

▶長春汽博會上，消費者買車意欲高，這是與汽車補貼和優惠政策有着直接關係。

長春車展推7000萬元補貼 撬動73億銷售

利好政策顯效 內地車市觸底反彈



▲來自英國的外籍教師Mark鍾愛紅旗車，對其發展史如數家珍。

「無論是新能源車，還是燃油車，現在是促銷力度最大的時候。錯過了今年這個機會，明年可能補貼等優惠就沒了。」比亞迪展銷助理韓卓軒說。第19屆長春汽博會是今年內地首個展銷期超過十天的大型車展，其間，長春市政府投入2000萬元（人民幣，下同）（約2.8億港元）資金開展汽車補貼活動，各區紛紛推出共計2400萬元（約3.24億港元）汽車銷售專項補貼，令車展的交易額達到232億元（約32.5億港元），強而有力地促進汽車消費。

大公報記者 盧冶（圖、文）

經濟透視

本屆長春汽博會展期由7月15日至7月24日，是全國車展中首次啟動雲上汽博會，線上瀏覽觀眾12餘萬次，銷售汽車30705輛，令車展的交易額達到63.33億元。現場銷售人員告訴記者，參與者大部分都有買車需求，尤其是受購置稅減半政策推動，所覆蓋的車型、品牌、市場規模等都是空前的，每一位銷售顧問都忙著做生意，與上半年蕭條的汽車市場形成了鮮明對比。

本田買家：省近兩萬元

通力奧迪銷售顧問楊振說：「在長春汽博會上，消費者購車熱情明顯增高，我們的很多中高端車型取得大量購買意向。這與當下汽車補貼和優惠政策有着直接關係。」

長春汽博會的各大車企幾乎清一色以補貼形式，給用戶全額減免購置稅，更有車企加碼下鄉補貼、贈商業車險、貼息免息、提高置換補貼、燃油補貼等各種購車福利投向市場。其中一汽紅旗H9置換最高補貼3萬元、沃爾沃S60優惠6萬元起、進口大眾途銳官方降價7萬元、長安汽車最高優惠1.6萬元……

買了一輛車的張女士給記者算了一筆賬：「我買的是本田CR-V混動，成交價24.2萬元，購置稅才花了9000多元，再加上政府的5000元購車補貼，以及綠

園區的3000元汽車消費券，合計省下17000多元（約逾19000港元），可以說非常划算了。」

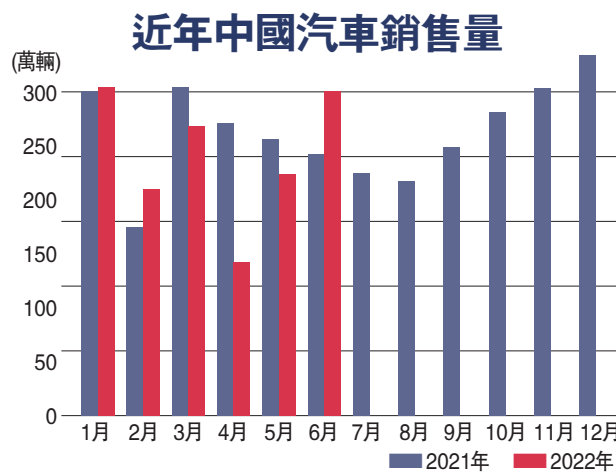
紅旗代理：半日賣出10多輛

王一博是紅旗展區的經銷商之一，他對開展首個上午的銷售效果很滿意。「忙活了一早上，大約賣出10多輛，客戶多為85後和90後，有兩輛是新能源。我對這個銷售成績很滿意了，一個上午的銷量就相當於我平時一個月了。」

過去一段時間，內地多個部門出台了擴大汽車消費的政策措施。包括對購置日期在今年6月1日至12月31日期內，單車價格（不含增值稅）不超過30萬元的2.0升及以下排量乘用車，減半徵收車輛購置稅。

全國乘用車市場信息聯席會秘書長崔東樹指出，該會5月中旬初步統計，今年乘聯會零銷量約1900萬輛，同比跌5%。隨著購置稅優惠等新政策的實施，加上行業各方的共同努力，或將推動全年內地零售銷售達到2100萬輛的規模。因此，出政策比沒出政策，預計要帶來約200萬輛的銷售增量。全國乘聯會表示，自2021年以來，中國汽車產業鏈韌性較強的優勢充分體現。7月乘用車市場零售達181.8萬輛，同比增20.4%，是以往10年的次高增速。

長城證券表示，8月山東延續原有新購補貼政策，廣西、廣州、合肥等省市陸續出台第二波補貼政策，對地區車市構成穩定支撐，8月車市銷量有望環比上升。7月29日，國務院常務會議明確確切延緩免徵新能源汽車購置稅政策，疊加地方政府新一輪新能源車消費補貼，將助力新能源車需求有效釋放，保證新能源車行業穩步發展。



紅旗駛出國門 「中式奢華」成功吸睛

國產車受到越來越多人喜愛，不僅國產人「胃口」，就連外國人也青睞。「紅旗」、「解放」的中國象徵品牌，便深深吸引着外國人。「中國式豪華，30萬元人民幣的『勞斯萊斯』。」海外測評人最愛把「紅旗」品牌與汽車豪華放在一起。

@Wheelsboy是海外的汽車測評博主，專門測試在中國市場流通的汽車。他說：「那個巨大的瀑布格柵，讓我想起1970年代的克萊斯勒（Chrysler），我承認喜歡它，尤其是令人驚嘆的紅色內飾。」在@Wheelsboy測評紅旗汽車視頻的下方，「中式奢華」成為吸引海外網友的爆點。「我喜歡紅旗汽車在內飾上『老牌奢華』的感覺，而不是大多數汽車採用的極簡主義設計方式。」

紅旗品牌開拓世界市場的時間較短，但目前紅旗品牌海外銷售網絡已覆蓋中東、歐洲、東南亞等地區。據悉，紅旗已陸續在柬埔寨、阿聯酋、科威特、沙特、挪威等國家建立了銷售網絡。

英教師：設計蘊藏傳統文化

來自英國的Mark在長春車展上說：「我對『紅旗』、『解放』汽車都很了解，包括它們的歷史。我覺得絕大多數的中國人對它們的了解，都不如我。」

Mark是一位外籍教師，也是YouTube上小有名氣的博主，在社交賬號上有自己的視頻。他查閱了很多「紅旗」的資料，錄製了5期關於紅旗的視頻。他很喜欢中國文化，在上課過程中，常常把中國文化融入課堂，包括做過「一汽」、「紅旗」、「解放」等相關主題的課程。他認為，紅旗汽車有着獨特的中國氣質，汽車設計中融入了天安門、天圓地方等很多傳統中國元素。他說：「不是所有汽車都適用於天安門元素，但是紅旗就可以。」

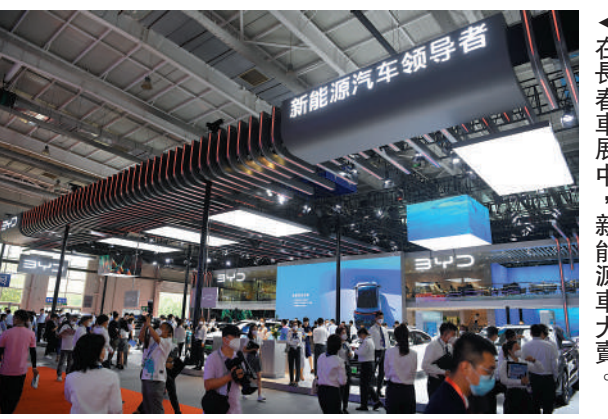
外觀與技術進步 國產新能源車熱賣

在是次車展中，新能源車大賣。95後的王智程表示，國產車的外觀與技術，與合資的距離漸漸縮短，「我先看了合資品牌的車，但沒有吸引我的產品，最終買了一輛自主品牌新能源車。」

專程來買新能源汽車的張先生說：「油價波動上漲，導致用車成本增加，我這次來是為了挑選一款新能源家用車，用來接送孩子、上下班、買菜，經濟實惠、購車無壓力，從長遠來看，十分划算。」

本次參展的大部分新能源車都配備了長續航功能，也給購車者更多的選擇。在比亞迪展區內的長春佰晟銷售服務店內訓師冷佳聲說：「僅我們一家4S店在車展的成交量就有300輛左右，比亞迪現在的銷量是突飛猛進的，因此大部分車型只能以訂單的形式，熱門車型需要等待兩到三個月左右，如果是新上市的新車型，甚至需要3至6個月，但仍然有大批年輕人鍾情。」

五菱汽車展位銷售經理孫娜也表示：「很多車型已沒有現貨了。」她透露，新能源車型每天都能收到十餘輛的訂單，銷量遠超預期。



▲在長春車展中，新能源車大賣。

利好汽車消費政策

- 1 《國務院關於印發扎實穩住經濟一攬子政策措
- 2 各地區不得新增汽車限購措施，已實施限購的地區
- 3 財政部、國家稅務總局發布公告稱，為促進汽

中汽協：新能源車出口飆1.3倍

比亞迪在新能源領域不斷發力，已成為中國車企的出海樣本。在「一帶一路」沿線，隨着中國汽車不斷亮相國際車展，海外訂單不斷上升。中國汽車工業協會公布，上半年，中國汽車企業出口121.8萬輛，同比增

長47.1%；其中，新能源車出口20.2萬輛，同比增長1.3倍，佔汽車出口總量16.6%。

上半年，比亞迪新能源汽車銷量超64萬輛，已成為全球銷量最大的電動汽車生產商。比亞迪乘用車近日進軍日本市場，首批車型包括元Plus、海豚和海

豹。8月1日，比亞迪與歐洲經銷商集團Hedin Mobility合作，進軍瑞典和德國市場；10月瑞典和德國的多家先鋒店將正式開業；首批比亞迪新能源汽車，預計在本季度交付給以色列消費者。現時比亞迪新能源汽車的足跡遍布全球70多個國家和地區，超過400個城市。



▲比亞迪新能源海洋系列受年輕人歡迎。

設計充滿中國風 年輕人追捧

當國產品牌遇上中國風，比亞迪「漢」、「唐」、「宋」、「秦」、「元」王朝系列的吸睛程度，毫不遜色於超豪華。「麒麟棕」、「蒼穹灰」、「釉玉藍」、「日蝕藍」的顏色，給人一種山水交融、祥瑞穩重的感覺。比亞迪展區內的長春佰晟銷售服務店內訓師冷佳聲介紹，王朝系列的宋DM-i，外觀設計保留最經典家族風格，但同時加入大尺寸導流槽、分段式燈組等年輕元素，以及簡約化側身，深受年輕人喜歡。比亞迪另一系列——海洋系列的海

豹，主打運動感，在長春車展中深受年輕人青睞，雖然放置在靠內的位置，但上前查詢試駕的客戶絡繹不絕。據悉，海豹在剛推出時預售11天，訂單就超過15萬輛，也是比亞迪進軍日本市場首發的三款車型之一。

長城汽車的陳爽連續5年參加長春汽博會，他說：「年輕人是汽車主力消費者，他們越來越青睞國產車，其一是價格更厚道，即使數萬元也買到好車；其二是產品有顏有料。」根據多年來參加內地車展的經驗，陳爽說，尤其對25至32歲的年輕人而言，國產車只要內飾做工和科技感不俗，都很願意購買。

10天展期丁財兩旺 零售旅遊同受惠

國家政策拉動汽車消費，長春車展丁財兩旺的同時，車展期間也帶動周邊商業生意暢旺。長春市貿促會會長徐懷武介紹，10天的展期拉動了賓館酒店業、公共交通、餐飲、休閒娛樂、旅遊等產業消費。

據官方的統計數字顯示，本屆長春汽博會參觀人數達到61.8萬人，其中主會場長春國際會展中心入場人數20.2萬人，分會場參觀人數41.6萬人。「展會期間各大中型酒店入住率均達到今年峰



▲智能、高端是本次長春車展一大亮點。