



随着国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》),新一轮“以旧换新”正朝我们快步走来。

汽车业是国民经济的战略性、支柱性产业。《行动方案》提出,开展汽车以旧换新。加大政策支持力度,畅通流通堵点,促进汽车梯次消费、更新消费。随着这一方案的实施,车市将建立起“去旧更容易、换新更愿意”的有效机制,缩短消费者的换车周期,使国内汽车保有量和车况水平同步提升,同时还将进一步繁荣二手车市场,实现汽车消费的高质量增长。

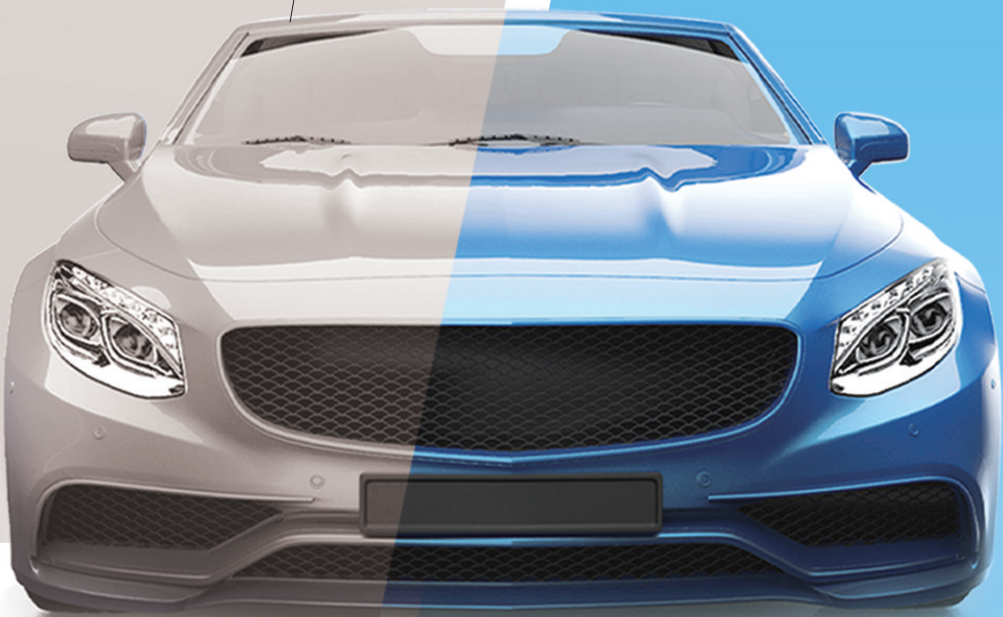
作为消费强区,南海不少企业提前布局,以旧换新拓展汽车消费市场。面对消费品以旧换新行动带来的新机遇,南海将如何进一步繁荣二手车市场,实现汽车消费的高质量增长?

这样「换」出新机遇  
新一轮「以旧换新」开启,南海汽车产业

加快迈向  
万象更新  
以旧换新



■2023桂城湾区带“电”爱车节的车展现场,市民了解、选购车辆。



### “一站式”服务

#### 促进汽车更新消费

4月13日,广东省发布《广东省推动消费品以旧换新行动方案》(以下简称《方案》),响应商务部推动消费品以旧换新行动,在全省范围内开展汽车、家电以旧换新和家装厨卫“焕新”。

其中提到,突出汽车循环体系建设和扩大汽车消费两手抓。着眼于新车、二手车、报废车、汽车后市场等汽车全生命周期各环节,强化政策支持、标准牵引和创新引领,畅通汽车循环堵点,全链条促进汽车更新消费。

推动汽车产业更新消费,南海早有企业提前布局,积极通过新旧轮动,搅动汽车行业“一池春水”。

在海八路汽车城黄金核心地段——时代爱车小镇内,两座方正的“汽车盒子”格外引人瞩目,这是去年开业的时代爱车汇。最近,市民王先生在这里体验了一次愉快的购车之旅。他通过参与时代爱车汇的“以旧换新”服务,将开了三年的油车卖出,经补差价和享受优惠补贴后,他只支付了18万元,便成功置换一辆原价33万的蔚来ES6。

实惠、便利,是王先生在这次购车过程中最深刻的感受。这背后,是时代爱车汇长期以来对消费习惯的洞察。时代爱车汇董事总经理、广东骏威龙车企董事长潘国光说:“我做过统计,2023年,我们从厂家、经销商处回收超3000辆二手车,其中,有60%的消费者选择卖车后置换新车。”他坦言,在这过程中,繁琐的二手车处理程序,交易信息不透明、不对称、不真实等问题也会打击消费者信心。

大大减少消费者的后顾之忧,激发“以旧换新”的积极性,打通消费、回收中的堵点,需要革新交易和服务模式。时代爱车汇创新性地把旧车、新车买卖聚集到一个“盘子”里,吸纳数十家汽车品牌和二手车经销商。新车和二手车交易场馆仅以一条马路相隔,形成供需互促的良性循环。

已入驻的比亚迪、蔚来等新能源4S店与骏威龙实现深度联动。每一家门店都有专门的工作人员为消费者提供“保姆式”“一站式”置换服务,从旧车估价、办理过户,到新车补差价等,让消费者全程“零跑腿”。

消费者的利益也得到更大力度的保障。骏威龙与新车馆新车经销商达成协议,置换旧车的报价在7天内保价不变,不受新车降价影响。此外,在置换过程中,如买卖双方出现矛盾,时代爱车汇与第三方检测机构会及时介入调解。

此前,《佛山市推动消费品以旧换新工作方案》出台,提出将组织开展汽车“置换更新”、优惠让利促销等活动,促进汽车梯次消费、更新消费。

响应号召,骏威龙闻“风”而动,联合经销商开展多形式的“以旧换新”优惠套餐。比如,在置换旧车时,骏威龙提供1000元至3000元不等的补贴,补贴可折算在新车价格中。同时,部分新能源车经销商还会给消费者更多优惠,比如赠送自动驾驶等1万元左右的选配功能。

南海企业“以旧换新”先行先试的模式,不仅促进二手车交易更加标准化、规范化,为二手车行业创造了良好的环境,也激发消费者更新意愿,用绿色、智能等“新”产品替换传统高能耗、高污染的“旧”产品,进一步推动汽车行业高质量发展。

随着一系列“以旧换新”政策的落地,南海汽车消费产业迎来新的春天。对于南海而言,这不仅是一次普通的消费刺激,更是对整个汽车产业链的深度改革,也必将为城市增添崭新的风景。

### 开创新赛道

#### “汽车+”还有哪些可能?

“这届消费者不好带”,近两年,各行业最大的感受莫过于此。对于单价高的汽车,“精明”的年轻消费者似乎“意愿不大”。在新一轮消费品“以旧换新”政策的刺激下,如何开创新赛道?

一个节点需要留意。距离上一轮“以旧换新”政策已有15年,更新需求进入集中释放期。如果说,在消费领域,上次属于大件耐用品普及的阶段,那么本轮则是从解决“有没有”升级为看重“好不好”。

信号非常明显:汽车消费已经进入品质时代。谁能精准抓住消费者需求,打造出有吸引力的产品及服务体验,谁就有可能在新赛道脱颖而出。

新的增长点,核心在于创新。在时代爱车小镇的商业综合体,去年开业的时代爱车汇抓住了汽车服务形态与城市需求匹配点,以全新的功能分布展示“汽车城”的消费新场景、新卖点、新体验、新玩法。

“这是一个集汽车销售、服务、周边产品、餐饮娱乐和轻文旅等复合业态的‘人·车生活·轻文旅’汽车文化体验中心。”潘国光介绍,时代爱车汇东座(B4馆)的时代骏雄名车中心以创新模式经营二手车;西座(B3馆)以新能源及豪华品牌汽车的销售展厅为主,是结合部分特色餐饮、零售业态、休闲娱乐、运动体验等的综合商业体。

在汽车销售之余,引入汽车运动、汽车文化展厅、婚庆馆、儿童乐园、休闲餐饮、购物娱乐等多元业态,可以说抓住了“儿童带动家庭”“新婚夫妇购车”等消费关键词,丰富“汽车+”消费场景,形成可持续循环的消费链,助推汽车消费提质扩容。

要拉动汽车消费,另一个关键在于“体验创新”。去年,桂城带“电”爱车节以活动首日成交额创下4487万元的佳绩,展示了“造节营销”的威力。以展促销的背后,是多重合力的涌动:政府出台引导消费的政策补贴让消费者感受到“真金白银”的优惠;品牌商家深度挖掘市场潜力,通过专场补贴活跃交易;“汽车+电竞”激发“好车×热赛”的乘数效应;传媒整合传播,线上线下引流助力……

4月出台的《佛山市推动消费品以旧换新工作方案》中提到,营造汽车促消费火热氛围。举办系列汽车促销活动,地方政府、行业协会、汽车生产(销售)企业和金融机构共同参与,掀起汽车消费热潮。

在全力拼经济、力促消费回暖的大背景下,汽车行业“造节闯关”并不少见,关键是要打造具有社会化价值的造节IP,能精准促进营销转化。

五一小长假将至,南海多项汽车消费活动目前正在筹备,“汽车+”破圈仍然值得期待。

### 政企合力推动

#### “去旧更容易、换新更愿意”

这一轮的“以旧换新”,是企业的机遇,也是地区发展的良机。

在国内持续推动大规模设备更新和消费品以旧换新的大背景下,南海汽车消费产业如何创造出更开阔的市场?

首先是动作要不断创新。新一轮“以旧换新”既要避免“运动式”的狂飙突进,也不能不温不火地“走过场”,而是要坚持以市场为主体,让企业当“主角”,按照客观经济规律办事,实现消费市场有序升温,推动经济持续回升向好。

目前我国二手车出口规模蕴含潜力巨大,推动二手车出口不仅能为汽车以旧换新创造更为广阔的市场空间,同时也有助于进一步扩大我国的出口规模,为经济发展注入新的活力。

时代爱车汇也早早瞄准这一机遇,拿出了“自选动作”,创新性地打造了面向全球开展二手车出口业务的平台,即时代骏雄骏威龙二手车全球出口基地。

骏威龙是佛山首家二手车出口企业,从2019年起就开始推进相关业务。企业在东南亚、非洲、中东等地布点,以出口贸易对冲此前国内二手车市场下行的不利影响。去年,企业在海外的销售额达到2亿元,已经超过了国内板块。

打造汽车消费产业,政策也要持续“焕新”。

《行动方案》为本轮“以旧换新”的开展提供了方向和遵循。佛山、南海将如何进一步细化落实相关的优惠政策?

前不久,佛山市推动大规模设备更新和消费品以旧换新系列政策正式印发实施,以“1+11”政策组合拳的形式,推动佛山市大规模设备更新和消费品以旧换新工作取得实效。

潘国光谈到,接下来希望政府继续优化消费品以旧换新补贴的政策设计,合理加大补贴力度,同时对优惠政策进行有效监督,确保优惠真正落实落地。

不仅仅是汽车消费产业,此轮“以旧换新”行动,还将推动消费品制造业繁荣。南海不仅着眼于激发当前消费市场活力,更是发展新质生产力、以高质量供给创造引领新需求。

在业内相关人士看来,这一轮以旧换新不再是解决“有没有”的问题,不是简单地用新商品替代旧商品,而是更加注重品质的提升。无论是设备更新还是消费品以旧换新,都要立足于产业升级、消费升级的方向,用更高品质的产品对原有产品进行更新替代。

这对于制造业大区南海而言,既是机遇,也是挑战。只有因地制宜,主动革新,倒逼产业转型升级,才能赶上生产力变革的时代快车,让发展优质生产力的成果“遍地开花”。

我们期待,南海企业脱颖而出,从“以旧换新”到“万象更新”。

统筹/佛山市新闻传媒中心记者 黄婷

文/图 佛山市新闻传媒中心记者 黄婷 程虹 梁慧恩 通讯员 叶鸿禹

图为资料图片



■时代爱车汇。