

老旧二手车“以旧换新”有补贴,你换不换

浙江将加快老旧高排放车辆淘汰更新

颜一顾

家有这样一辆二手车,真是尴尬:2008年本田雅阁,年纪有点大,但保养得很好。看看车龄和国三的排放标准,估价都不高,但保养得很好啊,贱卖舍不得。好在这种尴尬和纠结马上会有答案。

近日,浙江省发改委等7部门联合印发的《浙江省促进汽车消费的若干意见(2020~2022年)》(下称《意见》)里着重提到,加快老旧高排放车辆淘汰更新。

《意见》写道:积极引导消费者对未达到强制报废要求的老旧高排放车辆提前报废更新,鼓励有条件的地区开展汽车“以旧换新”促销活动,并给予一定的财政支持。

恰巧北京也于3月30日出台“以旧换新”政策。根据《北京市进一步促进高排放老旧机动车淘汰更新方案(2020~2021年)》通知,2020年4月1日~2021年12月31日,报废或转出老旧高排放机动车可享政府补助。其中报废享受最低4000元,最高22000元补助;转出享受最低2000元,最高1.1万元补助。

浙江暂未颁布具体细则,但二手车市场

未来的活力已可预见。浙江元通二手车总经理方雪飞说,他们关注各地促进汽车消费政策已有一段时间了,此次《意见》的发布已是意料之中。

“今年以来,疫情对二手车市场的影响较大,预估二季度将会完全释放,所以我们一直期盼政府出台促进消费政策,特别是老旧车淘汰政策出炉。”方雪飞说,“浙江仅国三的存量就有100万辆,算上国一、国二,数量将更惊人。如果我们能把这些车龄10年、15年的存量都激活,用新车置换出来,那可以想象这个量级将是非常大的。”

事实上,中国汽车市场在两年前就已经进入了存量市场。根据中国汽车流通协会的数据,截至2019年底,中国的汽车保有量已超过2.6亿辆。该协会会长沈进军表示,存



量已经成为市场必须要面对和关注的重点,因此,活跃和扩大二手车交易显得十分重要和迫切,要通过盘活存量拉动增量。此次《意见》的发布,可以说是对症下药。

方雪飞认为,一旦车辆的流通循环机制打通,二手车市场的前景值得期待,但主要还是看具体政策细则的力度有多大。

政策后续如何具体落地,本报将持续关注。

持续关爱客户,长安马自达出台重磅购车礼遇

在疫情冲击下,长安马自达为了给用户提供一个更安全、便捷的出行方式,出台多项礼遇政策,为消费者带来实际便利。

长安马自达2020款MAZDA CX-5推出“全系限时升级·驭享2.5L时代先机”政策,助力2.0L车型预算用户直接升级到2.5L,为精彩用车生活“加量”。

即日起至4月30日,2020款MAZDA CX-5全系车型限时升级并提供金融优惠。其中,2020款MAZDA CX-5 2.5L自动两驱智慧型升级后仅需18.88万元;购买2020款MAZDA CX-5全系车型,可享24期0利率金融贴息政策。

近日,在C-IASI(中国汽车保险安全指数评测)中,长安马自达次世代MAZDA3昂克赛拉斩获6项最高“G”优秀评价。次世代MAZDA3昂克赛拉在车内乘员安全指数、车外行人安全指数和车辆辅助安全指数三项最为核心的测试中均获得最高评价。值得一提的是,在车内乘员安全指数评价中,正面25%偏置碰撞、侧面碰撞、车顶强度和座椅/

头枕测评结果均达到最高评价。

3月5日入围“世界年度车”三强、“世界年度设计车”三强。先前还斩获“2020年度中国车”大奖。自去年9月上市以来,次世代MAZDA3昂克赛拉囊括诸多奖项。

寒冬即将过去,暖春就要到来。疫情的影响是一时的,而长安马自达对客户关爱是持续的。为了回馈疫情期间坚守一线的“最美逆行者”,即日起至6月30日,长安马自达推出医务人员优惠购车政策。医疗机构、疾病控制机构中的医师、护士、药学技术人员、医技人员及以上机构中的行政和后勤人员购买MAZDA CX-5、MAZDA CX-8



车型,可享受官方指导价2%的专项补贴。限牌城市客户购车以直系亲属名义上牌,亦可享受此次医务人员购车政策。

具体优惠信息请消费者致电或前往长安马自达品牌全国授权经销商咨询具体信息。

颜一顾

高颜值的实力派

东风悦达起亚全新一代傲跑抢滩年轻市场

高度还原概念车造型时尚夺眼球

近年来,消费市场越来越年轻化。90后,甚至是95后,已经逐步成为消费主力。这样的转变让定位个性且年轻的小型SUV市场,也开始变得像紧凑型SUV市场一样白热化了。

对于年轻人来说,汽车已经不仅仅是一个代步工具这么简单了。汽车是他们彰显个性的方式,更是他们在家庭、工作等不同场景发挥作用的工具,全新一代傲跑无疑是一个极佳的选择。

说起东风悦达起亚,大家的第一反应都是“高颜值”。全新一代傲跑也的确没有让人失望。高度还原起亚SP概念车的造型设计,通过线与面的结合,将硬派美学贯彻始终。

家族式升级版虎啸式前脸与耀目晶体式LED灯组融为一体,尾部镀铬饰条与刹车灯组合相得益彰,打造出极具辨识度的时尚潮流外观。车身颜色采用了醒目的双色设计。

起亚的设计师功力不仅体现在外形上,在内饰上也完全摸透了年轻人的心思。全新一代傲跑内饰设计简洁时尚,整体采用以驾驶员为中心的非对称式布局,大面积软性材质包裹,加以红色缝线点缀及部分亮黑镜面设计,完美融合了豪华感与年轻感。并配备7英寸炫彩仪表盘和10.25英寸悬浮式中控屏,让车厢内的科技感元素跃然而生。

智能科技配置齐全空间动力表现越级

面对挑剔的年轻消费者,光有高颜值显然不够。全新一代傲跑在配置方面也毫不逊色。

全新一代傲跑让你觉得汽车不再是一个出行工具,而是一个智能出行助手。百度智能

互联系统2.0让你可以在开车的时候享受车联网、智能语音控制系统等服务,让旅途不再枯燥。同时,全新一代傲跑配备了发动机智能启停、自动驻车、定速巡航等主流舒适配置,全系更标配车身稳定、上坡辅助、胎压监测、倒车影像等安全配置。备受年轻人喜爱的无线充电功能,也被加入到全新一代傲跑的配置表中。

虽然定位家用小型SUV,全新一代傲跑却有着超越大部分竞争对手的空间表现。第二排空间能够很好地照顾到亲友的乘坐感受,行李箱空间也足够应付长途自驾。

此外,全新一代傲跑在国内搭载伽马二代1.5L自吸发动机+IVT智能无级变速箱,动力输出平顺。百公里5.4L的综合油耗对年轻人来说更加友好。

推出“5.0.0”尊享计划降低消费者的购车门槛

颜值与内涵兼具,全新一代傲跑已经给年轻人选择它足够的理由,而贴心的购车金融政策,则更加降低了购车的门槛。

为减少年轻人购车压力,东风悦达起亚推出购买全新一代傲跑等明星车型可享“5年超长贷款期限、0首付、180天内0月供”的创新金融政策,让年轻用户轻轻松松就能把新车开回家。



海外市场风头正劲国内市场亦获认同

全新一代傲跑作为起亚汽车全球战略车型,一经上市便畅销海内外。在印度,海外版Seltos凭借单月15644辆的销量,助推起亚荣获2月品牌销量季军;在韩国本土,Seltos上市首月销量便突破15000辆;而国内,全新一代傲跑上市后销量也迅速突破万辆。

东风悦达起亚总经理李峰提出,今年将是东风悦达起亚走出低谷、重振旗鼓的转折点、突破年,未来东风悦达起亚将围绕六大举措实现突破,开创东风悦达起亚新纪元。今年,东风悦达起亚将坚持品牌向上战略,打造品牌向上的高端产品支撑,不断丰富年轻、时尚、运动、科技的品牌形象内涵。

随着全新一代傲跑成功抢滩年轻市场,我们看到东风悦达起亚正一步一个脚印在当下的车市环境中得到市场的认同。 颜一顾