

落地两个多月 汽车以旧换新进展如何？

眼下，汽车以旧换新正在全国各地火热进行。商务部等7部门联合印发《汽车以旧换新补贴实施细则》两个多月来，据不完全统计，20多个省份出台具体实施政策，车企也纷纷加码推出各式优惠。

“真金白银”支持汽车以旧换新

汽车以旧换新，包括汽车报废更新和汽车置换更新。

汽车报废更新，即先将旧车报废注销再购新车。按照4月份商务部等7部门联合印发的《汽车以旧换新补贴实施细则》，个人消费者在相应时间范围内报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日前注册登记的新能源乘用车，并购买符合条件的新车，享受一次性定额补贴。

对报废上述两类旧车并购买新能源乘用车的，补贴1万元；对报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车的，补贴7000元。

财政部数据显示，报废更新补贴年度资金总额近112亿元，由中央财政和地方财政按6:4比例共同承担，中央财政补贴金额已下达。各地也动作不断，据不完全统计，截至目前，20多个省份发布报废更新地方实施政策。

从补贴力度看，绝大多数地区按照国家基本补贴执行，内蒙古在此基础上提高一定额度，对报废置换新能源车最高补贴12000元/辆，燃油车9000元/辆。

执行国家报废更新补贴的同时，多地还出台汽车置换补贴，即对二手车转出再购新车给予补贴，包括先购后补、发放汽车消费券等方式。

广州、济南、苏州等地根据购车类型、新车价格等分档补贴，额度数千元不等；上海对符合条件的个人消费者给予一次性购车补贴，燃油车和纯电车每辆分别补贴2800元和

1万元；北京市朝阳区、昌平区、大兴区分批发放汽车消费券，最新批次规模超千万元。

深圳再次放宽新能源汽车购买政策，取消非深户籍人员申请新能源小汽车增量指标社保限制，放宽名下仅有1辆在深圳市登记的小汽车个人申请混合动力小汽车增量指标的条件限制。

此外，多家车企纷纷加码“打折”。蔚来汽车推出最高10元油车置换补贴，京东汽车联合品牌投入5亿元补贴，吉利汽车现金优惠和置换补贴同享……部分车型最高优惠至半价。

二手车市场活跃度上升

距离上一轮汽车以旧换新已近15年。商务部数据显示，2010年1至12月，共办理汽车以旧换新补贴车辆45.9万辆，发放补贴资金64.1亿元，拉动新车消费496亿元。

截至2023年底，我国乘用车保有量已达2.8亿辆。结合目前传统燃油车换车周期为6至8年，新能源车周期为3至5年，中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会预测，今年乘用车市场消费增量将有40%来自以旧换新。

“若以去年2600万辆乘用车销量计算，2024年大约有1000万辆乘用车销量来自以旧换新。”乘联会秘书长崔东树说，高车龄汽车报废换车比例一直不高，当前汽车市场主要增量来自增换购。按照2023年我国乘用车新车平均17.5万元的价格计算，有望带来万亿元级的新车消费规模。

业内人士认为，汽车增换购带来不同的消费需求，新能源化、大型化和高端化是明确趋势。

中国汽车工业协会数据显示，5月份，我国汽车销售241.7万辆，环比增长2.5%，同比增长1.5%；其中，新能源汽车销量95.5万

辆，环比增长12.4%，同比增长33.3%，市场占有率达到39.5%。

记者走访多地发现，汽车以旧换新新政落地之后，市场情绪有所提振，政策成效逐步显现。

在山东省济南市槐荫区一家汽车销售服务中心，尽管是工作日，但不时有顾客前来咨询体验。“两个月来门店咨询量明显增多，一些原本持观望状态的消费者也下单了，置换率差不多增加一倍。”销售人员戴广通说。

首批国家报废更新补贴已发放。5月14日，内蒙古乌兰察布市民郭世伟收到补贴款9000元；5月16日，浙江台州市市民王益明的1万元补贴到账。商务部数据显示，截至6月25日，商务部汽车以旧换新信息平台已收到汽车报废更新补贴申请约11.3万份，各地正在加快补贴资金兑付。

“想买新能源车，原价30多万元，现在各种补贴叠加一起，能便宜好几万元。”北京市民小戴之前一直在犹豫，这两天办完了购车手续，实实在在的优惠让他觉得买车压力变小，“轻松”些。

换新的同时，二手车市场活跃度有所上升。

“随着以旧换新政策实施，我们这段时间接到的线索量、询问车辆信息的电话增多。”北京花乡二手车市场一家门店销售人员说，以前一天接待10个客户，现在一天最多接待30个客户。

畅通汽车以旧换新全链条

记者在走访中发现，以旧换新正在拉动汽车消费，但部分消费者对相关政策和办理流程仍不了解。

长沙市民王先生打算卖掉旧车订购新车，在店内咨询选购时未被告知相关补贴政策；除了低价将二手车卖给销售门店外，他对

二手车其他回收渠道不了解。

“对于个人消费者来说，报废体系目前还不够畅通。部分消费者不知道报废网点的具体位置，同时报废流程较为烦琐，费时费力。”崔东树建议各地构建车辆报废与购买新车的一体化流程，加大政策宣讲力度，做好相关服务。

收旧是换新的重要前提，很多消费者都在意手里的旧车能卖多少钱。中国汽车流通协会数据显示，2023年全国二手车累计交易量1841.33万辆，同比增长14.88%；按照此轮以旧换新政策目标，到2027年，我国二手车交易量较2023年增长45%。

在采访中记者发现，二手车市场存在回收费用不透明，旧车折算价格较低，地域限制等问题。济南一名二手车回收人员透露，个别品牌二手车掉价过快，一定程度上打击了消费者去旧的积极性。“我们也不敢贸然收车，如果收了一个月内没出手，就很可能砸手里。”

中国汽车流通协会常务理事贾新光指出，二手车市场是名副其实的万亿元市场。二手车业态关系到整个汽车产业流通，希望相关部门能够完善二手车市场管理办法，简化换车交易流程，取消地域限制，进一步完善报废车回收、再制造。

部分车企负责人表示，无论报废补贴还是置换补贴，都不是新名词、新手段。“如果单纯以补贴和价格来拉动、刺激消费，存在一定难度。”山东省工商联副主席于晓怡认为，面对激烈竞争，车企应跳出价格战，着眼于经济性、动力性、操控性、舒适性等，以创新元素吸引用户。

贾新光说，此轮以旧换新政策特别强调标准提升——“标准是关键，特别是新能源汽车整车、充电、售后等环节普遍需要提升标准，涉及安全性、智能化等多个方面。”

新华社北京7月4日电

九部门联合印发指导意见 推进旅游公共服务 服务高质量发展

新华社北京7月4日电 记者从文化和旅游部获悉，文化和旅游部、国家发展改革委、财政部等九部门日前联合印发《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》。指导意见提出，利用3到5年时间，基本建成结构完备、标准健全、运行顺畅、优质高效，与旅游业高质量发展相匹配的旅游公共服务体系，旅游公共服务有效供给明显扩大，服务效能明显提升，对薄弱领域、高峰时段和特殊人群的服务保障能力明显增强，人民群众对旅游公共服务的满意度明显提高。

指导意见明确五大方面15项主要任务。在优化旅游公共信息服务方面，优化线下旅游服务中心布局，加强线上旅游公共信息服务，加强旅游公共信息服务资源整合。在完善旅游公共交通服务方面，加强旅游交通基础设施建设，提升旅游交通公共服务设施建设和管理水平，优化旅游交通运输服务。在强化旅游应急救援服务保障方面，加强旅游应急救援机制建设，优化旅游应急救援服务布局，增强旅游应急救援的社会参与。在加强旅游惠民便民服务方面，开展形式多样的旅游惠民便民活动，推动旅游惠民便民设施建设改造，提升入境旅游公共服务水平。在促进公共文化服务和旅游公共服务融合发展方面，促进文化和旅游公共服务设施功能融合，丰富旅游场所公共文化服务内容，增强公共文化场所旅游吸引力。

文化和旅游部公共服务司负责同志表示，人民群众对旅游公共服务有着越来越高的期待，如何补齐旅游公共服务短板、弱项，完善配套服务，进一步提升服务水平，营造良好的旅游消费环境，让游客游得安心、游得舒心，是摆在面前的重要任务。指导意见以重大项目为抓手，聚焦重点地区、重点环节、重点时段，明确了当前和今后一个时期推进旅游公共服务高质量发展的总体要求和重点任务，为推进旅游公共服务工作提供政策依据。

据介绍，下一步，文化和旅游部将研究制定并出台旅游公共服务相关标准规范，为各地推进旅游公共服务建设提供业务指导；加强监督检查，建立常态化监督管理机制，推动地方部门落实主体责任，将各项任务落细落实落地。

(上接一版)依法淘汰关停一批、搬迁入园一批、就地改造一批、做优做强一批，提升产业集群绿色发展水平。实施“散乱污”企业动态清零，坚决杜绝“散乱污”企业死灰复燃、异地转移。

推动工业企业绿色化改造，在全市铜铝行业、水泥、耐材、燃煤电厂等传统耗能行业强制推广先进节能设备、产品和技术；加大传统耗能涉气企业进行提标改造，超低排放改造、强制性清洁生产审核改造，推进工业企业绿色减排降碳，进一步优化产业结构，鼓励企业争创环保绩效A级企业，2024年，力争全年完成500个以上绿色化改造项目。

加快综合能源站建设打造 郑汭洛濮氢能走廊

空气质量的改善必须与低碳转型结合。围绕优化能源结构、加快能源低碳发展，《行动计划》明确，大力发展清洁能源。加快推进风电和集中式光伏规模化开发，开展“光伏+”公共建筑屋顶提速行动，建设一批规模化开发项目；加快加氢站、氢电油气综合能源站建设，打造郑汭洛濮氢能走廊；加快郑州千万平方米地热泵供暖规模化利用示范区建设，加快推进4座抽水蓄能电站建设。2025年年底前，全市非化石能源消费占比提高到

13%以上，清洁能源发电装机容量累计达到476.9万千瓦，吸纳外来电占全社会用电量比重达到40%，全市天然气消费占比提升至15.5%，可再生能源供暖面积累计达到4000万平方米。

加快开展燃煤机组关停整合，全市原则上不再新增自备燃煤机组，鼓励自备燃煤机组实施清洁能源替代。对30万千瓦及以上热电联产电厂供热半径30公里范围内具备供热替代条件的燃煤锅炉和落后燃煤小热机组(含自备电厂)进行关停或整合；确需保留的，按照环境绩效A级或国内清洁生产先进水平标准实施改造。

实施工业炉窑清洁能源替代，全市不再新增燃煤类煤气发生炉，新(改、扩)建加热炉、热处理炉、干燥炉、熔炼炉原则上采用电或天然气。2024年年底前，分散建设的燃煤类煤气发生炉完成清洁能源替代或园区集中供气改造。2025年年底前，淘汰不能稳定达标的燃煤锅炉和以煤、石油焦、渣油、重油等为燃料的工业窑炉。

针对供暖季的空气污染，《行动计划》明

商务部：将出台新举措进一步便利 香港企业和专业人士在内地发展

新华社北京7月4日电(记者 谢希瑶 唐诗凝)近日，商务部会同相关部门与香港特区政府举行了《关于建立更紧密经贸关系的安排》(CEPA)联合指导委员会第三次高官会，实质性完成CEPA服务贸易协议新一轮修订磋商，就内地对香港服务贸易领域的开放措施达成了初步共识。对香港具备优势且业界广泛关注的专业服

务领域，如法律、金融、建筑及相关工程、视听服务等，将出台新的开放举措，进一步便利香港企业和专业人士在内地发展。

这是记者4日从商务部例行新闻发布会上了解到的。商务部新闻发言人何亚东介绍，2003年以来，内地与香港签署了CEPA及其系列协议，将其构建为具有“一国两制”特色、符合世贸组

织规则的高水平自由贸易协议。通过CEPA，内地对香港已全面实现货物贸易自由化，基本实现服务贸易自由化。在服务贸易领域，内地对香港服务业开放部门达153个，占世贸组织全部160个服务贸易部门的95.6%，其中69个部门实现国民待遇，既促进了香港专业服务业发展，也有力支持香港专业人士在内地就业执业。

全市公交车、市政环卫车等 基本实现新能源化

我市提到，将持续优化调整货物运输结构。大宗货物中长距离运输优先采用铁路、水路，短距离运输优先采用封闭式皮带廊道或新能源车船。到2025年，全市集装箱公铁、铁水联运量年均增长15%以上；火电、煤炭、有色、建材、铸造等行业大宗货物清洁运输比例达到80%以上；力争2025年全市公路货物周转量占比较2022年下降10个百分点。

多式联运枢纽站场建设方面，重点推进圃田(占杨)铁路物流基地、薛店铁路物流基

地、中国储运(郑州)物流产业园等项目建设。加快推进郑州中车四方轨道车辆有限公司专用铁路、国家成品油储备能力建设737处工程铁路专用线、中铁联运河南具备条件的县城区集中供热面积，逐步推进热源入郑，2025年年底前，完成华润登封电厂二期2×630MW供热改造，大唐巩义电厂深度改造。

同时，加快提升机动车绿色低碳水平。全市新增或更新公交、出租(含巡游出租车和网约车)、物流配送、邮政快递、环卫、垃圾清运车、渣土车、混凝土搅拌运输车全部为纯电动或氢能车辆；除特殊需求的车辆外，各级党政机关每年新增、更新公务用车基本实现新能源化。2025年年底前，除应急车辆外，全市公交车、巡游出租车和城市建成区的载货汽车(含渣土运输车、混凝土搅拌运输车、物流车)、邮政用车、市政环卫车、沥青轮运输车、网约车基本实现新能源化。

走市场 看消费

冰饮市场新意多

平价雪糕受欢迎 冰杯DIY成新宠

本报记者 安欣欣

在骄阳似火的盛夏里，消费者的“降温”需求催热了冰饮市场。近日，记者走访各大商超、便利店、冷饮店了解到，与“冰”有关的饮食正在为夏日经济注入勃勃生机，“平价化”成为今年雪糕市场的消费趋势，冷饮市场迎来新“解暑法宝”。

“老雪糕”销售走俏

曾经的网络流行语“雪糕刺客”特指那些外表看起来平平无奇，当去付钱的时候才发现自己手中的雪糕贵得离谱，仿佛“被刺了一剑”，也成为“天价雪糕”的代名词。

2022年夏天，“雪糕刺客”劝退了很多消费者。那个夏天，人们记住了钟薛高、中街1946、好阿婆、须尽欢等雪糕。作为代表性“刺客”之一的钟薛高曾经推出的每支定价66元的“厄瓜多尔粉钻”雪糕、“杏余年”系列定价160元，刷新价格天花板。此外，每杯定价66元的茅台冰激凌、伊利旗下的“须尽欢”也都是红极一时的高端冰激凌代表。

今年的雪糕市场有何变化？往年备受质疑的“雪糕刺客”身影是否还在？记者走访多家商超及批发小店了解到，今年的雪糕价格趋于合理，5元左右的平价雪糕成为市场主流，“雪糕刺客”的身影在日常消费场景中不复存在，“小布丁”“老冰棍”等人们记忆中的“老雪糕”销售走俏。

在中原路上的一家大型商超内，单支定价10元以上的雪糕产品较少，展示柜内最贵的雪糕为每盒重80克的“绿色心情清凉奶口味雪糕”，价格为12元，其余雪糕的价格则从1元到10元不等，明码标价。

“顾客挑选的多是5元以下的雪糕，价格再往上的就不太好卖了。”伏牛路上的一家雪糕批发店店主告诉记者，“好吃不贵”是消费者选择购买的第一原则，平价雪糕有很强的竞争力，价格较高的雪糕对于大多数消费者来说只会停留在尝鲜层面，并不会反复消费。在这家批发店内，1至3元的雪糕占据冰柜的绝大部分，因其批发属性，店内全品类雪糕均打8折。

艾媒咨询数据显示，在“2023年中国消费者购买单支冰激凌或雪糕的可接受价格”调查中，14.27%的消费者选择5元以下，35.40%的消费者选择5元~10元，28.55%的消费者选择10元~15元，12.77%的消费者选择15元~20元，6.59%的消费者选择20元~30元。消费者对冰淇淋单价的接受度普遍在3元~15元(不含15元)之间。可见，平价雪糕的接受度在大众中仍占主流。

冷饮市场一片火热

时值盛夏，饮品店是人们频繁光顾的场所。各大饮品商家纷纷抓住商机，将“夏季上新”和“夏日救星”等标语醒目地悬挂在店内外，吸引顾客眼球。一饮品门店负责人告诉记者，6月份门店冷饮类的订单量较5月近乎翻倍上涨，在午间及晚上7时至9时，饮品店内常出现大排长龙的景象。

酸梅汤和绿豆冰沙作为传统的消暑饮品，在饮品市场中仍保持着较高的消费热度。7月3日午后，不时有行人在经过伊河路与工人路交叉口时在此处粥店买上一杯酸梅汤或是冰爽绿豆沙。“现在市面上的饮品种类很多，但我还是比较喜欢饮用酸梅汤这种传统口味的饮品来解暑。”市民谢女士说。

面对躲不掉、逃不脱的热浪，有市民开启“懒人模式”，就此带动了饮品店的“外卖经济”。在外卖平台上，多数饮品店月销售量超过两千单。此外，记者走访了解到，随着人们的消费观念和消费方式的不断升级，追求健康生活方式已是大势所趋，在饮品店点单时选择低糖、无糖的消费者占据绝大部分。

冰杯DIY“走红”市场

时值盛夏，传统冷饮的消费热度高，冰杯也成为新型解暑神器走入大众视野。近日，“是谁在买3.5元一杯的冰杯”登上微博热搜榜，阅读量达1.5亿。买一杯冰杯，倒入饮料、咖啡或者酒，DIY出不同风味的饮品，正在成为年轻人发掘“宝藏冷饮”的新试验场，这一口冰的背后撬动了怎样的市场？

将冰块作为商品售卖，人气却意外火爆。“很多顾客选择直接在店里买瓶饮料，再买一个冰杯。把饮料直接倒进冰杯里，就得到了一杯消暑解渴的冰饮，喜欢这种组合的年轻顾客有很多。”伊河路上的一家悦来悦喜便利店店员告诉记者，冰杯售价为3.5元，消费热情随着气温升高而走高，高温天气下冰杯常面临不够卖的情况。

冰杯的走红，也折射出了制冰产业发展缩影。在2024年的新品发布会上，冷饮企业奥雪推出了两款食用冰产品：冰杯和冰袋；天冰推出白开水冰；农夫山泉于2023年5月申请了冰杯(冰杯)专利，随后陆续进行铺货，如今也成了各大便利店的常客……伴随着消费需求的不断升级以及年轻一代的成长，不断有企业“入局”。

以制冰为关键词搜索，企查查数据显示，截至6月25日，我国现存7584家制冰相关企业。业内人士认为，冰杯旺盛的市场需求和较高的商业价值吸引更多企业加入，行业有望迎来百花齐放的周期，冰杯的花样、款式和口味将更加丰富多元，而当竞争格局呈现，价格也将有回落的空间。

郑州市新增10家 省质量标杆企业

本报讯(记者 徐刚)7月2日，河南省工信厅发布《关于公布2024年河南省质量标杆名单的通知》，我市郑州煤矿机械集团股份有限公司等10家企业获评省级质量标杆企业，占全省总数1/7，位列第1。截至目前，我市共有国家级质量标杆7个，省级质量标杆88个，市级质量标杆81家。近年来，郑州市工信局深入实施“三标”活动，加快推进“三个转变”，引导企业加强质量品牌建设，强化企业质量主体责任。质量标杆作为质量管理赋能制造业竞争优势提升的可复制经验，旨在提升企业质量管理水平、助推企业发展，着力打造一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、管理现代的优秀企业。

下一步，市工信局将深入开展质量标杆交流活动，引导企业深入实践和推广质量标杆经验，提升产品和服务质量水平，加快产业基础高级化、产业链现代化，以效率变革、动力变革促进质量变革，推动全市制造业高质量发展。