

# 破除“首任”壁垒 新能源车用车权益迎拐点

长久以来,新能源汽车行业暗藏“权益跟人 不跟车”的潜规则:三电终身质保、专属售后福利仅 归属首任车主,车辆过户后增值权益直接清零,仅 留存法定基础质保。一边是首任车主坐拥多重售后 红利,一边是二手车主购车后核心增值权益缺失, 两极分化的权益鸿沟持续放大。

近期,东风日产、一汽奔腾等品牌率先破局,推 出随车流转的三电保障与自然赔付服务,放宽质保 过户限制,让后继车主平等享受首任车主的核心增 值权益,新能源车用车权益迎来历史性拐点。

“权益随车、认车不认人”,有助于破除 新能源汽车流通体系现存阻滞,构建健康可 持续产业生态。(CFP)



在新能源汽车过往十年的高速普及 期,一套近乎行业通行的潜规则被确立 并固化:新车销售时附赠的核心增值权 益,如三电系统(电池、电机、电控)的终 身质保、车辆自燃全额赔付承诺、专属售 后服务通道、免费充电等,普遍被严格限 定于首任车主。一旦车辆发生所有权转 移,这些构成车辆长期使用价值与安全 感的增值权益便瞬间“清零”,后继车主 仅能享受国家标准规定的基础质保。

新能源汽车行业步入全新发展阶段 后,此前绑定首任车主的增值权益规则 根基持续松动。在相关政策驱动下,行业 正在从“权益跟人 不跟车”向“权益随车、 认车不认人”转型,新能源车用户权益平 权迎来破局窗口。

近期,商务部等9部门联合印发《关 于培育壮大汽车后市场消费若干措施的 通知》(下称《通知》),为核心增值权益随 车流转提供关键政策支撑。一方面,明确 放开新能源汽车三电系统独立维修权

国内新能源汽车行业正式告别高速 增量周期,新车销量增速逐年放缓,二手 车流通、汽车后市场成为产业“第二增长 曲线”。破除首任车主身份壁垒、推行新 能源车用车权益平权,将对车主权益、二 手车市场发展产生积极影响。

一方面,新能源车用车权益平权能够 有效抬高新车残值。现行规则下,车辆一 经过户,三电终身质保等核心增值权益即 刻作废,二手车价值大幅缩水。消费者购 车时会提前预判车辆未来大幅折价的风 险,进而削弱购置新车的消费意愿。落实 核心增值权益随车平权,原厂全套专属保 障将随车辆产权同步移交后继车主,为二 手车估值提供稳定利好支撑,显著收窄新 能源车型新旧车之间的折旧价差。

## 影响二手车流通效率 权益割裂成行业痛点

这套身份绑定式的售后规则,在市 场中塑造出两极对立的用车生态。手握 完整核心增值权益的首任车主,从购车 之初就充分消解了电池维修、衰减带来 的焦虑,品牌授权门店配套的免费检测、 故障兜底、优惠维修等服务,持续摊薄全 周期用车成本。完善的售后保障,大幅提

升了首任车主的用车体验。

反观二手新能源车主,在购车、用 车全流程中面临诸多限制与隐患。选购 阶段,买家不仅需要承担动力电池逐年 衰减带来的损耗成本,还需独自承担电 控系统失灵、车辆热失控自燃等安全风 险及对应的经济损失。市场对二手新能

源车技术可靠性、后期维保成本的普遍 顾虑,直接压低了车辆保值率,严重阻 碍二手车流通效率。与此同时,二手车 市场流通遇冷,又反向制约了新车置 换,以旧换新业务的发展,最终形成影 响整个新能源汽车行业、难以破解的恶 性循环。

## 行业发展步入新阶段 用车权益迎平权契机

限,为多元市场化售后体系搭建基础;另 一方面,《通知》针对汽车流通与后市场 环节,提出健全二手车新能源车检测评 估机制,推动车辆车况信息全面公开透明。 这套组合政策从破除行业垄断,完善配 套体系两大维度,扫清了核心增值权益 随车落地的制度壁垒与实操难题。

政策导向之下,多家车企主动调整

核心增值权益规则。东风日产、一汽奔腾 等品牌先后出台新规:对满足标准的二 手车辆,三电系统质保、自燃赔付等原有 权益可同步延续。此举既是车企紧跟政 策导向的积极举措,也是存量市场竞争 下的主动转型。

伴随第三方检测、独立维保机构配 套服务持续完善,价格与服务灵活性优

势凸显,不少二手新能源车主维修保养 时会优先选择第三方门店,不再专程前 往品牌4S店,大批存量二手车客群持续 流失。市场格局变化倒逼车企调整策略, 为留住二手车用户、提升客群到店率,逐 步放开核心增值权益,让后继车主同样 享有与首任车主一样的保障,以此稳固 门店售后客流,扩大客户基本盘。

## 破除二手车流通阻滞 构建可持续产业生态

另一方面,新能源车用车权益平权 能大幅降低二手买家的购车顾虑,补齐 后继车主的用车保障缺口。在原有行业 惯例中,二手车主过户后无法继承三电 终身质保,电池电控维修、免费充电、整 车检测等权益全部失效,维修成本全由 买家承担,严重压制二手新能源车买卖。 落实新能源车用车权益平权后,车辆完 成过户,继任车主便可完整承接首任车 主全部核心增值权益,从根源化解二手 车主后期养护成本偏高的痛点。

此外,推进新能源车用车权益平权, 将增值权益随车绑定而非依附个人,车

辆完成二手流转后,后继车主仍可完整 享受全套增值服务,能够直接抬升二手 车实际残值;车辆保值能力提升能够稳 定整车二手流通价格体系,避免二手车 价大幅跳水。

与此同时,消费者置换新车时的折 价损耗将大幅收窄,购车与换车的核心 顾虑得以有效消解,进而充分激活新车 置换市场,提振终端新车消费活力。不 仅如此,稳定的二手车价格与优异的车辆 保值表现,能够持续积累良好的市场口 碑,为车企筑牢长期差异化竞争壁垒,助 力品牌实现可持续发展。

过去,车企为拉动新车营销、管控赔 付成本,固化了核心增值权益仅限首任 车主的行业潜规则,造成新老车主待遇 悬殊。这一制度抬高了二手车主用车风 险,压低车辆保值率,拖累二手车流通。 如今,多家车企率先改革,实现核心增 值权益随车过户,开启“认车不认人”的 平权变革。不难发现,破除首任车主权 益壁垒已是行业大势,此举既能抬升车 辆残值、提振新车置换消费,又能增强 二手消费者的购买信心,破除流通体系 现存阻滞,构建健康可持续的新能源汽 车产业生态。(中新)

## 资管信托 自律规范生效 引导行业告别粗放式销售

中国信托业协会发布的《资产管理信托 产品适当性管理自律规范》(下称“规范”)已 于7月1日正式施行。据悉,今年3月规范发 布后,各家信托公司进一步完善资产管理信 托产品风险等级管理以及代销渠道管理。

业内人士表示,随着资产管理信托业务 具备统一执行标准,越来越多的信托公司将 加强内控,完善销售端和资产端的合规治 理,走向“卖者尽责”的高质量发展之路。规 范是信托行业首部系统性的适当性管理自 律规则,旨在引导信托公司将适当的产品 通过适当的渠道销售给适当的投资者,遵循 “卖者尽责,买者自负”原则。

具体来看,规范主要有以下内容:一是 信托公司应当了解产品,了解客户,将适当 的产品通过适当的渠道销售给适合的客 户;二是信托公司应当划分产品风险等级 并动态管理,将投资者区分为专业投资者 与普通投资者,对普通投资者进行特别保 护,包括强化风险承受能力评估,充分履行 告知义务,开展风险提示等;三是产品代理 销售机构在产品风险等级划分、销售管理、 投资者分类与评估分级、适当性匹配、内 控管理等方面可参照规范执行;四是强化自 律管理。

一家头部信托公司相关人士坦言,此 前,信托产品风险评级工作主要由业务和销 售部门完成,缺少完善的评级机制和隔离制 度。而且,当代销机构与信托公司风险定级 不一致时,往往以更低风险标准对外推介。 在此背景下,投资者与信托产品之间的风 险错配时有发生,由此产生了大量投资纠 纷。规范将引导信托业告别粗放式销售,优 化资产端与资金端的风险匹配。

用益金融信托研究院研究员帅国让表 示,规范的核心内容在于“产品五级风险分 级+严格匹配+非公开销售+可回溯管理”, 延续了近年来穿透式的监管思路,从事后 处置转向事前预防及事中管控。与此同时, 规范的实施旨在以自律补监管,压实机构主 体责任,从而推动行业告别粗放式销售,回 归主动管理本源,提升行业合规与风控水 平。

据悉,根据规范要求,不少信托公司进 行了资管产品风险等级管理及代销渠道层 面的全面优化。平安信托称,规范发布后, 公司在资产管理信托产品风险等级管理方面 持续加强自我要求并不断完善。华东地区 一家信托公司的标品业务人士透露,规范发布 后,公司对于财富条线的销售行为更加谨 慎,并持续优化产品风险等级制度。

(钟欣)



新鲜有趣的金融资讯,贴心实用的 理财百科,帮你打理钱袋子、为你提供好 点子,热点+热度+热情——“泉州金融 窗”,一个全新视角的金融天地!

## 光盘行动 公勺公筷 文明餐桌 健康常在

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



绘画:洪志雄

泉州晚报社 宣  
泉州晚报 / 东南早报 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通