

回眸今年十大汽车新政

2019年中国车市持续“寒冬”，国家有关部门纷纷出台相关政策提振车市。回眸今年最具影响力的十大汽车新政，看其对2019年车市究竟起到了什么作用？

● **新能源汽车补贴退坡**——自6月26日新能源汽车补贴退坡后，新能源汽车销量在7-11月出现同比“五连降”，同比降幅分别为4.7%、15.8%、34.2%、45.6%、43.7%。预计全年基本将呈现负增长。可见目前新能源汽车市场依然受政策拉动，政策的变动对市场压力极大。

● **提前实行国六排放标准**——自2019年7月1日起，重点区域、珠三角、成渝提前实施国六排放标准。本来就惨淡的车市加之国五国六政策切换期，主机厂产能调整以及消费者持币观望，市场进一步下滑。另外，一旦车辆实施外迁，很多地方都无法承接国五车型，导致二手车价格进一步贬值。

● **下调增值税率**——我国增值税税率下调政策从4月1日起全面实施，汽车制造业增值税税率从16%大幅下降到13%，形成了车市大规模官降。车企让利之后，刺激了部分需求。

● **繁荣二手车市场**——商务部、公安部、海关总署联合下发《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》，正式启动二手车出口工作。二手车出口给存量市场添了一个新出口，盘活国内汽车市场，也为二手车市场的不断壮大以及促进整个汽车市场新陈代谢提供了新的载体。

● **汽车产业投资管理规定**——发改委发布《汽车产业投资管理规定》明确禁止新建独立燃油汽车企业，严格控制新增传统燃油汽车产能。同时，严格新建纯电动汽车企业投资项目，防范盲目布点和低水平重复建设。新规通过对地域的种种限制来鼓励产业集聚和地方政府对“壳资源”的兼并代工或淘汰，传统车企的“壳资源”有了地域价值，产业集聚也将愈发明显。

● **松绑新能源限购、限行**——发改委三部委发布《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》，提出各地不得对新能源汽车实行限行、限购，已实行的应当取消，鼓励地方对新能源汽车购买和使用给予支持。

● **促进农村汽车更新换代**——可以对农民报废的农用三轮车给予适当补贴，购买3.5吨以下的货车或者1.6升排量以下的乘用车给予适当的补贴，其中货车可以包括微型货车、皮卡等等，乘用车包括SUV、MPV、轿车等等。最高补贴5000元。在汽车销量呈现下滑之时，农村市场仍是一大增长点。

● **调整车辆购置税征收范围**——从7月1日起，车辆购置税法正式实施，虽然税率仍为10%，但调整了征税范围，取消了最低计税价格并全面取消纸质车辆购置税完税证明等，对纳税人购车纳税行为产生较大影响，也将在一定程度上刺激汽车消费。

● **皮卡车型进一步解禁**——今年发改委发文指出，将皮卡进城试点范围从河北等6省区扩大到市场需求旺盛的地区，2020年前，地级及以下城市全部取消皮卡进城限制。目前我国皮卡销量排名世界第二，2018年销量达45万辆，一旦真正意义解禁，被归入到乘用车的行列，皮卡车有望成为新的细分市场。

● **推动甲醇汽车应用**——工信部等八部委发布了《关于在部分地区开展甲醇汽车应用的指导意见》，提出重点在资源禀赋条件较好且具有甲醇汽车运行经验的地区，加快M100甲醇汽车的应用。同时，鼓励在有条件地区的公务、出租、短途客运、物流等领域使用甲醇汽车。目前甲醇汽车处于商业化“前夜”，投用车辆仍以示范为主，预计再过10年左右其规模可达百万量级。 雍君

DS在华走投无路谁之过

DS入华八年，经营每况愈下。近日，长安汽车在重庆联交所出售50%长安PSA股权。几乎同一时间，PSA集团也向外界公布，转让自己所持的长安PSA另外50%股权。一个被法国人念念不忘的经典，同时也是法式豪华标杆的DS，为何走到今天这一步？究竟谁该为DS在华沦陷负责？

DS如今的颓势，其实是诸多问题积累之后的集中爆发。2013年，DS开始大张旗鼓地进入中国市场。短短一年内，首款国产车型DS5开售，随即正式拉开了DS在中国市场的攻坚战。DS销量一路看涨，成功超越讴歌，成为豪华市场销量前十品牌。至2014年底，DS已经拥有70多家经销商，当年在

华总销量达到2.67万辆，成为豪华细分市场的一匹黑马。

接着，DS提出了“4321”战略——有效经销商运营能力提升4倍；单月零售量提升3倍；市场投入效能提升2倍；团队、政策与综合市场战略一体化。然而由于步子迈得太大，最终翻了车。其间DS甚至打出了一套谁也看不懂的拳法——一会儿说要把4S店开到一二线城市市中心，搞成时尚靓丽的咖啡厅；一会儿又要强化“运动DNA”，启动明星赛车计划，不切实际地搞改装车活动。反复折腾后，DS不但没有完成“4321”战略，反而销量从此陷入停滞。2016年，DS品牌销量降至1.61万辆，接下来的情况则更糟，2017年0.61万

辆，2018年0.39万辆，到了今年前9个月更是只卖出了1104辆。

尽管对中国市场，PSA有着足够的重视，DS5 LS、DS4S等车型都是中国“特供车型”。但无奈PSA自身实力其实并不足以支撑DS作为独立豪华品牌运营——事实上，DS在法国本土也只是雪铁龙的品牌，对于从80年代才开始起步的中国车市，DS更是毫无根基，入华之初便水土不服，入华8年始终未找到准确定位，不仅无法与BBA相提并论，也远不如雷克萨斯、林肯、凯迪拉克。

更让人不解的是，DS竟近乎完全放弃了进口车型的销售。即便是立足中国30多年的奥迪，也没有停止过进口车型的销售。进

口车型原本是能够提升品牌“天花板”的重要方式，但DS或许是担心进口车型高价格、低销量，以及对国产车型可能造成的干扰，但在国产车型并不算丰富的情况下完全放弃进口车型，DS此举可谓是自拆品牌、自毁长城。

此外，在长安与PSA的合作中，双方一直有着相当大的分歧。在不断的内耗中，DS品牌高管走马灯似的不断更换，创下了5年间经历3任总裁、3任总经理的记录，在众多合资车企中几乎绝无仅有。由此带来的，是DS在中国发展策略朝令夕改，带来的相当程度的混乱。

眼下中外双方纷纷抛售股权，意味着合资公司长安PSA即将落幕。不过，PSA集团依旧表示，DS品牌将坚守中国市场，然而，DS品牌在中国或许已经没有未来了。 雍君

新品迭出 领克汽车11月销量创新高

领克汽车2019年11月销量达14131台，创下2019年单月销量新高。其中，“SUV双子星”领克01、02两款车型分别取得了售出4529台、2357台的好成绩；领克03性能家族在10月销量首次突破七千大关的基础上再攀新高，11月热销7245辆，环比增长3.1%。

在保持销量稳健增长的同时，领克持续完善领克“燃油+新能源”车的产品布局。前不久，领克首款

油电混动车型领克01 HEV上市，与01燃油车、01PHEV车型共同构成领克01全能家族。依托行业领先的CMA基础模块架构，首款车型上市两年来领克产品矩阵迅速完善，全能智驾SUV领克01、高能轿跑SUV领克02、领潮运动轿车领克03、性能运动轿车领克03+，与01、02、03 PHEV及01 HEV新能源家族组成的全面、立体产品矩阵，更好地满足了用户与未来市场的需求。 林夏



2020款传祺GS3换“芯”升级

2020款传祺GS3手动舒享版、自动舒享版近日正式上市，与换“芯”升级的国六款双拳出击，共推出8款车型，官方指导价7.68万-11.38万元。

广汽传祺第三代235T发动机拥有众多全球领先的黑科技，在兼顾强劲动力的同时，极大地提高了燃油经济性，使2020款传祺GS3油耗水平最低达到5.9L。搭配7速G-DCT手动一体变速箱，起步带劲、加速平顺、操控灵动，让更多用户享受轻松愉悦的驾乘体验。



2020款广汽传祺GS3还搭载祺云AI智慧互联系统，智能互联全面升级。其中，智慧传祺T-BOX可实现车辆定位、远程启动、车况监测等手机远程控制。 宝龙



福特全球项目——Smart Lab亚洲首站近日正式落户上海万象城。作为福特对销售渠道及营销创新模式的重要布局，福特Smart Lab打造的“看车、试车、购车”一站式智慧购车模式，将为消费者带去更便捷、更轻松、更智慧的全新汽车消费体验。

福特Smart Lab选址魔都热门商圈万象城，免除了往返4S店的辛苦跋涉，并借助商场的高客流及超高人气，让更多消费者在逛街、购物等闲隙时光就能近距离看车、体验福特超凡驾驭体验。 林夏

名爵11月同比劲增热销近3万辆

上汽名爵11月销量继续逆势劲增创新高，达27622辆，环比、同比增长均达12%，再度“连任”运动汽车品牌销量第一。其中“全球爆款”名爵ZS热销14167辆，同比大增30%；纯电动名爵EZS热销3687辆，环比大涨45%，再夺国际品牌纯电动SUV第一；名爵HS在11月进入工厂搬迁后的投产新周期，销量快速回升至3679辆，同比增幅为5%。今年1月-11月，名爵总销量近25万辆，实现逆势增长。

“首款满足全球标准的纯电动SUV”纯电动名爵EZS，11月热销近4000辆，随后还将“出海”法国、德国、丹麦、瑞典和比利时等国家，加速名爵新能源全球布局。搭载斑马智行3.0的“高性能荷尔蒙SUV”名爵HS，11月销量近4000辆，同比增长5%。其新能源版本名爵eHS已于11月上市，随后还将登陆英国、新加坡等国际市场。传承赛道基因与速度基因，名爵6月销售近5000辆，继续占据“运动轿车三强”。 江美



LEXUS雷克萨斯“天工开物·预见生活之美”匠心展上周抵达杭州。展览以雷克萨斯设计美学的核心概念L-finesse为灵感，巧妙融入“预”“纯”“妙”三个展览篇章，通过LEXUS自创立以来30周年的数件珍贵影像与文献资料，回顾品牌发展历程的重要里程碑时刻，展示其充满“预见性”和“前瞻性”的设计理念。 姚琼

长城汽车前11月销量破95万辆

长城汽车近日发布2019年11月销量数据。今年11月，长城汽车销量稳中有进，销售新车115162辆，环比增长0.13%，其中哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡分别销售83378辆、10450辆、2252辆和19062辆。1-11月，长城汽车累

计销售新车达954290辆，同比增长3.81%，2019年销量目标已达成89.2%，完成全年销量目标指日可待。

同时，长城汽车海外销量也不断取得突破。11月，长城汽车出口新车4788辆，同比增幅高达

64.54%，1-11月累计出口新车59905辆，同比劲增39.76%。国内外市场销量接连攀升，不仅展现出长城汽车强大的产品“硬实力”，也为长城汽车品牌向上提供有力支撑。

今年11月，长城皮卡共销售

新车19062辆，同比增长39.37%，1-11月共销售新车133332辆，同比增长7.04%。其中，中国首款全球化乘用车大皮卡——长城炮一经推出，备受消费者关注与认可。今年11月，长城炮销售新车6259辆，环比增长24.68%，成为长城皮卡新增长点，长城皮卡风骏系列也仍在不断取得突破，销量达12803辆。 余音