

“置换”是块肉骨头，有肉也有硌牙的骨头

□ 何 羽

“旧车置换”由来已久，全国各地如雨后春笋纷纷涌现，早在几年前东莞就已经出现，但从未像现在这么疯狂过。原车置换，单就字面上的意思而言，即指一辆旧车可以照原车价卖出去。这足以挑起消费者的兴趣点，但这种原车置换有很严格的条件限制，一般要求旧车的车龄在3年、5万公里以内，未发生过重大事故。同时，能够置换的车型、数量非常有限，而且原有的优惠会取消。

“置换”是块肉骨头，有香喷喷的肉，也有硌牙的硬骨头，是吃到肉还是硌到牙，就看你怎么啃。目前，在东莞一些经销商中，二手车置换在新车销售中的占比为20%—30%左右，而在首都北京，这一占比达到了六成。由此可见，二手车置换的潜力还非常大。

置换所带动的新车销量仅仅是开始，旧车消化渠道、置换后的一系列后续服务才是关键。

“原车置换”是换汤不换药

6月下旬，东莞车市首现“旧车原车置换”，引起阵阵涟漪。原来，为促进新车销售，东莞各车企纷纷推出“二手车置换”业务，并成立专门的“二手车部”，提供相应的服务，比较抢眼的眼球的“旧车原车置换”更是有着巨大的诱惑力。

其实这并非东莞首创，笔者之前在其他珠三角城市也听到过这样的促销名目，在当前车价不断走低、常规促销难以奏效、经销商“卖多亏多”的车市环境下，车商火拼二手车置换市场，在“以旧换新”业务上大做文章，无疑多了条更灵活的出路。但问题是，这样的“旧车原车置换”是否足够令人心动？想必大部分消费者如笔者一样，最初看到这个，心头一阵激动，手头的车用了两三年，少说也蒸发了车价20%—30%的资产，为何不置换新车呢？但仔细寻思一番，就会发现其中不妥之处。“旧车原车置换”不过是“换汤不换药”，没有真实惠。

首先，可以置换的新车并非品牌全系车型，大多为指定车型，或是库存车，或是高配版，总有一些细节与你想象的不一樣。即使置换的车型可以接受，在提车时还得注意认真检查新车车况。其次，尽管

打出的是“旧车原车置换”，但重利商人不会算错账本，对旧车也会有一定的限制，几年车龄的旧车才能入围打听清楚。一家4S店透露，其旧车必须未满三年且行驶里程不超过五万公里，车况优良无事故，如之前发生过大修之类的，可递减折扣回购，客户补齐差价即可换购新车。你家旧车未达到以上条件，可就要靠边站了。

“吸金术”轻易学不来

7月1日起，广州新限牌令正式实施，有效期为5年，给在低潮中徘徊已久的广州市市迎来了戏剧性的结果，各品牌经销商不约而同推出“以旧换新”和汽车金融相结合的促销活动。进入7月，广州市掀起了“置换”热潮。但对于东莞车市而言，置换促销政策缺少天时和地利两味“药引子”，颇有“在错误的时间遇见对的人”的意味。以一汽丰田广州番禺某金牌4S店为例，其实去年6月该店也已推出过“旧车原车置换”的活动(限量50台新皇冠)，但其收效无法与新限牌令颁布后同日而语。

“旧车原车置换”本是破釜沉舟的无奈之举，一线城市销售任务居高不下，库存的大排量或高端车型财务成本高得吓人，与其每天坐看利息“滚雪球”，很多经销商选择折本放手一搏。但不是每个人都有“三脚猫”的运气。“原车置换”或许能吸引消费者眼球，但能否成为东莞汽车经销商的“吸金术”，则有待市场为他们“卜一卦”。

天上不会掉馅饼

前段时间回老家——一个被汽车厂商定义为三、四线城市的地方，表弟很兴奋地告诉我，他目前正在用的那款汽车品牌4S店正推出“全价置换”活动，他打算去了解一下，可以的话换掉旧车。但表弟的兴奋很快被我的一席话浇灭了。我帮他算了一笔账：你的旧车折价大概为2万元，而新款新车的优惠价都有2万元，如果你享受“全价置换”，就没办法享受购车优惠，这两项一抵消，你一点便宜没捞着。表弟掐指一算，果然如此，只好暂时取消换车计划。



“全价置换”并不是新鲜事，早在几年前，就被众多豪华品牌所采用，大抵是因为豪车的利润空间大，价格政策灵活，因此消化那点折旧费并非难事。如今老树开新花，“全价置换”在今年上半年的汽车市场大放异彩，被众多汽车品牌所采用。

“全价置换”究竟是车商冲量的无奈之举，还是一个华而不实的营销噱头，消费者并不得而知，但其背后是车商严苛的游戏规则。对于前来置换的二手车，车商通常对车龄、车况、车型限定严格，如年限不超过3年、行驶里程不超过5万公里、无发生重大交通事故等，有些还对品牌和车型有所规定，有些保值率相对差的车型难免遭受歧视。这样一筛选，符合置换条件

的二手车所剩无几了。同样，被置换的新车大多是上市时售价过高、随后又大幅降价的中高级车，降价优惠是不能同时享受的，而且消费者还要被强行接受豪华版、加配精品等。仔细算一下，其实“全价置换”与“一般置换”就是个等量代换的方程式，综合下来，两者都差不多。

众所周知，现在经销商卖车利润低，很多都是赔本卖车，如果这样动辄几万元地赔，即使有售后填补，恐怕也没有几个车商有这样的实力支撑。我们不能苛责车商的虚假宣传，毕竟从政策上解释他们是无懈可击的。消费者只需理性地认清一点，天上没有掉馅饼的好事，任何一个宣传口号，只是一个营销行为。

行业观察

车市上演“小时代”大战

□ 朱 钦

全新威驰近日在北京正式展开上市前的预热之路，同时全新YARIS也将在年底投放市场。丰田在华小汽车计划已是磨刀霍霍。可以说，南北丰田两款小汽车将接上半年全新福康的方向盘，进一步搅热中国小汽车市场。

但不容乐观的是，随着国内汽车消费不断升级，以及小汽车整体产品力匮乏，国家支持政策撤出，小型车的市场份额从2009年开始一路下滑，2013年年中，小型车的市场份额更是低至12.5%，相比峰值的16.2%，降低了近4个百分点。微薄的利润、运营的艰难使众多小型车企叫苦连天。

今年以来，不少主流车企开始改变小汽车定位，进一步向年轻市场靠拢。其中年初的全新福康不仅在外观、性能上向年轻人“示好”，而且推行“福康直通”服务，购买新生代福康，首款仅需裸车价20%，最低1.7万元起。而在上海车展上亮相的全新威驰与全新YARIS同样以年轻、个性、运动的冲击力，给年轻消费

群体带来脱胎换骨的产品感受。

在主流车企新一轮狂轰滥炸之下，小汽车市场有望加速复苏，令中国车市进入“小时代”。

跨国车企“豪赌”中国小汽车市场

目前，小汽车在世界各地表现不俗。日本去年的产销规模为600万辆，中国去年的销量都占40%—50%。欧洲小型车销量占到70%，在欧洲的大街小巷，几乎都是小型车的天下，如果开大会，会遭到同事和邻居的指责。而在中国，快速增长的汽车保有量使得社会压力、环境压力日益凸显。交通拥堵极大地增加了人们出行的负担和时间成本，而停车难则让车主们在出门前就开始找车位，持续的雾霾更是严重地影响了大众的生活质量，能源危机、PM2.5爆发……这一切都警示汽车行业亟待做出调整。今年两会期间，全国人大代表、东风汽车公司董事长徐平就建议，出台政策鼓励汽车厂商多设计、生产节能、环保、轻量型汽车，倡导

百慧多买小汽车，少用大车；同时在汽车制造环节提高科技含量，强化材料循环回收和利用。

正是意识到小型车是大势所趋，很多车企、尤其很多重量级车企都开始着力于小型车的投入。在不久前结束的上海车展上，诸多品牌就携多款小型车亮相，如东风日产新生代福康、丰田新YARIS、新VIOS、长安福特福克斯ST、MINI JCW等等，宝马更是于近期曝光了一款基于UKL1平台的小车。

诸多车企如此“豪赌”中国小汽车市场，其赌注无疑是该市场将来的高速增长。而丰田中国本部部长大西弘致所说的“眼前必须着急要做的一件事情，就是小型车如何能够强有力地推出”，更是一语道出其迫切性，小型车已经成为未来车企发展的重点。

车市场将青春逼人

对小型车市场最为重视的车企恐怕是丰田。上海车展上，丰田中国发布了小型车战略，宣布将弥补小型车短

板。全新VIOS及全新YARIS是丰田小型车战略的最新产品，在研发阶段以中国员工为主，针对中国消费者需求进行了大量调查，还通过了中国各种路况测试。

豪车品牌的下探、小型车领军企业的回归，让小型车市场颇有些百花齐放的感觉。不过仔细分析，在经历了低谷之后，小型车市场和中国消费者也在不断成熟，小型车比拼更多的将是技术、质量、营销、品牌、服务乃至汽车生活方式的综合较量。

不过，也有一些车企的表现令人欣慰，如北京现代、上海大众、东风日产等，他们通过多年的积累，凭借技术上的不断改进和产品上的不断创新，生产出瑞纳、POLO、福康等符合中国消费者口味的优秀车型，得到市场的一致认可。

事实上，小汽车市场将在今后一段时间散发出逼人的青春气息。这股青春潮也将为小汽车市场提速，进一步迎合年轻一族的需求。



科技日报讯(记者李萍)继深圳、南京两站之后，日前，以“特别的关爱特别的你”为主题的2013沃尔沃汽车儿童安全健康日活动济南站成功举办。三站活动中，沃尔沃不仅邀请当地知名儿科专家就空气污染

沃尔沃推动儿童安全座椅普及率

及车内空气质量对儿童的影响等话题与现场嘉宾进行互动交流，更请来中瑞交通安全研究中心主任汉森·奈斯先生分享沃尔沃儿童安全座椅及沃尔沃空气质量解决方案等先进技术，为当地家庭带去沃尔沃“特别的关爱和关怀”。

汉森·奈斯先生表示：“安全与环保是沃尔沃的DNA。在儿童安全领域，沃尔沃拥有40多年的研究经验，并始终积极推广儿童安全座椅的正确使用，以降低儿童车祸伤亡率；同时通过沃尔沃空气质量解决方案为儿童提供“北欧般的健康车内环境”。”

为解决需要不断根据孩子年龄选购座椅的问题，

沃尔沃研发设计了转换式安全座椅。这是唯一一种能够根据孩子的年龄而调整位置的安全座椅。在孩子一岁前座椅可以朝向车的后部，之后就可以将座椅调整到向前。而对于3—4岁以上生长发育较快但还不能使用成人汽车座椅的儿童，带安全带的增高坐垫则可以给孩子带来更好的保护。除此之外，沃尔沃所有座椅应用最先进科技，均采用符合国家标准的环保材质，为儿童提供安全与健康的全方位保护。

儿童并非缩小版的成人，其身体各部位机能尚未发育健全。根据成人身体标准设计的汽车安全带、安全气囊等防护措施不仅不能给儿童乘员带来保护，还

会构成极大的安全隐患。因此，沃尔沃提醒车主父母：儿童在车内无论高速还是低速都必须束缚在儿童座椅上，当事故发生时任何措施都不及儿童安全座椅更能够避免对儿童的伤害，正确使用安全座椅或增高坐垫能够使事故发生时儿童的死亡率下降80%，而使用后向式安全座椅更能够降低死亡率至90%以上。

伴随着2013沃尔沃儿童安全健康日活动的精彩落幕，儿童安全与健康理念走进了更多的家庭。暑期来临，沃尔沃儿童安全座椅将为家庭和儿童的出行增添多一份安全保障，为小朋友们带来更加快乐而平安的暑期生活。

中航工业建设国内最大的分布式光伏示范项目

□ 实习生 吴 思

7月30日，中航工业集团400兆瓦分布式光伏发电示范项目首批20兆瓦项目在石家庄启动。这是自7月15日国务院《关于促进光伏产业健康发展的若干意见》出台以来，首个启动的大型分布式光伏发电示范项目，也是目前规模最大的分布式光伏发电项目单体工程。

据了解，项目总规模为400兆瓦，总投资约58亿元，建设周期三年，全部利用中航工业集团分布在北京、上海、河北、辽宁等11个省20个城市的厂房和其他建筑物屋顶建设。项目将按照日照条件、厂房规模、基础电价等情况，分四个批次推进。2013年将力争完成安装60兆瓦规模，到2015年全部完成。

中航工业表示，此项目的成功开建正是中航工业积极响应国家号召支持正处在困境中的我国光伏产业发展的表现，作为中央大型企业有责任支持国家战略性新兴产业的发展。

近日，一系列支持国内光伏市场开发应用的利好政策相继出台。7月15日国务院下发的《关于促进光伏产业健康发展的若干意见》指出光伏产业具有巨大的发展潜力，规划全国光伏产业发展未来。财政部也发文明确国家对分布式光伏发电项目按电量给予补贴，促进国内光伏产业发展。

“随着国家各项支持光伏产业发展的政策出台，光伏

电站已经成为一种经济性较好的商业模式。”项目开发方中航惠利总经理梁田介绍说，“整个项目按照‘自发自用、余电上网、电网调节’的方式在全国20个城市的厂区内建设，在20年内享受电量补贴，实现闲置屋顶资源的有效利用，形成新的经济增长点。”

安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

用，形成新的经济增长点。安全、清洁、无污染的光伏发电正在逐渐成为全国范围内成熟的、主流的可再生能源来源。该400兆瓦分布式光伏发电项目(按照三类日照即日均有效日照3.5

行业动态

公务用车采购新政利好自主品牌

科技日报讯(胡静)“双18”新政将带来公务用车采购市场的洗牌效应，北汽、一汽、上汽等自主品牌企业将迎来重大利好。

此前，国家工信部发布《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》，规定“一般公务用车和执法执勤用车发动机排量不超过1.8升，价格不超过18万元。”这份关于公务用车采购的新政策被业界称为“双18”新政。为了抢公务用车市场“蛋糕”，目前国内多家厂家正在积极调整方案推出符合政府采购的车型。为了满足公务用车对舒适性的需要，北汽绅宝将轴距加长52mm，达到2755mm，使后排空间显著增加。在减噪、减震、私密性方面绅宝也进行了大幅度的提升，如BOSE音响系统，出色的音质堪比“移动的音乐厅”。博世的ESP.0车身搭载了动态电子稳定系统等高科技配置，尽显绅宝对舒适性和安全性的高度重视。

雷诺将推两款全新SUV

科技日报讯(张雅维)雷诺中国执行总裁陈国章日前表示，雷诺中国将引入多款跨界车型以应对竞争激烈的SUV市场。此前，雷诺仅凭科雷傲一款车型取得了一定的市场地位，但显然雷诺需要通过规划更多新产品来赢得更大的市场份额。

未来几年，雷诺中国计划为中国市场进口大量的新产品，拉开整个产品线为其产品赢得各方面的竞争力。未来五年，将会有10款新车陆续到位。2014年，雷诺中国将推出两款全新SUV车型，均为小型跨界7座车。而针对中国市场日益火热的小型SUV市场，雷诺也已着手布局。据悉，这款全新小型SUV将定位于跨界SUV，搭载1.4L、1.6L小排量引擎。此外，这款车未来还有望搭载与Clio相同的双离合变速箱，其或将成为雷诺在华技术升级的开端。

从800台到3万台，雷诺中国只用了4年左右的时间，这离不开热销车型的贡献，尤其是大约占据了总销量80%的科雷傲。但在竞争激烈的SUV市场，单靠一个产品具有很大的风险。因此，在2013年风潮、科雷傲、纬度等车型迎来改款升级的同时，雷诺中国在未来几年中更多全新车型的导入则更为关键。

华泰宝利格丰富配置傲视同侪



科技日报讯(冯辉)为满足不同消费者的需求，华泰汽车不断在SUV市场发力，相继推出宝利格智汇版、智尊版、智悦版等车型。宝利格拥有同级最主流的丰富配置，全系装有多功能真皮方向盘、智能语音导航、定速巡航等多项智能豪华配置，充分满足了车主对于驾驶舒适性及便利性的需求。

作为宝利格的旗舰车型，宝利格智尊版还配备了领先的TIVI 3G车载智能决策系统，不仅能给驾乘者提供实时导航、影音视听等常规功能，更可借助3G网络实现车机、手机智能互联，创造全新智能化3G汽车生活享受。安全配置方面，宝利格拥有倒车雷达、3点式安全带、ABS和EBD防抱死刹车系统等安全配置，全面保障行车安全。宝利格智尊版在同级车型中率先装配ESP和TCS系统，极大提高了车辆的安全性能。同时，倒车摄像头、电动折叠后视镜、6安全气囊(前排气囊、前排侧气囊、侧安全气帘)等，将主被动安全防护做到极致。

上半年公路货运量增长

科技日报讯(陈建文)交通部日前公布的上半年交通运输经济运行情况显示，客货运输总体平稳增长，部分指标增速放缓势头减弱，企稳迹象。公路水路交通投资回暖，结构继续优化。中国物流与采购联合会指出，6月份中国物流景气指数为53.1%，比上月小幅回落0.1个百分点，回落幅度收窄，意味着物流业经济仍然运行在平稳较快的适度区间。

数据显示，上半年全社会客货运量(铁路、公路、水路)及旅客周转量分别为195.5亿人次和14813亿公里，同比增长5.6%和6.4%。客运结构有所调整，铁路旅客发送量增速较去年同期提高6.7个百分点，民航旅客运输量增长10.5%，公路客货运量增速回落3.3个百分点。

上半年全社会货运量(铁路、公路、水路、民航)及货物周转量分别为208.8亿吨和84369亿吨公里，同比增长9.6%和3.8%。但铁路货物发送量下滑2.8%，1—5月份铁路煤炭发送量下降5.7%。公路水路交通投资回暖，上半年完成固定资产投资596亿元，同比增长9.2%(去年同期下降6.2%)，其中一季度下降1.4%，二季度增长14.6%。上半年铁路固定资产投资为2159.31亿元，同比增加21.5%。