条路走得非常迫切。”

政府部门正在发挥统筹协调作用。陶青表示，下一步要启动智能网联汽车准入和上路通行试点，开展城市级“车路云一体化”示范，加快自动驾驶等标准制修订工作。

撬动千亿级蓝海市场

汽车是支撑消费的“大头”。今年以来，国家多个部门多次发文称，要更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴，新一轮新能源汽车下乡活动已在如火如荼进行中。这将推动我国新能源汽车的规模化发展迈向新阶段。

据陶青透露，工信部的规划是，下一步要加快制定调整减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求，深入开展新能源汽车下乡活动，持续做大国内市场基本盘。

业内认为，新能源汽车县乡地区渗透率远低于城市，有着较大的提升空间。

根据开源证券此前在研报中发布的数据，目前一线城市的新能源车渗透率已经超过50%，而部分三、四线城市渗透率不足10%，新能源汽车下乡激发的市场潜力和空间巨大。

中国国际经济交流中心能源政策研究部部长景春梅预计，到2030年，我国乡村地区的千人汽车保有量可以达到160辆，总的汽车保有量会超过7000万辆，由此推算新能源汽车下乡大概会带动千亿级规模的市场。

从目前来看，总体而言，我国农村地区新能源汽车市场仍处于起步阶段，总保有量相对较低，充电基础设施建设不足等问题制约了新能源汽车的推

广使用。

颜景辉在采访中告诉记者，新能源汽车下乡面临不少阻碍，但随着政府政策的持续“导入”和跟进，这个市场一定会像新能源汽车产业一样厚积薄发，我们应该对新能源汽车下乡保持信心和耐心。

“加快推进充电基础设施建设，是新能源汽车向乡村市场‘下沉’的关键。与此同时，要推进新能源汽车下乡，还要从汽车产品的供应端发力，生产、投放更适合于农村以及五线城市汽车市场需求的产品。农村市场可能更适合那些满足‘综合性’使用需求的产品，既能解决交通通行问题，又能解决农业生产的问题，比如特种车、专用车。”颜景辉说道。

根据中国汽车工业协会披露的数据，2020—2022年新能源汽车下乡车型销量增速分别为80%、169%和87%，新能源汽车销量增速分别为13.35%、157.57%和95.6%，新能源下乡车型的销量增速高于新能源汽车的整体销量增速，对整个新能源市场的销量贡献较大。

据记者不完全统计，截至目前，已有山东省、安徽省、陕西省、海南省、江西省、湖北省、江苏省、四川省、天津市在内的多个省市正在持续开展新能源汽车下乡活动。