



# 汽车消费“隐形门槛”逐步破除，老百姓买车用车能否更轻松？

“十五五”规划建议提出，完善促进消费制度机制，清理汽车、住房等消费不合理限制措施。

从放宽购买限制到便利二手车交易流程，汽车消费领域政策不断“松绑”。今后老百姓买车用车能否更轻松？

## 打通“购、用、换”等环节

清理消费领域不合理限制的核心，是消除阻碍消费潜力释放的“隐形门槛”。聚焦车辆“购、用、换”等全生命周期关键环节，一系列政策措施精准发力，旨在激活百姓消费需求、为行业高效发展“松绑”。

优化限购措施，回应民生期盼——2025年3月，中办、国办印发《提振消费专项行动方案》提出，推动汽车等消费由购买管理向使用管理转变，分年限保障“久摇不中”无车家庭购车需求。

多个大城市推动相关政策落地。2025年，北京面向无车家庭定向增发4万个新能源小客车指标；广东省发文鼓励广州、深圳进一步放宽车辆购买限制，增发购车指标，引导深圳推行“久摇不中”个人可直接申领普通车指标的做法……

盘活存量市场，促进自由流通——二手车交易是汽车消费循环的关键一环。“曾经因限制多、流通堵等饱受诟病的二手车市场，正经历一场深刻的制度性变革。”重庆市汽车商业协会常务副会长陈学勤表示，2022年17部门联合发文，在全国范围取消符合国五排放标准的小型非营运二手车的迁入限制，促进二手车自由流通和企业跨区域经营，让群众异地买卖二手车更方便。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红介绍，近年来，多地积极推进落实二手车销售“反向开票”、异地交易登记等便利化措施，同时引导二手车交易由经纪模式向经销模式转变，搭建二手车流通信息平台，推动二手车经营主体信用体系建设不断加强。

丰富后市场服务，拓展消费场景——“当前，汽车已从单纯的交通工具转变为消费者新的生活态度与方式，以及实现文旅、社交、运动、体验和家庭教育等服务消费的载体，汽车改装市场是一块亟待挖掘的蓝海市场。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青说。

2024年，国家发展改革委等部门印发的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》提出，拓展汽车消费新场景。结合汽车赛事、自驾露营、汽车文化体验、汽车改装、汽车租赁等，丰富汽车后市场产品和服务。2025年，重庆等地发文放宽改装车业务登记，以解决改装车业务限制过严等问题。

加速智能化探索，达世界先进水平——将智能网联汽车测试示范道路扩展到包括高速公路在内的公路、城市道路和区域；明确在一个地方通过检测后进行异地测试时对于通用项目不需重复检测；在智能网联汽车道路测试与示范应用工作基础上，遴选具备量产条件的智能网联汽车产品，开展准入试点……近年来，政策限制逐渐放宽，加速智能网联汽车产业化进程。

消费扩容、行业发展成果显现——2025年下半年，北京市民谷先生购置了一台新能源车。“按我们的家庭积分估算，原以为2026年之后才能取得购车指标。”谷先生说，2025年北京增发新能源指标后，自己得以提前购车，出行旅游便利了很多。

从新车交易到二手车交易，从商品消费到服务消费……不合理限制的逐渐清理，有效激发了汽车消费市场的内在活力。

2025年，我国汽车产销分别完成3453.1万辆和3440万辆，同比分别增长10.4%和9.4%，连续17年稳居全球第一，汽车产销连续三年保持3000万辆以上规模。2025年，二手车市场交易规模突破2000万辆大关，创历史新高。

“对消费者而言，清理不合理限制能拓宽选择范围、降低消费成本，使消费渠道更畅通、商品流通效率提升；对企业来说，还可降低制度性交易成本，激发经营主体活力，尤其是中小微企业和新业态企业将获得更多发展机遇。”中央财经大学副教授刘春生说。

在浙江杭州，主营新能源二手车业务的帅车力哥严选（杭州）新能源科技有限公司交易量保持稳健增长。“我们的客源不仅涵盖本地，更辐射全国。”公司总经理严选告诉记者，二手车政策的持续放宽为行业发展按下了“快进键”，如今，二手车交易流程大幅简化，手续基本跑一次就能办齐，在提升效率的同时显著降低了交易成本。

政策的“松绑”，推动汽车行业高质量发展。去年12月，两款L3级自动驾驶车型获工业和信息化部有条件准入许可，允许在京渝两地特定路段开展试点运行，标志着我国自动驾驶从“技术验证”迈向“量产应用”新阶段，未来消费者有望获得更好驾驶体验。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋认为，许可自动驾驶车型产品不仅是技术成熟度的权威认可，更是对社会各界关于未来智慧出行期待的有力回应。

“当前外部环境急剧变化，对消费领域不合理限制措施有序清理，有利于充分释放内需潜力，进一步增强经济长期向好的内生动能。”清华大学中国发展规划研究院常务副院长董煜说。

应该看到，当前汽车消费全链条仍存在一些深层次的瓶颈亟待破解。“二手车”一车一况、一况一价的属性，决定了信息对称是交易达成的核心前提。当前车辆事故记录、保险理赔、维修保养等信息碎片化、不互通，二手车交易“信息黑箱”破解乏力。”陈学勤表示，检测认证标准缺失、第三方检测体系尚不健全等因素也制约了二手车交易的发展。

王青建议，短期看，要推动现有数据平台稳妥开放，允许其开展第三方汽车评估认证业务，或者向企业端机构开放数据资源，从根源上解决二手车市场固有的信息不对称问题；中长期看，还是要健全法律法规，明确二手车卖方的真实信息披露义务，禁止调查、隐瞒事故记录等行为，推动市场规范透明经营。

“目前，我国汽车金融产品较为单一，尤其是二手车领域，未充分利用金融工具培育标准化供给市场，致使‘一车一况’加剧了交易难度。”郎学红认为，推动融资租赁等模式发展能为消费者提供便利，也能活跃新车和二手车交易。

郎学红建议，聚焦拓展汽车改装、租赁、赛事、房车露营等汽车后市场，全产业链扩大汽车消费，构建全生命周期消费生态体系，进一步释放汽车服务消费潜力，推动汽车产业从“卖产品”向“卖产品+服务”转型。

业内人士认为，房车文旅等消费新业态前景广阔，但仍面临着营地设施不全、公共配套匮乏等诸多难题，相关企业也在乡村等地建设露营地也面临着一定的合规压力。下一步，需完善相关政策规范，打破产业壁垒，持续发展自驾游旅居车露营地、帐篷露营地、青少年营地等多种营地形态，构建开放协同生态，为百姓消费提供更好体验。

新华社“新华视点”记者 张千千 唐诗凝 田金文

# 奋斗在“天路”之巅的青春

## ——探访青藏铁路海拔最高信号工区

海拔4886米！坐落于西藏那曲市安多县岗尼乡的扎加藏布信号工区，是青藏铁路海拔最高的铁路信号工区。在这里，含氧量不足平原地区的一半，走路都喘得厉害。

新春来临之际，记者跟随中国铁路青藏集团有限公司拉萨基础设施段的工作人员前往扎加藏布信号工区。抵达工区后，记者跟随扎加藏布信号工区的职工王富生、成格乐、索南多杰等，前往海拔4951米的唐古拉南站进行“天窗”作业。

“天窗”作业指的是在无列车通过的时间段，专门对线路、接触网、信号等设备进行检修、抢修。36岁的工区工长王富生告诉记者，这个工区负责唐古拉南、扎加藏布、雪查玛三座海拔车站的36架信号机、40个轨道区段、26台转辙机信号设备的日常维护、故障处理、应急除雪等工作。

19时10分，拉萨基础设施段安全生产指挥中心准时下达“天窗”命令。王富生带领4名年轻工友，踏上线路，开始工作。

“天窗”时长只有120分钟。时间紧、任务重，设备复杂。每次班前会都要对人员进行精准分工，确保争分夺秒完成各项任务。

夜幕降临，大风呼啸，呼吸都变得困难。王富生拍了拍成格乐的肩膀，两人裹紧防寒服，携带工具和新的箱盒引接线，走向2-4DG轨道区段。

“先确认断路器状态。”王富生半蹲在送电箱前，冻得发紫的手缓缓打开电箱盖。成格乐的头灯照亮箱内密密麻麻的端子排，他用内六角扳手将早已断裂的小枕木和锈蚀的过轨卡扣逐一取下。王富生随即即将新的箱盒引接线安装固定好。

“冬天，钢轨气温有时会降到零下40摄氏度左右，手一碰就刺痛。”王富生说，“脚也特别容易冻着，有的工友买了电加热线。”

21时10分，顺利完成当天的“天窗”任务。王富生和工友们收拾好工具材料，在高原寂静的夜色下，拖着疲惫的身躯，踏上回程的路。

及时总结当日工作后，当工友们钻进被窝准备睡觉时，一阵急促的电话铃声响起。王富生接到安全生产指挥中心的电话，海拔4848米的雪查玛站4号道岔曲线

不良。“道岔曲线不良会导致道岔不能正常转换，无法把车接进站内，站内的车也发不出去。”王富生叫上3名工友，立马赶往作业点。此时，已是凌晨1点40分。

“风太大，风沙会导致道岔滑床板磨卡。”王富生说。

“这边是单线线路，需要抓紧时间抢修。”索南多杰招呼着工友。

当他们顶着大风，对滑床板清扫完毕后，虽然个个气喘吁吁，但脸上的表情写的是安心。

王富生说：“每次火车安全驶过，心中就有很大的成就感。”

扎加藏布信号工区自2018年组建以来，先后获得全国“安康杯”竞赛优胜班组、铁路青年五四奖章等诸多荣誉称号。

这里有10名平均年龄不足32岁的青年职工轮换坚守，因地处偏远，他们陪伴家人的时间不多。

“刚结婚那会儿，我爱人还不太理解我的工作。后来我带她来到这里，起初她见到这里的美景满心欢喜，可没多久就因缺氧出现了高反。”王富生说，“也正因为亲身体会过，她从此格外理解我工作的不易。”

“我平日里和爱人通电话，聊得最多的就是孩子的教育。孩子考了好成绩、拿了奖状，她就特别开心，电话里笑着说这是她用心管教的成果。”索南多杰补充道。

这里几乎没有娱乐设施，平日里，他们听得最多的便是家乡的歌曲，借着熟悉的旋律，寄托对家人的思念。

“家里除了爸妈外，我还有个弟弟。我2021年结婚后，如今也有了孩子。我想踏踏实实工作，平平安安过日子。”王富生说。

2026年是青藏铁路通车20周年。在这条世界上海拔最高、线路最长的高原铁路上，列车的每一次安全运行都离不开奋斗在“天路”上的守护者。

次日，正午时分，记者离开扎加藏布信号工区，和工友们挥手告别之时，位于工区院内的“扎根高原奋战雪域”八个大字，在阳光照耀下闪闪发光。

新华社记者 旦增尼玛曲珠



# 从“买商品”到“品文化” 更多中国品牌“圈粉”世界

非遗技艺赋能潮玩、水墨纹样点缀新品、东方美学融入珠宝首饰……近年来，一股承载中华文脉的“国潮”火爆出圈，人文元素正为消费注入新活力。这种文化和经济的共生共荣，不仅擦亮了中国品牌的全球名片，更催生了消费领域的新模式、新服务、新场景。

近期，记者在多地调研，探寻文化基因嵌入产业的内在逻辑和“国潮”消费热潮的流量密码。

走进义乌国际商贸城文具专区，仿佛进入一个微型的“中国文化万花筒”。水墨山水样式的信纸、印有篆刻印章的书签、绘有宫廷纹样的圆珠笔……吸引印尼客商杰马杜驻足挑选：“它们不仅物美价廉，而且造型很有中国特色，在我们那边很受欢迎。”

“一天收获几十万的订单，微信加了20多个新客户。”浙江一家文具公司门店负责人小吕笑着告诉记者，外商专程跨国到此下单已是常态。

LABUBU“圈粉”海外市场、样式新颖的陶瓷成为国外装饰新选择……从时尚美妆到科技产品，如今，越来越多的中国产品和品牌凭借深厚的文化底蕴与前沿的创新理念，在国际市场掀起“中国风”。

近期，取自中国古代婚嫁习俗的“十里红妆”灵感，源于非遗的“千角灯”等承载东方美学的原创金属拼接玩具，畅销100多个国家和地区。自主品牌“拼酷”引领3D金属拼接创意产品热潮，全球市场占有率已超九成。

东莞市微石文化科技有限公司副总经理叶祖斌说，公司2025年出口额同比增长15%。“文化属性为产品带来更强生命力，平面金属片拼接后的立体成品宛如工艺品，为消费者带来美感和成就感。”

“中国品牌在全球供应链中品牌价值持续提升。”中国广告协会文创与IP专委会秘书长徐超表示，国潮品牌的出海，绝非简单的商品售卖，而是文化自信的蓬勃生长、科技创新赋能产业的有力体现和中国品牌国际化的深度探索。

国货“潮品”全球走俏背后的流量密码是什么？文化底座塑造独特魅力，传递东方智慧——“中国品牌不只‘卖产品’，更可以让消费者感受到东方文化、哲学和智慧。”广东白云学院现代产业研究院院长王先庆认为，中国文化本身所蕴含的神秘性、哲思性与审美独特性，正契合全球消费者对多元文明、可持续生活与精神满足的深层需求。就像购买

中国彩妆可以体验“东方妆韵”，选择山水内饰的中国汽车是对中式空间美学的认同。

文化赋能+持续创新，提升消费体验——

为满足国际市场多元化需求，中国企业不断改进设计和工艺，提升产业价值链。有的本土玩具企业借助3D打印技术，将新品开发周期从15天压缩到3天，实现了从规模领跑到实力领先。

世界知识产权组织近期发布的《2025年全球创新指数报告》显示，中国在全球创新指数排名中首次跻身全球前十。国潮商品的走红，不仅得益于成熟高效的产业链供应链体系，更是中国文化和创意加速走向世界的缩影。

“硬实力”铺就出海快车道——2025年，即便身处国际环境深刻演变、世界经济秩序遭遇重大挑战的复杂局面，中国仍与190多个国家和地区进出口实现增长。中欧班列、西部陆海新通道、港澳大桥的繁忙景象，构成了中国品牌通往世界的“血管”。

“国货‘潮品’火遍全球，体现的是中国传统文化的全球影响力、彰显的是外贸企业的创造力、依托的是中国制造的硬实力。”海关总署副署长王军说。

人文经济的蓬勃生长，需要文化内核赋能、品牌载体支撑，更离不开系统性机制创新的保驾护航。

近年来，我国出台《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》等相关举措，浙江、广东等省份推出专项方案，推动人文经济从短期热潮转向可持续增长，为提振消费、扩大内需注入持久动力，政策精准滴灌、产业深度协同、场景多元拓展的长效路径逐步清晰。

“机遇与挑战并存。”王先庆坦言，当前人文经济发展仍面临多重挑战：文化IP同质化严重，文化资源挖掘与产业转化衔接不畅……

“未来的全球竞争，不再是单纯的产品竞争，而是品牌生态的比拼。”对外经济贸易大学教授庄芮认为，融合文化属性，本土企业应持续加大研发投入，用新质生产力铸造品牌实力，讲好技术背后的文化和品牌故事，将“外贸成绩单”转化为持久的“品牌资产”。

“越来越多承载中国文化和东方美学的创新产品在全球流通。”王先庆认为，积极推进中国产品“出海”，加快构建更多具有全球影响力的品牌矩阵，有望推动中国品牌在全球价值链中从制造加工向高端文化创造跃升。

新华社记者 高亢 邹多为 丁乐



2月5日，旅客与招聘企业代表在K8362次列车上洽谈。当日，由中国铁路上海局集团有限公司合肥客运段联合合肥市人力资源与社会保障局举办的列车招聘会在上海站开往阜阳站的K8362次列车上举行，为返乡游子架起就业对接的桥梁。

新华社记者 杜宇摄

# 2026年大同日报小记者招募

今日小记者 明日栋梁材

这里，可以展示大家的自我风采

这里，可以激发大家的学习乐趣

这里，可以培养大家的写作能力

这里，可以拓宽大家的社会视野

这里，就是大同日报小记者

小记者报名: 308元(含小记者装备、证件)

大同日报小记者享有的多项权利:

- 2026年全年的《大同晚报》;
- 全年丰富多彩的多项活动供小记者选择;
- 优先在《大同晚报·小记者周刊》上发表作品。

**报名地址** 大同日报传媒集团小记者编辑部 (御东恒安街大同市政务审批中心对面)

**各校设立报名点** (具体时间以大同日报小记者微信公众号发布和学校通知为准)

13994399058春春老师	18636213100莎莎老师	13835214502珂珂老师	18335229999宁宁老师
13934800864慧慧老师	18635299529平平老师	19213529086伟伟老师	(请在工作时间内咨询)