

我市配发4000万元购车消费券点燃消费者热情

冬日车市“小阳春”扑面而来

作为冬季购物节九大市级主体活动之一,我市配发4000万元购车消费券,通过政银企、县市区、线上下联动,为有购车需求的市民送上暖冬出行大礼包。上个月,南通开发区率先启动了“购车有礼”促消费活动。



我市一汽车展厅人气很高。记者沈佳颖

刺激消费,车市明显升温

元旦假期,来开发区南通银奥4S店看车的市民络绎不绝。家住永旺梦乐城附近的郭女士,正向销售人员详细咨询奥迪A6的具体信息。“听朋友说起有购车消费券,就趁假期和家人一起来看看车,看中了就早点入手。”郭女士说。

每逢年末新岁,汽车销售市场大步迈入“冲刺阶段”。银奥销售经理徐海旭坦言:“实话说,去年10月到11月,汽车销售增速略有放缓,但12月促消费活动启动后,客流量明显增多。消费券启动当天店里就卖出了32台车。目前,我们已经超进度完成了考核任务。”

另一边,开发区南通之星奔驰4S店的销售情况也同样喜人。南通之星销售主管司宇介绍:“门店去年12月的销售量比前两个月上涨了20%左右,较2022年同期也呈上涨态势,我们店的客流相对来说还是比较大的,其中一半是冲着补贴来的。”

作为当前新能源汽车领域炙手可热的品牌之一,AITO问界在2022年入驻开发区星湖大道,备受关注。“平均每天二三十批客户进店咨询,去年11月交付120台到140台,12月至少交付220到230台。40多组客户领到了补贴,这确实带动了一部分销量。”AITO问界的交付经理方剑说。

撬动需求,补贴备受欢迎

此次4000万元购车消费券是以两种标准进行配发,购车价20万元以下,按1000元/辆的标准配发,购车价20万元及以上,按4000元/辆的标准配发。从数字上看,千元补贴与数十万元的汽车售价相比,似乎“分量较轻”,但商家们一致反映,这项补贴恰恰发挥了“四两拨千斤”式的效果。

南通之星销售主管司宇透露,去年12月到店的客户大多领取了4000元的购车补贴。“在汽车行业,4000元补贴不算少,对预算在50万元以下的客户来说还是有一定吸引力的。”他分析,“一方面是因为4000元贴合了大部分客户的消费水平;另一方面,现在的汽车市场价格透明,价格谈半天也许就优惠个一两千块,这么比下来4000元的体量并不小。”

银奥销售经理徐海旭也表达了类似的观点,他认为,除了以上两点原因外,“像奥迪A4、A6、Q5这些主力车型的受众,消费观念都比较理性,当他们察觉政府释放的优惠信号,就会很快响应、抓住机会,而不是抱有‘再等等,说不定后面会更便宜’的想法,这也是千元补贴受欢迎的原因之一。”

目前,购车消费券只在南通4个县(市、区)配发,AITO问界交付经理方剑告诉记者,之前还有盐城等地客户来咨询能否申请。

政府牵头,供需两端利好

在汽车消费领域,消费者购车无外乎关注三点——品牌、舒适性、智能性,这些内在因素做得好,会更多地激起消费者的购买欲望。当然,除了自身“硬实力”以外,外在“软优惠”也能带来不少利好,让企业和消费者双方实现共赢。

搭乘南通冬季购物节的东风,汽车促消费活动如约而至。银奥销售经理徐海旭认为,4000万元购车消费券能给之前发展较缓的车市带来刺激作用,“政府牵头的优惠力度更大、更有号召力,比单店自己拍视频、做直播更有效。”

“在我们交付端,由于4000万元消费券名额有限、先到先得,所以很多客户不再拖延,第一时间提车,这也是一项利好。”AITO问界交付经理方剑表示,“以往申请优惠,需要企业整理后上交,但这次由客户自己申请审核、上传资料,对他们来说流程上也更加方便了。”

在南通之星销售主管司宇看来,近两年,政府陆续出台了针对汽车行业的政策优惠和消费补贴,这些手段能提高门店的客流量,给销售顾问多一些“筹码”,提高成交率;消费者有了出门看车的意愿,一定程度上也能拉动周边经济。

经过近一个月的消费券配发,企业和消费者在认可、享受利好的同时,也对配发模式提出了一些思考。例如,随着国人消费观念的转变,补贴周期怎么定更合适?线上申请虽然方便,但操作手续能否再简化?后续补贴能否覆盖到更多区域和商家?这些建议的背后,也蕴含着供需两端的心声与期待。

本报记者沈佳颖

第六批省级全域旅游示范区名单公布 崇川区和启东市上榜

晚报讯 昨天,江苏省文旅厅公布了第六批省级全域旅游示范区的验收认定结果,共有8家单位获得认定,南通市崇川区和启东市上榜。

据悉,自2015年开始,“全域旅游”以燎原之势在中国蓬勃发展,成为近几年中国旅游业发展的一条主线,全域旅游串起旅游业发展的多个亮点。江苏作为文旅资源大省,以“任何资源都可以成为旅游资源”的理念,整合区域内的各种资源,因

地制宜、因时制宜,走出了一条政府市场齐发力、共同探索全域化发展的道路。

此次认定是根据省委、省政府关于全域旅游工作的总体部署以及国家相关标准和通知要求进行的。这一批示范区的认定,旨在推动全域旅游的发展,促进旅游业的转型升级,提高旅游服务质量和水平,助力江苏旅游业的可持续发展。

记者李波

通州区国防动员主题公园建成开放

晚报讯 2日,通州区国防动员主题公园正式建成并向广大市民开放。据了解,该公园也是全省首个以国防动员为主题的公园,凭借鲜明的主题、丰富的内容、开放的形式和合理的布局,让广大市民在休闲健身的同时,能够近距离地接触国防动员知识。

通州区国防动员主题公园位于运盐河公园核心段,总面积13.66万平方米,其中,水域面积3.91万平方米,集文化、休憩及生态功能于一体。区国动办充分利用运盐河公园的休闲广场、健身步道、休憩凉亭等基础设施,因地制宜地融入国防动员

元素,涵盖政治、历史、文化、军事等内容。

在内容设置上,主题公园分为国防动员和人民防空两大展示区,包括战争历史、国防大观、国防动员、鸣走藏消、空袭和反空袭兵器、空袭历史和国防影院等八个部分,力争在有限的时间空间内传递更加系统、丰富和及时的信息。在展示形式上,以“文字+图片”为主,同时,积极运用多媒体技术,设置LED大屏和电子触摸屏,增强宣传教育知识性、拓展性和趣味性。在文字、图片和视频的使用上,认真选择、严格把关,确保权威可靠。 通讯员朱剑锋 记者范译

市商业秘密保护综合服务平台启用

晚报讯 昨天,南通某新材料公司登录南通市商业秘密保护综合服务平台进行商业秘密保护自检,并拿到了一份自动生成的个性化风险评估报告。这份报告从组织管理、资产管理、人员管理、信息管理、区域管理、商务活动管理、泄密预防与处理等七大方面,为企业筑牢商业秘密保护“防火墙”给出了具体可行的建议。

商业秘密是企业核心财富。为帮助企业建立商业秘密保护体系,帮助企业破解商业秘密保护难题,提升企业商业秘密保护能力和保护水平,市市场监管局开发了商业秘密保护综合服务平台,为企业提供“一站式”在线服务。

商业秘密保护综合服务平台构建了5个模块15个子项目,包括了

解商业秘密、共享之库、企业自检、第三方服务机构(参考)、维权互动等。该平台可为企业免费、便捷提供多方面的指导服务,如线上普法培训、规范化文书和管理制度指导、商业秘密保护自检并出具个性化风险评估报告等。通过该平台,企业还可以找到第三方服务机构(参考),如商业秘密公证服务平台、法院委托鉴定机构等;通过快速举报通道,获取政府部门维权帮助;向政府部门提出商业秘密保护中的短板和需求。

平台运行以来,已组织全市351家专精特新企业注册,并开展商业秘密保护平台线上网络培训和企业风险评估工作,形成了461份企业商业秘密风险评估报告。

记者王玮丽