

中國推出汽車和家電等消費刺激舉措

資料來源：日經中文網

中國政府 1 月 29 日宣佈了以汽車為支柱的消費刺激舉措。重點是要有序推進老舊汽車的更新、報廢更新，持續優化新能源汽車補貼結構，促進農村汽車更新換代。進一步落實全面取消二手車限遷政策，對二手車經銷企業銷售二手車，落實適用銷售舊貨增值稅政策。

中國力爭推動 2018 年時隔 28 年同比下滑的汽車市場實現反彈。此外，還將為家電產品的更新換代提供補貼，加快提振因經濟減速而下滑的消費。

國家發展和改革委員會綜合司巡視員劉宇南在 29 日的新聞發佈會上強調稱，「我們要推動消費平穩增長，要設法穩住汽車消費這一大頭」。他還表示，「鼓勵汽車消費的這些鼓勵性措施，出發點和著眼點是為了促進汽車消費，但是也不是簡單地為了做大汽車消費的量，更是要立足於將引導汽車的產業轉型升級和滿足居民消費升級需要更好地結合起來，進一步提高汽車消費的供需匹配水平」。

2017 年底小型車的汽車購置稅減稅到期，2018 年下半年由於搶搭政策末班車需求的反彈性下滑，新車銷量下降。此次中國再次實施消費刺激舉措。

汽車方面的具體舉措為 6 項。包括對報廢國三及以下排放標準汽車同時購買新車的車主給予適當補助，農村購買 3.5 噸及以下貨車或者 1.6 升及以下排量乘用車，給予適當補貼。對二手車交易徵收的企業增值稅也將從 3% 下調至 2%，促進交易增加。

關於純電動汽車（EV）等新能源汽車，針對高性能車型的購車補貼也將擴大，此外，還將穩步推進放寬皮卡車進城限制範圍。

除了汽車以外，還將對消費者交售舊家電並購買新家電產品提供補貼。對象包括冰箱、洗衣機、空調、電視機、抽油煙機、熱水器、灶具、計算機，這一政策若在全國推廣，在 2019 年至 2021 年期間，預計可以增加 1.5 億台高效節能智慧家電的銷售，拉動消費約 7000 億元。

日本經濟新聞（中文版：日經中文網）多部田俊輔 北京

中國 5 月新車銷量降 16.4% 連降 11 個月

資料來源：日經中文網

6 月 12 日，中國汽車工業協會宣佈，5 月新車銷量同比減少 16.4%，降至 191 萬輛。連續 11 個月低於上年，跌幅也連續 2 個月超過 10%。歐美車企的銷售狀況略微改善，但中國大型民營車企陷入苦戰。中國政府力爭通過大規模減稅等舉措刺激需求，但由於中美貿易戰等影響，經濟的不確定性突出，消費者的購買意願仍在減弱。

中國新車銷量自 2018 年 7 月起持續低於上年，2019 年 5 月的跌幅達到最大。中國政府自 4 月起下調增值稅，各企業也隨之將汽車價格下調 3% 左右，但未能推動銷量擴大。有汽車業界團體認為，與汽車相比，人們更願意在房地產上花錢。

從 5 月銷量的構成來看，佔整體 8 成的乘用車減少 17.4%，降至 156 萬輛，降幅明顯。商用車減少 11.8%，降至 35 萬輛。

按企業來看，中國民營車企的苦戰情況突出。浙江吉利控股集團的銷量減少 26.6%，與 4 月的下降 19.3% 相比跌幅擴大。長城汽車銷量也減少 11.8%，相比 4 月的減少 2.5% 有所惡化。中國某家證券公司表示，「長城汽車與競爭對手相比，控制庫存降價產生了影響」。

歐美巨頭的 5 月銷售狀況略微改善，但仍持續低迷。德國福斯旗下合資公司一汽大眾銷量惡化。美國通用汽車旗下合資公司上海通用減少 9%，相比 4 月的減少 26.7% 降幅收窄。

在日資企業中，本田增長 37.4%，豐田增長 12.1%，表現堅挺，另一方面，日產汽車減少 4.8%，出現分化。

中國政府為了刺激汽車需求，提出了放寬汽車牌照發放限制的方針，廣州市和深圳市於 6 月率先實施。政府還將討論在將舊車更換為新能源汽車之際發放補貼的方案。

不過，目前的政策效果有限，銷量低迷有可能長期持續。

日本經濟新聞（中文版：日經中文網）川上尚志 廣州報導