

# 落地两个多月 汽车以旧换新进展如何

眼下,汽车以旧换新正在全国各地火热进行。商务部等7部门联合印发《汽车以旧换新补贴实施细则》两个多月来,据不完全统计,20多个省份出台具体实施政策,车企也纷纷加码推出各式优惠。

## 多地“真金白银”支持汽车以旧换新

汽车以旧换新,包括汽车报废更新和汽车置换更新。

汽车报废更新,即将旧车报废注销再购新车。按照4月份商务部等7部门联合印发的《汽车以旧换新补贴实施细则》,个人消费者在相应时间范围内报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日前注册登记的新能源乘用车,并购买符合条件的新车,享受一次性定额补贴。

对报废上述两类旧车并购买新能源车乘用车的,补贴1万元;对报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车的,补贴7000元。

财政部数据显示,报废更新补贴年度资金总额近112亿元,由中央财政和地方财政按6:4比例共同承担,中央财政补贴金额已下达。各地也动作不断,据不完全统计,截至目前,20多个省份发布报废更新地方实施政策。

从补贴力度看,绝大多数地区按照国家基本标准执行,内蒙古在此基础上提高一定额度,对报废置换新能源车最高补贴12000元/辆,燃油车9000元/辆。

执行国家报废更新补贴的同时,多地还出台汽车置换补贴,即对二手车转出再购新车给予补贴,包括先购后补、发放汽车消费券等方式。

广州、济南、苏州等地根据购车类型、新车价格等分档补贴,额度数千元不等;上海对符合条件的个人消费者给予一次性购车补贴,燃油车和纯电车每辆分别补贴2800元和1万元;北京市朝阳区、昌平区、大兴区分批次发放汽车消费券,最新批次规模超千万元。

深圳再次放宽新能源汽车购买政策,取消非深户籍人员申请新能源汽车增量指标社保限制,放宽名下仅有1辆在深圳登记的小汽车个人申请混合动力小汽车增量指标的条件限制。

此外,多家车企纷纷加码“打折”。蔚来汽车推出最高10亿元油车置换补贴,京东汽车联合品牌投入5亿元补贴,吉利汽车现金优惠和置换补贴同享……部分车型最高优惠至半价。



## 政策成效逐步显现

距离上一轮汽车以旧换新已近15年。商务部数据显示,2010年1至12月,共办理汽车以旧换新补贴车辆45.9万辆,发放补贴资金64.1亿元,拉动新车消费496亿元。

截至2023年底,我国乘用车保有量已达2.8亿辆。结合目前传统燃油车换车周期为6至8年,新能源车换车周期为3至5年,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会预测,今年乘用车市场消费增量将有40%来自以旧换新。

“若以去年2600万辆乘用车销量计算,2024年大约有1000万辆乘用车销量将来自以旧换新。”乘联分会秘书

长崔东树说,高车龄车报废换车比例一直不高,当前汽车市场主要增量来自增购。按照2023年我国乘用车新车平均17.5万元的价格计算,有望带来万亿元级的新车消费规模。

业内人士认为,汽车增购带来不同的消费需求,新能源化、大型化和高端化是明确趋势。

中国汽车工业协会数据显示,5月份,我国汽车销售241.7万辆,环比增长2.5%,同比增长1.5%;其中,新能源汽车销量95.5万辆,环比增长12.4%,同比增长33.3%,市场占有率达到39.5%。

记者走访多地发现,汽车以旧换新

新政落地之后,市场情绪有所提振,政策成效逐步显现。

在山东省济南市槐荫区一家汽车销售服务中心,尽管是工作日,但不时有顾客前来咨询体验。“两个月来门店咨询量明显增多,一些原本持观望状态的消费者也下单了,置换率差不多增加一倍。”销售人员戴广通说。

换新的同时,二手车市场活跃度有所上升。

“随着以旧换新政策实施,我们这段时间接到的线索量、询问车辆信息的电话增多。”北京花乡二手车市场一家门店销售人员说,以前一天接待10个客户,现在一天最多接待30个客户。

## 畅通汽车以旧换新全链条

汽车流通协会数据显示,2023年全国二手车累计交易量1841.33万辆,同比增长14.88%;按照此轮以旧换新政策目标,到2027年,我国二手车交易量较2023年增长45%。

在采访中记者发现,二手车市场存在回收费用不透明,旧车折算价格较低,地域限制等问题。济南一名二手车回收人员透露,个别品牌二手车掉价过快,一定程度上打击了消费者去旧的积极性。“我们也不敢贸然收车,如果收了一个月内没出手,就很可能砸手里。”

中国汽车流通协会常务理事贾新光指出,二手车市场是名副其实的万亿元市场。二手车业态关系到整个汽车产业流通,希望相关部门能够完善二手车

市场管理办法,简化换车交易流程,取消地域限制,进一步完善报废车回收、再制造。

部分车企负责人表示,无论报废补贴还是置换补贴,都不是新名词、新手段。“如果单纯以补贴和价格来拉动、刺激消费,存在一定难度。”山东省工商联副主席于晓怡认为,面对激烈竞争,车企应跳出价格战,着眼于经济性、动力性、操控性、舒适性等,以创新元素吸引用户。

贾新光说,此轮以旧换新政策特别强调标准提升——“标准是关键,特别是新能源汽车整车、充电、售后等环节普遍需要提升标准,涉及安全性、智能化等多个方面。”(新华)

## 推进旅游公共服务 高质量发展

九部门联合印发指导意见

新华社电 记者从文化和旅游部获悉,文化和旅游部、国家发展改革委、财政部等九部门日前联合印发《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》。指导意见提出,利用3到5年时间,基本建成结构完备、标准健全、运行顺畅、优质高效,与旅游业高质量发展相匹配的旅游公共服务体系,旅游公共服务有效供给明显扩大,服务效能明显提升,对薄弱领域、高峰时段和特殊人群的服务保障能力明显增强,人民群众对旅游公共服务的满意度明显提高。

指导意见明确五大方面15项主要任务。在优化旅游公共信息服务方面,优化线下旅游服务中心布局,加强线上旅游公共信息服务,加强旅游公共信息服务资源整合。在完善旅游公共交通服务方面,加强旅游交通基础设施建设,提升旅游交通公共基础设施建设和管理水平,优化旅游交通运输服务。在强化旅游应急救援服务方面,加强旅游应急救援机制建设,优化旅游应急救援设施设备布局,增强旅游应急救援的社会参与。在加强旅游惠民便民服务方面,开展形式多样的旅游惠民便民活动,推动旅游惠民便民设施建设改造,提升入境旅游公共服务水平。在促进公共文化服务和旅游公共服务融合发展方面,促进文化和旅游公共服务设施功能融合,丰富旅游场所公共文化服务内容,增强公共文化场所旅游吸引力。

文化和旅游部公共服务司负责同志表示,人民群众对旅游公共服务有着越来越高的期待,如何补齐旅游公共服务短板、弱项,完善配套服务,进一步提升服务水平,营造良好的旅游消费环境,让游客游得安心、游得舒心,是摆在面前的重点任务。指导意见以重大项目为抓手,聚焦重点地区、重点环节、重点时段,明确了当前和今后一个时期推进旅游公共服务高质量发展的总体要求和重点任务,为推进旅游公共服务工作提供政策依据。

## 规范政府采购市场秩序 国务院办公厅印发行动方案

新华社电 日前,国务院办公厅印发《政府采购领域“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”三年行动方案(2024-2026年)》(以下简称《行动方案》),力争用三年左右的时间,着力解决当前政府采购领域存在的突出问题,使政府采购市场秩序更加规范,政府采购制度建设迈出实质性步伐,建立健全促进现代产业发展的政府采购政策功能体系。

《行动方案》明确了3方面9项重点任务。一是整顿市场秩序,优化营商环境。持续开展政府采购领域反映突出的采购人设置差别歧视条款等四类违法违规行为专项整治,加强常态化行政执法检查,畅通权利救济渠道,开展第二批政府采购行政裁决示范点建设,推进省级以下争议处理向省级集中。创新监管手段,升级改造中央政府采购电子平台,建立健全信用管理机制,加强政府采购协同监管。二是建设法规体系,服务统一市场。积极推动政府采购法修改,推动政府采购法律法规体系的系统性、整体性、协同性。逐步构建覆盖需求管理、信息公开、采购方式、合同履行、救济机制等系统完备、操作规范、运行高效的政府采购制度体系。建立政府采购本国产品标准体系,确保不同所有制企业在中国境内生产的产品平等参与政府采购活动。分类制定政府采购需求标准和政府采购标准文本。三是促进产业发展,落实国家战略。构建符合国际规则的政府采购支持创新政策体系,建立健全政府采购合作创新采购制度。推动政府采购工程项目支持中小企业发展,助力中小企业“政采贷”,支持乡村产业振兴。出台绿色产品政府采购支持政策,扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围,推动绿色低碳发展。

《行动方案》强调,各地区、各部门要按照职责分工不折不扣落实本方案要求,确保各项工作落地见效。

## 就电动汽车反补贴调查 中欧已举行多轮磋商

本报讯 商务部新闻发言人何亚东4日称,截至目前,中欧技术层面已就欧盟对华电动汽车反补贴调查举行多轮磋商。

商务部部长王文涛6月22日与欧委会执行副主席兼贸易委员东布罗夫斯基举行视频会谈,双方商定基于事实和规则两大支柱,就妥善处理该案立即启动磋商。

何亚东在当天举行的新闻发布会上说,目前距终裁还有4个月窗口期。希望欧方同中方相向而行,展现诚意,抓紧推进磋商进程,基于事实和规则,尽快达成双方均可接受的解决方案。

此前,德国汽车工业协会发表声明称,对中国新能源汽车加征关税,将损害在华经营的欧美厂商利益。宝马公司也表示,加征关税税路一条,将损害全球企业利益。

何亚东表示,希望欧方认真听取盟内呼声,理性、务实地与中方开展磋商,避免反补贴措施伤害中欧汽车产业的互利合作和共同发展。(中新)

## 游击走穴 身披“马甲” “黑医美”加速下沉县乡

随着生活水平的提高,医美消费下沉趋势明显。记者在多个区县及乡镇调研发现,基层群众在接触医美项目时,遭遇了“黑医美”的花式套路,由于城市对医美行业的监管加强,一些“黑医美”在大城市难以生存,顺势加速向县、乡镇渗透,危及群众健康安全,亟待整治。

### “黑医美”下沉式泛滥

“黑医美”一般指不具有从业资质的从业者,在非正规医美机构、用不合规的医美产品为消费者服务。大中城市消费者自我保护意识增强,市场监管也逐步强化,而在部分县乡农村,监管难以触及“最后一公里”,加上一些基层求美人士对“黑医美”缺乏足够的辨别能力,导致“黑医美”花样翻新,在一些县乡扎根。

记者近日跟随成都市卫生计生监督执法支队执法人员到周边区县暗访调查,走进一家小商场四楼的美容店内,一进门工作人员就表现很紧张,连连称“老板不在”“我们什么都不知道”……

执法人员立即分头调查取证,很快发现很多违规操作。“顾客档案内发现有光子嫩肤和红蓝光的治疗记录,普通的生活美容机构是不能做的。”成都市卫生计生监督执法支队副队长赵霖说。在店内的一个角落,记者还看到光子嫩肤治疗仪器。

在另一家护肤店,执法人员发现了“宝丰针”和一些射频仪器。“这些都会穿透皮肤,没有医美资质的店不能随便进行。”执法人员说。在该店的护肤护理记录中,还发现“超声刀”治疗记录,售价为8000元一个疗程。

西南某省县城居民叶容仙称,她一年前在县里一家“工作室”做祛斑美白项目后产生严重副作用,全脸出现密密麻麻

麻的鼓包,数日后未见好转。叶容仙回忆,做这一项目时工作人员使用了中药产品,同时用导致皮肤破损的“微针”导入操作。时隔一周后,叶容仙到南宁市的一家三甲医院治疗,花费了上万元,历时一年才基本痊愈。

“我们时不时给‘黑医美’收拾烂摊子。”广西壮族自治区妇幼保健院皮肤科主任任何洛芸介绍,近两年来从县乡来的患者多了起来,很多都跟叶容仙有类似的遭遇。

### 花样翻新打击难度大

记者调查发现,黑医美在县乡加速渗透,让监管防不胜防。

记者在一些乡镇农贸市场调研发现,“黑医美”四处流动“走穴”,一些团伙甚至用货车拉着器械到多个县城“打游击”,以“特邀专家”的身份,提供“特约医美”服务,“今天打一针,明天就跑路”的现象多发。

近几年多地打击“黑医美”专项行动发现,跨省走穴现象在县域内抬头,项目集中在基础性水光针、双眼皮等微整形领域,而且比例不断增高。一名执法人员表示,这些“黑医美”流动性和隐秘性强,后期取证困难。

赵霖介绍,这些隐藏在基层的“黑医美”人员或窝点还增强了反侦查手段,比如在入口处安装摄像头,监测到执法人员进入,立刻关灯关门从后门逃走。

据介绍,这些“黑医美”隐蔽性强,往

往披着“马甲”低价招揽生意,在县城、农村乡镇、城乡结合部等区域的生活美容场所。一些爱美人士本是想简单美容一下,结果被销售人员忽悠,以低价为诱饵进行了一些医美项目。

“我们也不懂啥资质,就是看这家店价格便宜,做激光美容只要980元包年,就办了年卡,还推荐了几个朋友来办,现在后悔了。”一位在乡镇生活美容机构办了医美项目年卡的陈某说。

除了生活美容机构,为了逃避监管,不少“黑医美”换了“马甲”藏身在中医理疗馆、月子中心、健身房、产后康复中心等机构,一些县乡消费者的鉴别能力有限,对医美项目的规范与安全问题认识有限,极易被“黑医美”盯上。

在这些医美场所消费,一旦出了问题,维权也是一大难题。据了解,县乡医美市场里主流消费群体是40岁以上的中老年女性,她们更看重小地方的“熟人圈”,有时候碍于情面,不好意思公开维权。

上述受到“黑医美”侵害的叶容仙并没有选择向相关部门投诉维权,提供服务的“工作室”仅向其赔偿了项目费用。“都是在一个地方的熟人,也是老朋友介绍的,我们小地方抬头不见低头见的,闹太僵了不好。”叶容仙说。

受访业内人士称,叶容仙遭遇的情况并非孤例,县乡“黑医美”的消费群体多为“熟人圈子”,且此类“工作室”有不少是无证经营,藏身于居民楼中,而揽客

的方式也多为求美者的口碑相传,或者在朋友圈、小红书等社交平台通过转发、熟人扩散来吸引顾客。

### 强化监管规范县乡医美市场

大多数“黑医美”使用的仪器设备往往是“三无”产品,使用时也非专业人员操作,在消毒灭菌方面大多没有规范处理,极易产生不良后果,轻则引发炎症、传染性疾病,重则导致五官变形难以修复,甚至危及生命安全。而这些“黑医美”场所一旦发生严重医疗事故,极可能一走了之、关门歇业,消费者维权无门。

受访人士建议,随着“黑医美”下沉县乡,需加大对县乡农村、城乡结合部等重点区域开展常态化检查,形成药监、公安、卫健、网信、行业协会等多部门配合联动机制。针对当前一些县乡“黑医美”通过抖音、微信等社交平台发布信息,应通过技术手段,健全网络维权和监管。

“打击‘黑医美’,县乡、农村不能成为监管盲区。”何洛芸等表示,应重视县乡群众的医美需求,规范引导医美行业的健康发展,由公立医院牵头作出示范引领,卫生健康委、市场监管局等主管部门结合具体情况指导好县乡一级医院开展相关业务,压缩“黑医美”的生存空间。

从基层消费端来看,相关部门也应做好医美知识科普,引导群众提高辨别和选择能力,利用成熟消费者这只“无形之手”,倒逼市场加速净化。(经参)