

6月1日起，天津、太原等20个城市启动小型非营运二手车交易登记跨省通办——

二手车跨省交易便利了

本报记者 徐佩玉

档案资料电子化网上转递，变“两次登记查验”为“一次登记查验”……日前，商务部、公安部、国家税务总局联合印发《关于推进二手车交易登记跨省通办便利二手车异地交易的通知》（以下简称《通知》）。

6月1日起，小型非营运二手车交易“跨省通办”将在天津、太原、沈阳、上海等20个城市率先启动；9月1日起，直辖市、省会市、自治区首府市、计划单列市全部推行；2022年全国全面推行。

中国是汽车消费大国，汽车保有量超过2.75亿辆。从发达国家发展历程来看，中国汽车市场即将进入二手车交易的高峰期。不少消费者希望，此次跨省通办新政策出台，能从制度上解决二手车异地交易周期长、成本高、不便捷等问题。

想买二手车不容易

——受限迁政策影响，一二线城市大量优质二手车源难以向需求量大的三四线城市流通

北京市民陈女士在瓜子二手车平台上看中了一辆大众帕萨特2020款330TSI精英版，只跑了1.9万公里，标价19.98万元。“现在2021款的官网建议零售价是23.79万元，便宜了将近4万块钱。这辆车跟新车差不多，我觉得挺划算的。”

便宜，是二手车最大的优势。不少消费者在手头预算不充足的情况下，会选择购买一辆性能完备、价格更低的二手车，以满足“代步”需求。

不过，看中了性价比合适的二手车，消费者通常还要看看是哪里的车源。陈女士告诉本报记者：“能买本地车还是买外地车，二手车异地交易起来还是多多少少有些麻烦的，即使有喜欢的，通常也忍痛放弃。”

记者在浏览二手车交易平台时发现，不少车辆被标注了“外地车牌”。外地二手车买了之后，过户提档不容易。记者了解到，过去各地对二手车异地提档的要求各有不同，有的地方只能在转出地办理过户手续，有的地方提档必须有交强险并在有效期内，有的地方必须买卖双方到车管所现场确认买卖关系，有的地方需要买方到现场确认而卖方只提供身份证原件或者复印件即可，还有的地方只需要提供卖家身份证复印件和买家身份证原件即可办理过户。

一方面，交易流程复杂限制了二手车异地流通。另一方面，环保标准不统一、信息不透明等问题也阻碍了二手车交易。汽车工业协会副总工程师许海东接受本报记者采访时表示：“限迁是二手车交易最大的阻碍。有的地方要求购进的二手车像新车一样符合国五、国六标准，而不是按照在用标准进行环保规定，不尽合理。”

此外，二手车交易中信息不透明的问题，也增加了消费者的顾虑。“想买二手车的人，肯定是希望了解车辆的产权信息、保险信息、事故处理信息、维修保养信息等。但是现在这些信息消费者无法全面掌握，导致交易过程存在风险。”许海东表示。

瓜子二手车联合创始人、副总裁王晓宇介绍，受限迁政策影响，一二线城市作为车源聚集地，优质车源向三四线城市流通受阻，三四线城市消费者受限于可选车源有限，抑制了购车需求释放。可以说，二手车跨区域流通不畅已成为制约二手车行业发展的重要因素之一。



▲日前，广州市的广汽埃安新能源汽车有限公司总装生产车间里，技术人员正在组装新能源汽车。随着新车不断投入生产，二手车交易量也将快速增长。 邱新生摄（人民视觉）

政策支持二手车交易

——从制度层面解决二手车异地交易周期长、不便捷等问题

今年以来，二手车市场日益活跃。据中国汽车流通协会统计，一季度全国二手车交易量达395.6万辆，同比增长97.2%，比2019年同期增长21.5%。

二手车市场交易量的快速增长，得益于去年以来政策红利的持续释放。

2020年4月，为促进汽车消费，财政部、国家税务总局联合发布公告，自2020年5月1日至2023年12月31日，从事二手车经销的纳税人销售其收购的二手车，由原按照简易办法依3%征收率减按2%征收增值税，改为减按0.5%征收增值税。二手车交易成本更低了。

今年2月，《商务领域促进汽车消费工作指引》提出，要全面取消二手车限迁政策。除大气污染防治重点区域外，不得限制符合在用排放标准二手车迁入。

此次印发的《通知》，则从制度层面有针对性地解决二手车异地交易周期长、不便捷等问题。

推行二手车异地交易。《通知》提出，对已登记的小微型非营运载客汽车（以下简称小型非营运二手车），买卖双方可以选择在车辆转出地或者转入地进行交易。通过明确异地交易和发票开具要求，实现“马上办”“就地办”，切实保障在转入地办理交易手续的政策落地落实。

便利二手车转移登记。小型非营运二手车转移登记，将实行档案资料电子化网上转递，群众办理完交易手续后，无需再提取纸质档案。对在转入地交易的，二手车买方可以就地直接办理车辆查验、登记，无需再返回登记地验车、办理转出，变“两次登记查验”为“一次登记查验”，减少两地往返。

“《通知》简化了二手车异地交易手续，强化了经营主体责任，方便了消费者，有利于促进二手车交易。这是国家从‘放管服’角度做出的更深一步工作，对促进二手车交易具有重要意义。”许海东表示。

王晓宇分析认为，《通知》将加速二手车异地流通，提升二手车交易匹配效率，打破二手车区域限制与区域价格壁垒，让二手车卖家能够以更好的价格、更快速地

售出车辆，让不同地域的买家能以合理价格买到高性价比二手车。

有望超过新车交易量

——带动汽车后市场，释放新车消费需求，盘活整个国内汽车消费市场

汽车消费是拉动经济增长的重要引擎。随着二手车异地交易更便捷，二手车市场有望更加活跃。

“二手车交易是汽车消费的重要组成部分，能够满足低收入群体的汽车消费需求，进而带动整个消费。同时，二手车交易还会带动汽车后市场，例如维修、改装等市场的发展，对经济产生良好的拉动作用。”许海东表示。据专家分析，二手车跨省通办实施后，一二线城市的优质车源将快速转向三四线城市及县乡地区，扩大汽车消费。对于卖车方而言，二手车的顺利售出，为新车消费腾出空间，将带动汽车消费升级，继而盘活整个国内汽车市场。

多家二手车流通企业，正依托互联网新技术，打造流通新平台，推动二手车异地交易。

通过二手车电商平台线上选车、购车，成为不少消费者购买二手车的主要途径。瓜子二手车等线上平台正着眼于帮助消费者以更合适的价格、更快的速度选购全国范围的二手车。王晓宇介绍，为了更好地保障消费者权益，瓜子二手车借助视频、VR、IM等方式详解车况，提供“包修、包退、包换”的购车兜底保障，增强消费者的信任感，有效拉动了异地购车需求。

不久前，优信二手车全国首家二手车超级大卖场落户西安，与优信线上商城联动，具备仓储、检测、整备、门店展示等各项功能，为消费者提供一站式购车服务。“线上线下融合是未来二手车交易的新趋势。”许海东说。

未来，二手车交易是否会成为中国汽车市场的新增长点？“这是肯定的。”许海东表示，对于经销商而言，二手车带来的利润并不比新车低。发达国家二手车交易量常年是新车2-3倍，而中国现在的二手车交易量占比较低，远未发展到汽车发达国家的消费状态。随着二手车交易限制的减少、手续的简化，二手车交易量将迎来快速增长，有望超过新车交易量。

儿童、冬奥会相关领域重要国家标准发布——

标准呵护儿童健康成长

本报记者 孔德晨

国家市场监督管理总局（国家标准委）近日集中发布一批重要国家标准。本次发布的新标准紧紧围绕儿童、冬奥会相关领域，发挥“标准为民”“标准护苗”的作用。

“回收料”“漏尿”“红屁股”……不少消费者反映，婴儿纸尿裤产品仍存在一些安全问题，安全性和舒适性有待提高。国家市场监督管理总局有关负责人介绍，新修订发布的《纸尿裤 第1部分：婴儿纸尿裤》国家标准旨在解决这些质量问题，有助于提高纸尿裤产品质量。

儿童玩具安全性也备受关注。据介绍，新修订发布的《玩具适用年龄判定指南》国家标准，根据不同年龄儿童的发育、运动、认知和行为特征，推荐适用的玩具类别、玩具描述和示例，有助于消费者挑选更适合儿童年龄的玩具产品，以减少玩具可能造成的儿童伤害事故发生。《玩具中塑化材料及可放入口中产品的判定指南》国家标准则设计和研发了一种能够模拟儿童口腔尺寸的模板，进而对“可放入口中”产品给出了定义，提高儿童玩具产品安全性。

婴儿奶嘴材质是否安全？《液体硅橡胶 婴儿奶嘴用》国家标准对此作出相关规定。婴幼儿奶嘴材料的拉伸强度、拉伸伸长率、撕裂强度及回弹性等皆被严格规定，前述负责人表示，该标准能够有效保证奶嘴在使用过程中不被撕裂损坏，并增加了挥发性化合物含量要求，规避安全风险。

此次标准发布还涉及了冬奥会相关领域。《仿真冰场 通用技术要求和试验方法》国家标准对满足冰上运动功能、保障运动者安全以及安装规范性等方面进行了规范，有利于全民健身冰雪运动的持续开展；《冰雪运动场所安全标志》国家标准，将冰雪运动场所中的风险信息图形化，利于风险信息的识别和迅速传达，为危险性较高的冰雪运动提供安全保障。



▲日前，山东省青州市举行儿童平衡车赛，吸引了近百名小选手参加比赛，在运动中感受快乐。 王继林摄（人民视觉）

361°童装携手第18届世中运发起青少年运动推广计划

5月28日，上海国际童装产业博览会现场，三六一度童装有限公司联合第18届世界中学生运动会（以下简称“晋江2020世中运”）组委会共同启动“青少年运动推广计划”，并宣布361°童装成为晋江2020世中运田径项目单项赞助商。

世界中学生运动会由国际中学生体育联合会主办，是全球中学生最高水平的国际综合性赛事。晋江2020世中运计划于2021年10月开幕。

361°童装专注于青少年运动品牌，依托硬核研发实力和专业的运动基因，成功牵手世界中学生运动会。

2015年，361°筹建研发中心，成为361°童装研发产品的根基，随后，通过中船重工、中国航天等国内优质资源的加持，进一步提升产品功能科技表现。

提高研发能力的同时，361°童装一直紧密地与青少年训练中心等一线运动机构合作，既体现了运动队伍对361°童装品牌的认可，也让361°童装通过直接服务青少年运动员，得到用户反馈，帮助产品不断迭代。

361°童装与中超球队的合作不仅停留在运动装备上，还在青少年足球推广方面达成深度合作。

无论是运动的普及，还是青少年赛事平台的打造，361°童装都在不断推进。

少年强则国强，作为中国本土品牌，361°童装一直履行社会责任，希望让更多的中国青少年爱上体育。三六一度（中国）有限公司儿童事业部总经理耿华杰表示，361°童装将做青少年运动的激励者、推广者、践行者，秉承运动基因，以科技守护、助攻孩子们的场内风采表现，打造青少年运动新风尚。



5月28日，361°童装在2021上海国际童装产业博览会现场召开品牌发布会，三六一度（中国）有限公司儿童事业部总经理耿华杰致辞

数据来源：三六一度童装有限公司