



每周焦点

# 两部委取消汽车进口“整车特征”限制

进口车零部件总和超整车价值60%不再按整车征税,部分车型受益,整体影响较小

工业和信息化部、发展改革委8月28日签发10号令,对此前公布的《汽车产业发展政策》中的“进口管理”部分做出修改,对进口“整车特征”的相关政策规定做出调整,取消了相关限制政策。

从9月1日起,等于或超过整车价值60%的进口零部件将不再按整车征收关税。此举将有利于降低华晨宝马、北京奔驰、上海通用部分产品的成本,北京现代及东风悦达起亚汽车也因地域优势、韩元贬值等因素成为受益者。本土化汽车零部件供应商受影响甚微。

2005年4月1日,中国正式实施《管理办法》。对等于或超过整车价值60%的进口零部件征收与整车

相同的关税,零部件关税为10%,整车关税为25%。尽管中方称此举为了防止跨国汽车企业以半散件方式在中国组装、偷逃关税,但2006年欧盟、美国联手向WTO起诉中国的《管理办法》违规。

专家称,此项调整将主要影响到一些中高端国产车,尤其是国产化率未达到40%的产品。如上海通用汽车的凯迪拉克赛威,但这些产品占上海通用总销量的比重并不大。此外,华晨宝马平均国产化率超过40%,北京奔驰国产化率低于40%。因此外界普遍认为,此次北京奔驰将成为受益者。

报综

新闻背景

近日,关于“购置税政策有望在近期进行调整”的消息不绝于耳,其中两种声音代表了两种不同的立场,一种观点认为“购置税减免范围应该扩大,除了延长小排量乘用车购置税减半政策外,排量在1.8L至2.0L的中级车的购置税应该进行下调”;另一种观点则认为“将购置税扩大到2.0L及以下车型的做法与国家的节能减排的方向相违背,购置税调整不应是范围扩大,而是应该加大力度,完全取消1.4L以下乘用车的购置税”。



# 购置税“东风”该吹向谁

树欲静而风不止。为什么八字还没一撇的购置税政策调整引起了各方的强烈关注、激烈讨论呢?答案是利益。

上半年,1.6L以下排量的汽车所占的市场份额提升至68.55%,同比增加了7.8个百分点,主要得益于“减半征收1.6L及以下排量乘用车购置税”的政策。但同时,2.0L以上中级和中高级轿车的日子却不好过,市场份额仅为8.61%,同比下降了2.27个百分点,而购置税新政是造成这种巨大反差的关键之一。

看着小排量车春风得意,1.6L以上车型自然眼馋得紧,都巴望着也能乘上政策的东风。他们的理由似乎很充分,“如果购置税优惠范围扩大到2.0L级别,将对拉动中高级车市场具有积极的作用。”但当我们多问几个“为

什么”时,就会拨云见日,为什么要减半征收购置税?如果仅仅是为了刺激销量,为什么当初没有制定“全部车型一律减半征收”的政策?

显然,实施购置税减半,不只是拉动消费,更是从节能减排、引导小排量车消费的战略大局出发的。有一个统计数字显示,如果平均每辆车排量往下走一个档次,平均每天每辆车行驶100公里,每1辆车1天节约1升油计算,我们每天就可以节约6.96万吨汽油,一年可以节约2540.4万吨汽油,相当于可以节省2008年我国20.27%的进口原油。这才是大利益,能够让更多人受惠的大利益。这时,我们的答案已经显而易见了。

晚报记者 舒哈

## 扒一扒近期车市新闻

闲而无事,美小编扒了扒近期车市比较惹人眼球的新闻,自当一回车市快评员。首先是80后交警孟昆玉的事迹在广大网民、群众中引起强烈反响,这个最帅交警不仅上了《新闻联播》,《焦点访谈》里还着重介绍了他的爱岗敬业的优秀事迹,看了电视中的他,所有的人都说了这个字——“帅”。不仅人长得帅,人品更帅,不知道又要牵动多少女孩子的心了。

第二则新闻是自8月15日,公安部就开始了针对酒后驾车的整治专项行动,行动实施以来,浙江、山东、上海、江苏、北京分别查处酒后驾驶违法行为3075起、1677起、1542起、1268起、1119起,位居全国前五。看来越是经济发达地区,其酒后驾驶情况越严重呀。

还有一则最有意思的讨论:“新手上路 新手二字该不该贴?”讨论内容是有不少新手对于是否在车身上贴上“新手”二字有着比较矛盾的心理,因为现实中常出现贴“新手”被老司机欺负的现象,而不贴又感觉心里没底。如果您是老司机,看到前方车辆后车窗贴有“新手”二字会作何反应?如果您是新手,您觉得该不该贴“新手”二字呢? 王美华



## 车市VS股市

近来,股市可谓“跌跌不休”,面对二连三的大面积的跌停板,像我这样的新股民有些坐不住阵脚了。

被套,总归不是件高兴的事,仔细想想,股市和车市还真是很相像。车市就像是股市的一个缩影,厂家、商家操纵车价的手法与股市“庄家”的手法大同小异。在车价习惯性下跌时,为了使车价不至于跌得太难看,造题材、炒概念,可以说做法是应有尽有。比如说,当一款车的市场价跌得太急了,就急急忙忙推出所谓的改款车,这样又可以将车价抬回去;明明一款车在仓库里堆积如山,但在市场上都要造成无现货的假象;假如这款车销量不好卖不动了,就造一个堂而皇之的理由,比如说“定单销售”,找后路准备出逃……

想清楚了这些之后,突然觉得思路清晰了很多,整装待发再战,还是偃旗息鼓退市?现在的我,终于从内心体会到那些亟待购车的消费者的心情了,忍不住爱车的诱惑,又唯恐爱车到手后贬值,究竟出不出手,何时出手?难,太难! 陈娟

### 郑州晚报汽车部人员联系方式

李伟利 13383856777    李汪洋 13673663216  
卢望春 13598033788    胡威 13613808375  
屈彦飞 13663865750

# 上市70天热销1.5万台

CITY 锋范不负“小雅阁”美名,成为青年才俊的首选

拥有引弓待发外型的广汽本田锋范果然开弓不俗,在上市短短70天来,销量已经突破15000台,销售持续火热飘红。这款以“新奋斗青年”为销售定位的新时代中级车,破除了传统的中级车消费观,以时尚的外型、先进的科技含量、丰富的配置,让所有“有型有品有志有为”的青年才俊驾驶上真正的“看起来自豪、开起来也同样自豪”的品质之车。

晚报记者 陈娟 屈彦飞

### 1.8L 不负“小雅阁”美名

2008年的最后一个月,一款全新的车加入本以硝烟弥漫的中级车市场,在前有凯越,后有卡罗拉的层层防守中,锋范依靠锋利张扬的个性外形和舒适内敛的品质特征,以犹如“引弓待发”的犀利之势冲出重围,创造了广汽本田又一个销售神话——在上市短短70天中,销量突破15000台。

锋范一族具有时尚前卫的审美观念,对汽车外形有着超出其他群体的要求。从外观、性能、功能上看,CITY 锋范就是为锋范一族量身定做的一款新时代座驾。在外形上,锋范满足了锋范一族追求个性化的需求。坚韧的表面及锋利的线条处处蕴涵力度,轮廓鲜明的腰线贯穿前大灯和尾部,从侧面看如欲发之箭,气势十足又充满动感。对于追求敢为人先的锋范一族,锋范这支欲发之箭的动力性能自然不会弱。CITY 锋范继承了Honda的优良技术基因,采用独有的i-VTEC技术,提供1.8L和1.5L两款领先同级的动力系统。

其中1.8LSOHCi-VTEC发动机是Honda在雅阁2.0L发动机的基础上,专门开发的1.8L版本。这款发动机通过燃烧室冷却、进排气系统等多项改进,将Honda全球领先的动力和节油



表现推向又一个新高峰。103Kw(140ps)/6300rpm的最大功率,174Nm/4300rpm的峰值扭矩,可以为锋范一族提供强劲的加速快感。另一款1.5LSOHCi-VTEC动力系统也拥有同级最高的88Kw(120ps)功率输出。

### “我们仍在努力”

对于锋范取得的凌厉成绩,广汽本田执行副总经理姚一鸣表示:“我们仍在努力。”姚一鸣说,10年前,广汽本田迎来了自己的第一款新车——雅阁轿车。10年后,广汽本田又迎来了第一款中级车——CITY 锋范,不仅给广汽本田10周岁生日献上了一份厚礼,更为广汽本田的未来发展注入新的活力。凭借广汽本田十年来在生产、营销、服务领域的积累,CITY 锋范将以独特的产品魅力和卓越的品牌口碑树立中级车新风范,书写广汽本田发展的新篇章。

为了全面满足用户需求,锋范创造出一款真正符合用户价值诉求的新一代中级车,Honda以“Advanced Proud Sedan(领先科技,倍感自豪)”作为开发理念,在继承Honda安全、环保、节能等固有优势的基础上,更融入了新锐和智慧的设计,着力于强劲有力的外观,畅快淋漓的驾驶以及宽适惬意的空间三方面

的精益求精,力求使CITY 锋范成为一款“看来自豪,用起来自豪”的车型,并以其独具的造型之美、空间之适、音乐之享、动力之强、燃油之省、安全之星六大“武器”为中级车市场注入新活力,完成了CITY 品牌里程碑式的跨越。

### 记者手记

### 1.8L 性价比更高

记者从广汽本田特约店了解到,上市首月,锋范销量的重心在1.5L车型。目前接到的订单已经排到几个月以后,库存车中只剩下少数几辆1.8L车款。

业内人士分析,1.5L热销除了车型本身特点外,跟购置税政策调整也有很大关系。同时,由于老思迪停产停销,锋范上市后首先把这部分市场继承了下来,并开始向中级车市的细分市场方向发展。

不少消费者向记者表示,实际上锋范1.8L性价比可能更高。“动力强,平均油耗才7.6升,特别是它的换挡拨片系统,很有档次,而且充满乐趣。”据了解,锋范1.8L发动机排量与思域相同,但在动力表现上优势更明显。

### 广汽本田第三届“喜悦之星”销售精英华中分赛区开赛

燃情8月,广汽本田第三届“喜悦之星”销售精英大赛华中分赛区火热开赛。郑州作为本次大赛分赛区最后一站所在地,云集了来自武汉、郑州、长沙、南昌等华中地区城市的75名销售精英,他们以自己全面、出色的销售服务水平为大家呈上一场精彩的销售竞技盛宴。

据本次大赛主办店郑州宏邦店裴中原总经理介绍,第三届“喜悦之星”销售精英大赛以“喜悦分享,超越梦想”为主题,旨在提高各特约店的销售服务水平及特约店员工的服务技能,构筑一个团队之间沟通、交流、学习和实现梦想的大平台;加强与客户的沟通和互动,向客户提供更优质的销售服务,打造更卓越的广汽本田销售服务体系。根据赛程的设置,华中赛区将产生4名晋级选手,将与其他五个赛区的19名晋级选手一起参加9月16日的广州总决赛,最终8强夺得大赛最高奖项——“09广汽本田金牌销售顾问”。此外,整个赛程还设置了众多不同的体验环节:举办“销售金点子”有奖征文、“喜悦分享-SSI改善成功案例”、“喜悦一刻”摄影作品征集活动等,让广汽本田全国近4000名销售顾问都能参与其中,共同分享销售“秘诀”,真正体现出“喜悦分享”的活动主题。

今年7月1日,“广州本田汽车有限公司”正式更名为“广汽本田汽车有限公司”,实现了企业品牌与渠道品牌的统一。更名后的广汽本田以“感世界而动”的全新姿态迎接未来,时刻洞察顾客的需求和环境的变化并把握变化的本质,以别具一格的做法,挑战新事物、开创新潮流、创作新价值,与大家共享充满惊喜的感动。