

# 汽车置换:注意暗藏的风险

文/日月熊

“如果把你的旧车评估价格高于市场同等标准,把这点差价贴补到死板一块的新车最低售价里去,这样不就两全齐美嘛!”在杭州某证券公司工作的小马看中了一款丰田花冠,跟经销商砍了两个星期的价格后,当店家得知他有款旧车派力奥准备出手时,就直接给他出了这个新主意。

从2005年第一家申通诚信二手车出现至今,在杭城各大4S店几乎都有旧车置换该店品牌新车的服务。由于省去了自己跑二手车市场跟车贩讨价还价的麻烦,还节约了评估费、交易手续费等杂费,越来越多的消费者在购买新车时都把自己的旧车通过置换的方式处理。其实作为商家来说,二手车业务在整个利润链上是一个非常关键的环节,远远大于新车的利润。

很多4S店允许客户用其他品牌的旧车来置换本品牌的新车,进行跨品牌二手车置换的目的很好理解:一是促进新车销售,增加新利润点;二是扩大市场份额,打击竞争对手。现在新车市场竞争激烈,各品牌4S店在销售汽车时,给顾客的实际成交价远远低于厂家指导价。为避免恶性竞争带来价格失控,很多厂家会定期对4S店的最低成交价进行严格控制。优惠置换属于4S店内业务,因此无论从服务还是优惠角度来讲,都比较吸引人。关键在于估价,这点对于购车者存在一定的风险。

比如一辆2004年上牌的POLO车想折价置换新车,在不同4S店被评估的折价相差就甚大。就算同一位估价人员,对一辆2003年上牌的低配POLO车,在车况、保险、养路费等行业杂费相等的情况下,其评估价也有可能高出前者3000多元。如果按照正常的标准化评估,同一辆二手车的估价,不同的经纪人出的

结果应该相差不超过1000元。因此,消费者在置换时得多留个心眼,小心评估公司借着你买新车的兴致,把你的旧车来个低进高出,赚取不菲的差价。

反过来,很多新手出于磨合车技考虑,往往喜欢去淘一些二手车来开。在石祥路申浙4S店车库内,笔者看到很多置换来的旧车,这些车是要放到二手车市场里卖的。置换收车与一般二手车交易不同,新旧置换过程中卖出新车本身能够实现一定的利润,所以,经销商现在收来的二手车在卖的时候保本就可以。

在这里要提醒新手们另一个风险:仅仅靠网上或媒体以往的二手车龄判断手法,已经难以识破少数利欲熏心车商的伎俩了。

黄先生日前从杭城某二手车商这里拿下一辆GL8商务车,开起来发现这辆车的车况明显不像是辆才跑了10万公里的车。他怀疑二手车商做了手脚,请了汽车专家来检验,被告之根据车况判断应该是超过20万公里的车了。谁知黄先生找二手车商理论时,对方不慌不忙地拉着他去了上海通用4S店,早已暗中沟通好的驻店评估师信誓旦旦地表示:此车就是才开了10万公里。黄先生只能吃个哑巴亏。

更有甚者,笔者在淘宝网上看到有公开叫卖的大众“帕萨特宝来系列”全新多功能仪表,卖家在网上留言道:“安装后能随意调整公里数……”

熟悉大众品牌汽车维修业务的技师表示,这种新仪表总成安装后,确实能通过电脑专用仪器重新设置里程表公里数,他在平时也见过装这种新仪表的大众品牌车。

所以,在目前的旧车评估过程中,很多评估师已经不再单纯地靠公里数来判断,而是较为直接地向车主了解这辆车的上牌年份。

## “精英”上市惹“火”三菱戈蓝

通讯员 陈彦韬

三菱戈蓝在惨淡的7月车市突飞猛进,“火”气冲天。在戈蓝精英型的带动下,戈蓝全系整体呈现4-5倍日销量的增长,部分区域的日销量较同期甚至出现了600%的增长,市场前景相当乐观。

7月10日,东南三菱宣布上市第三款戈蓝车型——2.4L精英型,对天窗等个别配置精心调整后,以16.98万元的“冰镇”价格浇头淋下,让整个中高端车市人心大快。据东南三菱经销商反映,戈蓝表现出的高性价比吸引了不少消费者到店打听这款车。随着人气的暴涨,各地经销商纷纷借势推出了各种优惠措施,对戈蓝旗舰型和尊贵型两款车也做出了不同程度的大幅优惠。这一系列精心布局的营销动作,让戈蓝在持续下滑的中

高级轿车市场中异军突起,步步高。

笔者在经销商处了解到,除了精英型的订单不断外,不少消费者在现场试驾,权衡了经销商的夏季优惠活动并对三菱戈蓝的旗舰型和尊贵型性价比高度肯定,决定提走旗舰型或尊贵型现车。

**相关链接:**借三菱戈蓝精英型上市的东风,目前,浙江康达汽车工贸有限公司在各地的展厅正趁热打铁,对三菱戈蓝尊贵型和旗舰型推出各式的夏季促销活动回馈客户,而与顾客分享成龙成功荣誉的“与龙共舞,巨星礼遇赏车会”也还在各经销商店如火如荼地进行,戈蓝的旺盛人气和销售增势还在继续沸腾。



## 全新 Jeep 指南者 9 月入市

以“时尚现代”为基本设计理念的Jeep家族新成员Jeep指南者将在今年9月登陆中国市场。这款融入了更多时尚元素的都市SUV,将引领Jeep品牌参与中国紧凑型SUV(运动型多用途车)细分市场的竞争中,为Jeep品牌吸引全新的消费群体。

作为Jeep家族的一员,Jeep指南者依然保持了Jeep品牌经典纯正的血统,标志性七槽格栅、圆形大灯和梯形车轮开口等造型都是

Jeep家族经典特征的体现。同时,Jeep指南者的一些现代设计风格则对传统造型进行了现代化的演绎。

Jeep指南者车身融入了更多流线型的时尚元素,整体外观洋溢着新颖、动感的现代气息。其中,全新的轮廓具有大幅度向后倾斜的前窗,富有表现力的发动机罩和宽阔的保险杠,为Jeep指南者赋予了现代和高性能的外形。Jeep指南者的侧面采用了极具雕塑风格的挡泥板

造型,对传统的Jeep梯形轮廓拱扩口进行了新颖和动感的演绎。充满魅力和非常宽敞的Jeep指南者内部融合了功能性风格、舒适性和多用途性。

克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司总裁兼首席执行官艾思孟说:“Jeep指南者为Jeep品牌展现了全新的设计风格,为消费者提供了现代、时尚而紧凑精致的Jeep汽车,同时仍然具有Jeep品牌内在的可靠性和鲜明特点。”

据了解,Jeep指南者只是Jeep品牌全球扩展计划的一个组成部分。根据这一计划,Jeep品牌将从2005年的三款车型扩展到2007年的七款车型。随着Jeep品牌车型的不断引入,Jeep品牌的竞争力将会拓展到更广泛的领域,勇于创新的品牌内涵将为Jeep品牌争取到更大的竞争优势,在中国市场重新赢取王者地位。



## 威志三厢首度亮相

刚刚征战完长春车展,并取得现场销售优异成绩的天津一汽,又在8月2日至10日参加第十届哈尔滨国际汽车工业展览会。天津一汽作为独立参展厂商之一,携旗下夏利、威志、威乐三大品牌与当地消费者进行互动,其中威志三厢更是首度亮相哈尔滨车展。

作为中国经济型轿车的摇篮,有着120万辆车的社会保有量,天津一汽21年来之所以能够长盛不衰,主要

得益于其坚定实施自主创新的发展战略,其造车理念的核心就是以实用性、可靠性为原则,不盲目追求不切实际的高技术、新装备;既强调技术的进步、产品的创新,力求做到不落伍于时代,满足消费者不断提高的需求,又要最大限度地贴近普通消费者的实际承受能力和使用水平,将实用、可靠、经济、方便的“平民”特性演绎到极致。

威志轿车的推出就是这一理念的典范之作。该车型不仅融入了天津一汽21年专业造车经验,集成了大量世界先进技术,在安全性、操控性、可靠性、舒适性等诸多方面也进行了全面创新,是中国自主品牌第一款全面通

过权威机构认证的“正碰、侧碰、后碰以及偏置碰撞”等多项安全试验的轿车。今年6月上旬,5000台威志轿车已成功出口俄罗斯,由此拉开了天津一汽大规模进军海外市场的序幕。同时值得一提的是,首次召开的“中国俄罗斯汽车贸易论坛”将开辟直通俄及欧洲贸易的新通道,将为中国汽车发展史抹上浓重华彩,而恰巧与威志的出口事件相得益彰。

此外,素有“省油大师”之称的夏利轿车也将在车展展示。夏利N3和A系秉承“省钱、省心、省时”的三省理念,通过多年不断的改良和创新,时尚与经济并重的风格已更加符合现代消费者的需求。

