

● 2017.1.4 星期三 责任编辑/童蔚 | 版式设计/庄文新

购置税优惠缩水 省内二手车限迁放开 车内空气质量有了强制标准 2017年刚开头 就有好多和买车用车有关的新政

在刚过去的2016年,小排量汽车购置税减半、车险费率改革等政策,深刻地影响了车市以及我们每个人的用车生活。而在刚到来的2017年,也有一系列新政策已经或者即将执行。它们又将对新一年的车市,以及杭州人的用车生活,带来怎样的影响? 记者 邵霏祥



微信扫一扫 关注“快车评”
一键掌握更多车市资讯和新车试驾报告

小排量汽车购置税优惠政策缩水

关注指数:★★★★☆

对于今年有购车打算,且目标是1.6L及以下小排量汽车的消费者而言,2017年汽车新政中影响最大的,莫过于购置税新政。

2016年底,财政部、国家税务总局联合发文:2017年1月1日至12月31日,购置1.6L及以下排量的乘用车按7.5%的税率征收车辆购置税;自2018年1月1日起,恢复按法定税率(10%)征收,新能源车依然享受免征购置税。

这意味着,购买一辆计税价格为10万元(不包含增值税,相当于裸车价11.7万元)的1.6L及其以下小排量汽车,在2017年须缴纳7500元购置税,而在2016年时只须缴纳5000元。

有业内人士表示,在购置税减半政策刺激下,小排量车型在2016年迎来不错的增长,去年11月的市场份额已占72.4%。在购置税减半政策到期之际,相关部门并没有踩下急刹车,而是选择阶梯式退出。无论是稳定汽车市场增长,还是引导低碳环保的汽车消费,这都有积极作用。

杭州一家4S店负责人表示,虽然国家层面的购置税减免力度有所缩减,但在竞争激烈的杭州市场,预计会有不少4S店通过“购置税厂家补贴”的方式吸引客户。

浙版二手车新政执行

关注指数:★★★

浙江省人民政府办公厅发布的《关于进一步促进二手车市场繁荣发展的实施意见》,2017年1月1日开始生

效。其中,最重要的一条是:符合国家、省机动车排放和安全标准,在环保定期检验有效期和年检有效期内的省内二手车,可在全省范围内办理迁入手续;省外二手车,则须符合国五标准,才能迁入浙江省内。

杭州华泰旧机动车鉴定评估事务有限公司负责人、高级评估师陈幼汉认为,省内限迁放开,意味着杭州二手车市场和省内周边城市的二手车市场将打通。这使得杭州不再需要将大批二手车源,批发给外省二手车商。随之,二手车的平均成交价也可能提升5000-10000元/辆,杭州车主的车或将更保值。

此外,很多暂时上了省内非浙A车牌的,其中有相当部分是国四及以下排放标准的车辆。对于这批车的车主而言,不用再担心摇到浙A上牌指标后,车子迁不回杭州了。

全国范围执行国五排放标准

关注指数:★★★

2017年1月1日起,国五排放标准在全国范围内全面实施。与此同时,车用燃油也将进行油品升级,93号、97号汽油彻底退出了历史舞台,取而代之的是92号和95号汽油。

事实上,从去年4月1日起,浙江省内已率先执行国五排放标准,所有省内在售的汽车、加油站供应的成品汽油,已全部符合国五排放标准。

湖州车主施先生表示,因为工作关系,须经常开车往返湖州和(安徽)宁德。“每次出发前都要在湖州加满92号



国五排放标准全国实行,93号、97号汽油同时退出历史舞台。

汽油,去宁德转一圈,基本上刚好一箱油。”之前宁德提供的是93号油,他一直担心不同标号的汽油混加,车子会出问题,现在就无须担心这个问题了。

据快报记者了解,目前杭州市市场上已基本没有国五排放标准以下的在售车辆。但在一些刚实行国五排放标准的城市,仍可能有少量国五排放标准以下的车辆在售。春节即将到来,有不少在杭工作者打算回老家买辆新车。快车评记者在此提醒大家,购车时一定要记得查看车辆排放标准,切不可因为价格等因素而选购国五排放标准以下的车辆。

(下转B02版)

广汽丰田致炫为什么深受年轻人喜欢? 解读一位车市“城市大玩咖”的创新营销之道



文/唐登涛

移动互联网时代,让商家的营销更具挑战,也为创新营销提供了更多可能。回顾2016年的中国车市,为了取悦90后年轻消费群体,各大汽车厂商都费尽心思,拼创意、拼文案奇招迭出。刚刚过去的一年中,营销手法令人印象最深刻的一款新车,非广汽丰田致炫莫属:无论是“我是致炫大玩咖”线上互动发布会,还是“解救加班汪”创意视频,都巧妙地戳中了年轻消费者的痛点,轻松凸显致炫这款小型车“驾趣时尚”的玩咖形象,以丰富的互动内容,获得业界和消费者的一致好评。

成功的年轻化营销策略,也让全新致炫一炮而红。去年9月上市以来,全新致炫的销量持续走强,11月实销6395辆,同比增长26.6%。2016年1-11月,致炫总销量实现58960辆,继续位居小型车市场前三。

一场趣味十足的线上发布会

广汽丰田致炫的这次创新营销,有备而来。2016年8月11日是全新致炫的上市时间,广汽丰田没有沿用传统的线下发布会模式,而是以一场“我是致炫大玩咖”的线

上互动发布会宣告上市,引发行业关注。

本次发布会以“我是致炫大玩咖”为主题,以“致炫之城”的创意故事展开。广汽丰田让年轻人成为本次发布会的主角,他们创建了一座“致炫之城”,进入其间的年轻人,将领取“寻宝”任务。通过系列互动任务,找到隐藏在城市中的全新致炫升级部件,他们组装出一款全新致炫,最终成为城市大玩咖。

活动期间,还有一位玩咖特征十足的“致炫之城”原住民L,全程引导网友参与互动。“摇一摇”看外观,找到外观升级部件;操作汽车行驶,发现操控和科技升级部件。最终,率先找到升级部件并组装成功的人,与“致炫之城”的执行官、广汽丰田执行副总经理李晖一起,发布全新致炫价格。

配合玩咖调性,两位企业领导人广汽丰田总经理小林一弘、广汽丰田执行副总经理李晖,首次变身卡通形象,成为发布会互动游戏中的NPC,引导网友探索“致炫之城”,了解全新致炫。

从2016年8月11日20点到21点,短短1个小时,本次发布会的互动参与量直奔50万次,成功拉近了与年轻消费者的距离。据说,暴涨的人气让线上2000份奖品遭到哄抢,服务器惨遭刷屏。这场发布会也因此成为现象级的线上发布会。

戳中年轻人痛点的72小时

在本次发布会前24小时,广汽丰田还策划了一场全网“寻找城市大玩咖”的引流大作战。在发布会前三天,一条主题为“生活不仅只有眼前的苟且,还有玩乐和冒险”的H5上线,为发布会先行造势,引发朋友圈刷屏。

在发布会前一天,又上线了《Calling 加班族,今天我们不加班!》的预热短视频,号召消费者8月11日晚上8点放下工作,来致炫“潮流星球”参加“玩咖party”(线上发布会)。话题以“解救加班汪”为切入点,号召大家逃离加班,加入“大玩咖”队,迅速引发致炫受众的情感共鸣。据悉,该视频24小时点击量超过400万次,72小时点击量超过700万次,最终全网点击量超过900万。

此外,为了给线上发布会引流,广汽丰田结合“加班

汪”和“单身汪”等热点,以有趣可爱的画风,戳中年轻消费者的痛点话题,2天内,漫画的总阅读量超过25万,引发朋友圈刷屏。

可以说,短短的72小时,全新致炫成功吸引众多年轻城市玩咖的注意,为线上发布会成功引流,确保了线上发布会的成功刷屏。

感性+理性,造就全新致炫的热销

到此还没有结束。2016年8月24日-31日,全新致炫在上海举办了一场主题式媒体试驾会,采用灵活又好玩的试驾方式,让媒体充分体验全新致炫的灵活驾趣和产品优势。比如全系标配智能节能启停系统,自动挡车型配备S-CVT超智能无级变速器(模拟8速),油耗低到只有5.2L/百公里;全系标配车身稳定控制系统(VSC)、牵引力控制系统(TRC)、坡道起步辅助功能(HAC)等科技配置,领先同级车,在更高级别的A级车中也不多见。

在去年的CTCC传播中,全新致炫更首次采用当下最红的网红直播形式,吸引年轻消费者对赛车文化的热爱,也软性突出了致炫的产品优势。

可以说,在感性层面,全新致炫通过年轻化的创新营销,成功打动了年轻人,吸引他们的注意;在理性层面,全新致炫又以领先同级车的产品力,满足了年轻玩家的日常用车需求。两方面的结合,共同打造了全新致炫上市即热销的爆款小型车形象。

