

“减半征收车购税”的失与得

去年10月1日开始,国家对购置1.6升及以下排量乘用车实施“减半征收车辆购置税”政策起,至今年10月(除8月外),财政部每月一次的《财政收支情况》报告显示“车辆购置税同比”都是负增长,“报告”分析其原因,先称“主要受1.6升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策的影响”,后改称“主要受1.6升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策性翘尾减收的影响。”

笔者曾撰文指出,由于去年10月1日至今年12月31日,国家对“购置1.6升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策”,故去年10月1日前后的月度乃至累计月度,除了时间上具有同比性,外部环境不同,缺乏同比的客观

性和科学性,出现10个多月“车辆购置税同比下降”,实属正常。笔者预估今年10月“车辆购置税同比”,可能摆脱下降局面。11月14日财政部的最新《财政收支情况》报告出炉,“报告”表明“10月车辆购置税216亿元,同比增长3.9%。”笔者原先的预估还是靠谱的。

“减半征收车辆购置税”,在一定时间内,减少了这项税收,影响了这项税收的增速;但车市回暖和销量增加后,涉及汽车的多种其它税收,非但没减,反倒大幅提升,围绕汽车的其它税收明显增长,国家“得多于失”,于国于民,均为得益。

其实,未实施“减半征收车辆购置税”之前的2015年9月,车辆购置税收入也是下跌的。该月的

《财政收支情况》显示,“车辆购置税收入246亿元,同比下降4.6%。”但该份“报告”并没有分析“下降原因”。众所周知,车市低迷,销售冷清,消费不振,这正是国家出台车购税“减半”政策的背景所在,也是车购税下跌的主要原因。

实施“减半征收车辆购置税”政策,确实影响了车购税收入;但“1.6升及以下排量乘用车”市场被激活了,仅以去年和今年两个“十月”为例,1.6升及以下排量乘用车去年10月销售133.62万辆,较前年同期(105.75万辆)增加27.87万辆;今年10月销售171.30万辆,比去年已经高基数(即133.62万辆)的同期,又高出37.68万辆。

由于汽车销量上去了,车企

的营收和利润也同步上升了。今年1-9月车企主营业务收入56106.9亿元、利润4605.0亿元,同比分别增长13.6%、13.0%;汽车制造业规模以上工业增加值增速,10月为17.9%,1-10月为15.0%,位居35个大行业增速之首。汽车销量上去了,消费税收入也同步上升,汽车保有量随之增加,车船税也随之提升;限额以上单位汽车销售额上升,10月为3453亿元,增长8.7%;1-10月为31554亿元,增长9.1%,从而拉动了社会消费零售总额的增速。制造厂和经销商经营效益好转,生产和销售环节增值税、企业和员工的收入增长后上缴的所得税,同样“水涨船高”。

张伯顺

宝马集团强大创新产品登陆羊城



灵活多变的乘坐和储物空间。作为面向新一代消费者的新车,其智能互联科技在同级别中独树一帜。新车可提供8.8英寸的高精度显示屏,并提供包括“旅程咨询服务”等BMW互联驾驶功能与服务。新车上市后,还适用于即将推出的BMW Connected手机应用,使其成为现代都市年轻一代的智能移动社交终端。

作为BMW 7系旗下的首款M运动性能车型,售价266.8万元的新BMW M760Li xDrive是宝马有史以来最豪华、最专属,也是加速最快的BMW汽车。

经M Performance强化,新车首次搭载排量6.6升的涡轮增压V12汽油发动机,匹配具有M Performance换挡逻辑的高性能8速变速箱,可瞬间爆发出610匹马

力,将百公里加速时间锁定为3.7秒,在顶级高性能汽车的细分市场独占鳌头

新M760Li xDrive和所有7系一样集众多高科技于一身,革命性的碳纤维内核车身、智能激光大灯、驾驶辅助功能,以及智能触屏控制和手势识别等人机交互系统将创新的体验式豪华提升至了前所未有的高度。 林夏

广汽三菱推出全新企业标识



11月18日,备受瞩目的2016广州车展拉开帷幕,广汽三菱隆重推出全新企业标识,传达出股东方广汽集团、三菱汽车、三菱商事平等、互利、共赢的新发展态势,促进广汽三菱的品牌影响力得到

进一步提升。

广汽三菱旗下的欧蓝德、全新劲炫、新帕杰罗·劲畅以及2016款进口帕杰罗四款车型。悉数亮相本次车展,尽显“SUV世家”的技术实力和发展活力。尤其是9月上市的

国产欧蓝德,更是首次亮相广州国际车展。

在本次车展上广汽三菱发布的全新企业标识,将运用到企业经营管理、对外传播各个领域。在品牌塑造层面,全新企业标识表现了对三菱汽车悠久造车历史的传承,也传递出与广汽集团“至精志广”品牌核心一脉相承的企业价值观,有助于提升消费者对广汽三菱品牌的认知和联想。

同时,广汽三菱发布全新企业标识,不仅是企业VI的改变,更是传递出广汽三菱进入了广汽集团、三菱汽车和三菱商事股东间平等合作、共享共赢新发展阶段。今年1-10月,广汽集团实现产销同比增长新突破,高于行业平均水平17个百分点,创下了历史新高。 捷升

沃尔沃全新S90L全球首发开启预售

此次广州车展上,国产沃尔沃全新S90L全球首发,同时亮相的还有全球首款量产三座豪华轿车——沃尔沃全新S90L T8(E驱混动)三座荣誉版。同日,沃尔沃汽车宣布沃尔沃全新S90L的T4、T5、T6车型开启预售,预售价格38.98万元起。

作为沃尔沃旗舰车型,全新S90L外观设计方面大量借鉴了沃尔沃C Concept Coupe概念车的设计元素,采用标志性的“雷神之锤”头灯和大面积直瀑式中网,尾灯呈C字形造型。其轴距比普通版加长了120mm。

动力方面,S90L将提供2.0T涡轮增压发动机的T4、T5版本、2.0T涡轮增压+机械增压的T6版本、高效清洁且动力强劲的T8插电式混合动力版本。其中T4车型的最大功率为190马力,T5车型最大功率254马力。其T8三座荣誉版动力系统与XC90的T8一致,搭载一套插电式混合动力。

姚琼



奔驰GLC Coupe日前在北京正式上市。新车是GLC的跨界版车型,搭载三种不同动力调校的2.0T发动机,最大功率分别为184马力、211马力和245马力,与之匹配的是9档自动变速箱,售价区间为49.6万-63.8万元。

外观方面,奔驰GLC轿跑SUV车型主打跨界车型的风格语言,延续了普通版奔驰GLC车型的设计风格。车身侧面,GLC Coupe从B柱后采用了溜背式造型设计,造型更动感。车尾整体采用了GLE Coupe的设计风格,设计更为饱满。由于溜背造型的原因,GLC Coupe的车尾并不像一台SUV车型,后备箱上的尾翼和双边共两出的镀铬排气系统突出了运动特性。 姚琼

大圣车服打造汽车互联网生态平台

11月19日,广汽集团、乐视股份和众诚保险合资成立的大圣科技在广州举办发布会,宣布国内首个汽车互联网生态平台——大圣车服正式上线,并同时上线APP、PC、M站三个用户端。大圣车服汽车互联网生态平台将实现新车销售、二手车交易、车后市场,以及汽车金融保险等车相关的一切服务,向所有汽车品牌开放、所有零部件企业和经销商

以及全社会投资人开放,力图融合打通汽车全产业链,打造一个开放共享的汽车互联网生态圈。

发布会当天,大圣车服优先启动新车平台和车生活平台。大圣车服车生活平台涵盖车品、汽车美容、快速保养、智慧钣喷、专家问诊汽配街等多个业务平台,还联合金融、保险、物流、牌证等服务团队,保证所有的保养配件全部为原厂正品。 姚琼

上海转出一手车交易明显增长

“只要二手车‘限迁’政策真正落地,转出市外交易的二手车呈明显增长。”这是上海市二手车行业协会“10月二手车交易报告”透露的信息。

鉴于国庆长假,上海市二手车市场10月的有效工作日仅18天。当月二手车交易量33014辆,较“金九”环比下降10.86%;与去年同比则增长2.26%。按交易方式中的两个增速“同比下降”,表明只要国家“限迁”政策真正落地,就能收到了较好的市场效果。一是用市区内过户方式完成交易的二手车仅4545辆,同比下降12.07%,其交易量只占月度交易量的13.77%;二是用沪C号牌转手交易的有19017辆,也下降了4.95%,其中新增沪C号牌的二手车交易量也同步减少到8791辆,比上年同期下降9.67%。

1-10月,上海二手车累计交易量367786辆,同比增长19.15%。从交易类型看,市区内过户交易量59287辆,增长11.11%;沪C号牌二手车交易量220208辆,增长14.98%(其中新增沪C号牌二手车交易量106752辆,增长13.30%);转出市外交易量88291辆,增长38.42%,转出交易量占交易总量的24.01%,同比上升了3.34个百分点。

从交易品种看,汽车交易总量348865辆,增长19.68%。其中客车322689辆,增长19.79%,其中轿车248129辆,增长22.24%;货车26176辆,增长18.36%。摩托车交易量10873辆,增长29.47%。其他类车辆交易量8048辆,下降8.23%。

从转出流向看,主要分布于上海周边的苏浙皖鲁省份。排名前8位的省(区),依数量排位:安徽(13684辆)、江苏(13377辆)、山东(11635辆)、内蒙古(6435辆)、浙江(5344辆)、江西(4918辆)、河南(4416辆)、辽宁(4072辆),总共转出车辆63881辆,占转出交易总量的72.35%。

从启用年份(车龄)看,车龄7年以内的车辆,占据二手车交易量的“半壁江山”。启用年份3年内(含3年)的占16.27%,4-5年的占13.58%,6-7年占20.93%,8-9年的占16.09%,10年及以上的占33.13%。 张伯顺