

期待注册数放开 后移消费税征收

有关人士呼吁两项政策调整精准顺应汽车业发展要求

近日，包括网站在内的不少汽车传媒，先后报道国家发改委产业发展司司长吴卫在日前举行的第十六届中国进口汽车高层论坛上的讲话，其中有关于如何准确评判汽车市场、如何提高地方政府鼓励汽车消费积极性的两项呼吁。

先说第一项呼吁，吴卫说“我国现行汽车市场数据统计的来源或统计方式没有一致性，当前以厂家产销数据为基础的计算方式，不能准确反映市场实际情况，导致政府相关部门分析和判断汽车市场形势出现偏差。”“全球普遍采用汽车登记注册数量的变化来衡量市场冷暖，

如果我们以注册数据看，今年我国汽车产业下降幅度的同比，是减小的。”吴卫补充说道。

其实，此项呼吁可谓“历史悠久”。在市场经济逐渐发展和成熟后，包括厂商在内的专业人士和车市研究专家学者认为，新车上牌数，也就是登记的新车注册数据，是能准确评判车市冷暖的最实实在在数据。然而这项数据只掌握在公安车管所部门手中，并不对外公开。

我国目前公开的新车注册数据，多数是公安车管所半年报或全年度报的笼统数据。有时见诸传媒的数据，通常是一些调研公司以

新上保险或交车购税的数据推算。随着市场的起伏，厂商及业界对新车注册数据的渴望有增无减，传媒助力“千呼万唤”，终究不了了之。

再说第二项呼吁，吴卫说“我国税务改革的必要性没有受到应有的重视，改革相对滞后，一些做法已经不适应当前汽车产业的发展。”“汽车消费税在生产环节征收，都是中央税；如果能将汽车消费税中的利益，分配到地方，地方政府才会有积极性，拿出实际行动来推动和鼓励本地居民的汽车消费。”

此项呼吁也是个旧闻。2008年，

遭全球金融危机袭击，我国汽车市场在加入WTO后首次出现前所未有的低谷，车市呈负增长之虞，政府用减征车购税、汽车下乡等诸多大政救市，才换来汽车产销5.21%、6.70%的增长，即便如此，其增速也是新世纪第一个十年中最低的年份。在车市低迷之时，不少建言献策，往往聚焦到汽车消费税的改革问题。

目前，我国汽车消费税属于国税范畴，汽车消费税又是流转税，还是价内税，在生产环节征收。乘用车按排气量大小自1%至40%征收，中轻型商用车均按5%征税。国务院9月印发的《实施更大规模减税降费

后调整中央与地方收入划分改革推进方案》明确，后移消费税征收环节并稳步下划地方，但汽车消费税在未列入，甚是遗憾。

汽车消费税改革在当今我国汽车市场萧条时期尤为迫切，期待中央政府精准施策，如改善中央与地方财政关系，改国税为地税，使消费税从价内税转为价外税，征收后移至零售环节。这样不仅商家因出厂价下调而获益，减少资金占用，改善营运成本，而且拓展了零售地收入来源，调动地方政府改善消费环境，推动和鼓励本地区汽车消费的积极性。 特约撰稿 张伯顺

年关到，老兵新军都有作业完不成

销量持续走低、“金九银十”不再火爆……继去年中国汽车行业28年来首次负增长后，今年仍在延续这个趋势，在不同寻常的车市环境下，大多数车企的表现不佳，离完成年终目标差距较大。最让人意外的是，过去一直表现稳健的车市前三强上汽通用，也面临年销目标可能无法完成的尴尬。数据显示，前10月上汽通用销量136.82万辆，同比下降25.3%，目前仅完成年销任务67.8%，要完成年初定下的200万辆目标，难度很大。以上汽通用今年的销量表现，已经被南北大众渐渐抛在身后。

值得一提的是，虽然去年以来新能源车销量爆发，但让人没想到的是受今年6月份新能源车补贴退坡影响，我国新能源汽车市场从7月份起一下子“四连降”。如此一来，原本形势良好的新能源车企表现也大受影响。包括江淮新能源、比亚迪等新能源车企因此交出了一份并不漂亮的成绩单。

值得关注的是，处于垫底位置的竟然是造车新势力。其中，蔚来前10月累计销量为1.49万辆，仅完成年销目标（4万辆）的37.2%；小鹏前10月销量1.41万辆，仅完成年销目标（4万辆）的35.3%。在这三家造车新势力中，定下最高目标10万辆的威马汽车结果表现最差，1-10月仅完成年度任务的14.7%，成绩垫底。

深入分析可发现，车企强弱阵营分化开始明显，日系阵营集体表现突出，法系已处于市场边缘范围，新能源车企销量下跌。从部分车企的极端表现来看，年度销量目标完成率不仅是销量上的浮沉，更有可能意味着被市场淘汰的危险。 李永钧

国产V级商务车销量稳居奔驰全球第一

福建奔驰总裁兼首席执行官郭鹏凯日前在接受媒体采访时表示，虽然中国商务车市场呈现产销整体下滑，但福建奔驰旗下的V级车威霆发展态势良好，销量保持稳定增长，其中，V级车在豪华商务车细分市场中销量排名第一，并稳居奔驰商务车全球市场第一，新威霆零售表现位居全球第二。他还表示，从长远来看，中国乘用车市场仍存在很大潜力，特别是消费的升级为豪华汽车市场带来了新的机遇。

福建奔驰成立于2007年，总投资5亿元，是戴姆勒集团在亚太



地区唯一的商务车生产基地，也是产品线最全的生产基地，拥有戴姆勒在海外的首个商务车研发

中心，具有整车独立开发能力以及车型开发所需要的各项先进设施。目前，福建奔驰生产的产品国

产化率达50%以上。

福建奔驰未来产品延伸的战略方向，仍是保持商务车产品特色的同时加大产品乘用车化，目前重点则是做好现有产品与换代产品的衔接，强化在细分市场的产品优势和优化产品定位，积极导入新产品。

与此同时，福建奔驰已有了电动车产品的概念和相关技术方案，未来将跟随梅赛德斯-奔驰电动化策略，结合所在的细分市场客户需求，深度融合乘用车与商务车的技术，进一步提升产品和服务。 姚琼

中国首款全球化乘用车皮卡——长城炮，上周在长城汽车重庆智慧工厂迎来第10000台下线仪式。

长城炮皮卡自上市以来，备受消费者关注与认可。今年10月，长城炮以5020辆的销量成绩取得“开门红”，一举摘得国产10万元以上高端皮卡销量桂冠，并在短时间内，斩获订单破万的佳绩，开启了中国皮卡3.0多用途乘用车时代。站在第10000台下线的新起点，长城炮将陆续在全球市场全面上市，与国际主流皮卡品牌展开正面竞争。长城炮已提出“1-2-3”战略，在保持国内、出口销量第一的同时，力争于2020年实现年销量突破20万辆，2025年全球累计销量突破300万辆的目标。 宝龙



宝马率先加入“零排放联盟”

在联合国马德里气候变化大会召开前夕，宝马集团加入“零排放联盟”，致力于进一步减少全价值链的碳排放。零排放联盟是全球海事论坛、海洋之友行动和世界经济论坛共同创建的合作联盟。

加入零排放联盟后，宝马集团除了在整条价值链上实施可持续发展战略之外，还将在宝马全球各工厂采用资源节约型生产方式，以及进一步发展电动出行。自2006年以来，宝马集团已成功地生产每辆汽车的资源

消耗量和排放量减少了50%以上。此外，从明年开始，宝马集团运营的所有工厂以及在中国的三个生产基地将使用可再生能源。2017年，宝马集团位于欧洲的所有工厂就已开始100%使用绿色电力。 余音

11月，上汽荣威累计销量达37625台，连续3个月环比上涨。旗下三大主力车型荣威RX5、荣威RX5 MAX、荣威i5均实现月销破万，助推荣威RX5系列、i系列销量再攀高峰。其中，荣威RX5系列11月销量达20317台，同比增长33%，勇夺中国品牌15万级SUV销量冠军；荣威i5系列，1-11月同比大涨69.1%，成为中国品牌轿车“增速王”，领跑轿车市场。

荣威RX5 MAX快速进入爆发期，上市仅三个月已连续两个月销量破万。同时，荣威RX5单车销量轻松破万，稳定的市场表现和口碑为其赢得了上市三年累计超60万台的佳绩。除了在颜值、动力、配置、安全方面不断升级外，荣威RX5全系车型都可通过OTA升级。“新国民家轿”荣威i5在11月热销10042台，环比增长15.73%，上市一年多累计销量已超20万台，成为上市首年销量最高的中国品牌轿车。 江美

荣威三大主力车型月销均破万

现代汽车发布“2025战略”

现代汽车集团日前发布了“以顾客为中心”的中长期创新规划——“2025战略”，旨在积极应对日新月异的行业变化，主导未来移动出行产业。集团计划以“智能移动出行产品”及“智能移动出行服务”为核心，提升各项业务竞争实力，最大限度扩大协同效应。并将于2025年，跃升为全球电动汽车及氢燃料电池车市场三大汽车制造商之一，电动汽车及氢燃料电池车的全球年销量扩大至67万辆。

同时，现代汽车集团基于“智能移动出行产品”、“智能移动出行服务”这两大支柱，制定了三大战略方向：提升

内燃机汽车盈利能力、确保在电动化领域的领先实力、构筑平台业务基础。

为完成“2025战略”目标，现代汽车计划到2025年共投资61.1兆韩元（约3730亿人民币），用于提升现有业务的竞争力，保障未来业务的发展力量。

现代汽车将首先针对年轻的人群和企业用户，提供价格合理的电动汽车（BEV），以实现规模经济，从而解决汽车电气化问题。并且集团计划至2025年，电动汽车及氢燃料电池车的全球年销量扩大至67万辆，其中电动车56万辆（BEV），氢燃料电池车11万辆（FCEV）。 宝龙



法拉利F8 Tributo日前登陆上海国际赛车场，演绎中国赛道首秀。来自全国各地的贵宾齐聚赛道，尽情释放这台经典双座Berlinetta车型的卓越性能，深入感受跃马品牌无与伦比的竞速激情。本次试驾活动中，经由法拉利教练团队的专业指导，无论是在长直道上疾速驰骋，还是在螺旋形弯道中从容应对，法拉利F8 Tributo凭借其出色的性能表现为现场嘉宾带来了酣畅淋漓的驾乘体验。F8 Tributo所搭载的V8发动机最大输出功率高达720马力，最高时速可达340公里/时。 雨林