

多环节发力 汽车消费市场加速升温

激发汽车消费,政策从多个环节发力,既稳住增量,又盘活存量。记者注意到,近期,中央层面不断明确二手车限迁、减免购置税、增加汽车增量指标等政策安排,多地推出了落实举措。叠加购置税减免等利好,6 月份汽车消费加速回暖。

业内认为,随着政策效应持续释放,占社零总额比重达到 10% 的汽车消费市场将有效激活,推动消费复苏回升,带动汽车全产业链发展。

稳住增量 释放新车消费需求

年底来临时取消非本市户籍人员申请节能车增量指标的缴纳职工社会保险险资格条件,5-6 月额外增加 3 万个节能车增量指标配置额度,叠加补贴优惠、购置税减免等政策红包,激活了广州汽车消费市场。

广州一家新能源汽车销售店负责人告诉记者,5 月份以来,市民的购车热情逐渐高涨,店里客流量增加明显,其中,新能源汽车销售同比上涨三成。

不仅是广州,更多城市也在跟进。其中,深圳新增投放 2 万个普通小汽车增量指标,上海将在年内新增非营业性客车牌照额度 4 万个,杭州向累计摇号 48 次(含)以上人群一次性配置 4 万个小客车指标,天津 6 月至 12 月增投 3.5 万个增量指标。

上述五个城市目前新增购车指标 16.5 万个,有利于加快释放汽车消费需求。不过分析同时指出,目前新增指标数量仍有限,后续或有可能逐步扩大增量指标,释放增量需求。

“十四五”规划纲要明确,“加快推动汽车等消费品由购买管理向使用管理转变”。之后,商务部、国家发展改革委等部门在部署促汽车消费时也多次提及,有序取消行政性汽车限购,鼓励增加指标投放。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华提出,部分限购城市增加购车指标,能很快、直接形成当地的增加购买量,效果非常明显。“我们希望还没有出台相关举措的城市尽快增加一些购车指标。”

盘活存量 活跃二手车市场

在鼓励新车消费稳住增量的同时,政策还瞄准二手车市场流通的关键环节,进一步盘活存量。

北京的崔先生正在办理手续,将一辆购置于五年前的京牌燃油车过户到河北,给老人当代步车。“腾出的指标,准备再买一辆空间大一点的 SUV,适合全家人出游开。”崔先生对记者说。河北于日前全面取消符合国五排放标准小型非营运二手车的迁入限制。

5 月 31 日,《国务院关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》发布,明确全面取消二手车限迁政策。记者注意到,在此后一个月时间里,河北、

江苏、天津、浙江、广东等多地都放宽了二手车迁入限制。

限迁政策调整被业界看作激活二手车市场甚至盘活整个汽车消费市场的重大利好。

“二手车行业车源属性强,一二线城市作为优质车源聚集地,此前受制于限迁政策,优质车源向低线流通受阻,抑制了购车需求释放。”瓜子二手车联合创始人、高级副总裁王晓宇对记者说。他认为,随着流通环节松绑,车辆售卖效率提升,将有效拉动新车、二手车销量提升。

近期,国务院常务会议对“活跃二手车市场,促进汽车更新消费”进行部署,并给出取消限迁、单独签注管理、核发临时号牌等二手车流通环节进一步政策安排的时间表。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示,二手车交易已经突破万亿元规模,取消二手车限迁等关键环节的优化,将加快形成二手车消费与新车消费循环互促的格局。

多环节发力 激活汽车消费市场

星图金融研究院高级研究员付一夫表示,汽车制造业产值在 GDP 中占比、汽车零售额在社零总额中占比均在 10% 左右。“多个环节激发汽车消费潜力,将对消费复苏回升、汽车全产业链发展产生明显的带动效应。”

华创证券首席宏观分析师张瑜表示,预计 6 月汽车零售额增速为 12%,正向拉动社零增速 1.2 个百分点。5 月汽车零售额增速为-16%,拖累社零增速 1.6 个百分点。“也就是说,仅汽车消费,就将拉动 6 月社零增速降幅较 5 月收窄约 3 个百分点。”张瑜说。

“随着疫情和芯片短缺等因素影响逐渐减小,以及诸多利好政策促进,汽车消费堵点得到疏通,消费增长动力增强,整体消费水平回升。”陈丽芬说,预计政策实施在今年增加汽车及相关消费约 2000 亿元,将有效提振消费信心、促进消费回暖。

长期来看,“由购买管理向使用管理转变”“完善汽车平行进口政策”“研究免征新能源汽车购置税政策年底到期后延期”等更多安排将持续激活国内汽车消费市场。

以放松限购为例,陈丽芬表示,目前全国有八个大城市实施牌照配额管理,有测算数据显示,被压抑的汽车消费需求至少为 500 万辆。如果每年新增 100 万辆汽车牌照,将增加消费千亿元以上,提高消费市场增速 3 个百分点。

另据付一夫分析,汽车产业链条极长,涉及原材料工业、设备制造业、配套产业业等多个领域,集成了大量高新技术。因此,提振汽车消费,也可以在很大程度上带动技术进步与产业升级发展。

据经济参考报

贵州岑巩

搭乘“电商快车” “农特产”插上了“云翅膀”



清晨,阳光透过淡薄的云层洒向大地,满怀希望的人们奏响了激越的奋斗之歌。

在贵州省岑巩县天星农特产产线上线下展示中心,这个仅有 37 平方米的“微展馆”里,草莓干、黄桃干、林下茶树菇干品、灰树花干品等从全县各地收集来的 60 多种农特产品,正被工作人员有序搬进“新家”。

“这是自家中蜂采集野桂花和柚子花酿制的蜂蜜,给大家品尝一下,觉得不错就放在你们这里帮我推销一下,可以吗?”

“味道好,能喝出柚子花的香味,你先放 20 瓶在这里,你们要和大户合作,进一步提升质量标准,便于推向更大的市场。”

……

40 岁的周春雄,是岑巩县思旸镇铜古田村村民,养蜂 5 年了,目前有蜜蜂 100 余箱,年产蜂蜜 1500 斤左右,年收入 10 多万元。

“蜂蜜产业效益不错,但平时都是做熟人生意,销路有限,不敢扩大养殖规模。”周春雄说,岑巩县天星农特产线上线下展示中心,致力于将岑巩县的农特产品通过线上线下渠道推动“黔货出山”,借助这个平台,能有效拓宽销售渠道,给了我扩大养殖规模的信心。

消费帮扶,一头连着乡村振兴,一头连着广阔市场。为助力岑巩全面推进乡村振兴,今年 4 月,中共贵州省委党校发挥定点帮扶资源优势,以岑巩县天

星山岗村种养殖专业合作社为平台,建设了覆盖天星乡 11 个村,面向全县的农特产品线上线下展示中心,精准助力岑巩农特产品“云端”销售。

“线上线下销售平台是大有可为的,将线下客户群引流至线上,能够增强客户长期购买的可能性。”中共贵州省委党校乡村振兴驻天星山岗村工作队队员弭萨介绍,今年,中共贵州省委党校在校内开设了思州溯源诚品超市,专门销售岑巩县的农特产品,开业第一天就卖出 5000 多元。学校开发的岑巩县山岗农特产线上购物小程序,第一天就卖了 56 瓶思州土蜂蜜和一些鸡蛋,销售额 7000 多元。岑巩县天星农特产线上线下展示中心将依托岑巩县良好的产业发展基础和丰富的农特产加工产品,通过前期对产品质量许可证、经营许可证等进行认真考察筛选,将全县更多优质农特产注入展示中心和线上销售平台,把天星乡及岑巩县内的农特产品推向更大的市场,平台所得收益则用于壮大村集体经济,发展村级公益事业。

“下一步,我们将依托线上线下展示中心,利用相关网络销售平台,通过线上购物中心和网络直播带货等方式,展示岑巩农特产背后的农时农事、乡土情怀和文化内涵等,打造爆款产品和引流产品,推进农特产品借网拓市、走向全国。”弭萨介绍。

近年来,岑巩县紧扣“农业增效益、农民增收收益、农村增活力”工作目标,围

绕“两主导多特色”产业发展定位,按照“宜粮则粮、宜果则果、宜牧则牧”原则,大力培育经营主体,发展特色高效农业产业。通过产业基地生产能力提升强链,产品精深加工和市场销售延链,推动乡村走上持续发展的高速路。

目前,全县培育州级以上农业园区 6 家(省级 4 家)、龙头企业 30 家,专业合作社 392 家,家庭农场 167 家。全县精品水果种植面积 8.41 万亩,预计年产出精品水果 6.52 万吨。5 月底已种植食用菌 1126 亩,预计年产量 1.22 万吨。岑巩现有茶园面积 3.71 万亩,投产茶园面积 3.2 万亩,截止 5 月底,该县干毛茶产量 532.6 吨,产值 8498.09 万元。

岑巩古称思州,农特产品品牌以县为名。目前,岑巩县建成了思州农特产品展销中心和集生产、加工、包装于一体的流水线车间。全县建成县级电商产业园 1 个,乡镇电商服务站 11 个,村级农村电商服务点 48 个,培育孵化电商企业 10 家。搭乘“电商快车”,岑巩县的“农特产”插上了“云翅膀”直通大市场,已通过产销对接销售农特产品 10655.287 吨,实现销售产值 12801.258 万元,促进了农业增效、农民增收。

周燕 陈昆文 / 图

坚持“防疫三件套”

科学佩戴口罩

保持社交距离

讲究个人卫生



牢记“防护五还要”

口罩还要戴

社交距离还要留

双手还要经常洗

咳嗽喷嚏还要遮

窗户还要尽量开