

超七成用户买卖二手车会上互联网

“用户买卖二手车会上互联网，网民通过互联网二手车交易平台，售卖二手车的渗透率达75%。”这是中国汽车流通协会日前提供的《互联网用户二手车消费者研究报告》披露的信息。协会副秘书长罗磊介绍：他们调研了2000个网民所取得的样本显示，出售二手车的卖家，76%选择互联网二手车交易平台；购买二手车的买家，75%选择互联网二手车交易平台。

互联网吸引力正在加大

样本显示，网民认可互联网买车的理由：54%的人认为车源多，49%的人觉得车辆价格合理，48%、44%和41%的人分别感到服

务有保障、买入流程简单、操作周期短成交快。网民在互联网卖车的因素：认为流程简单的60%，车辆价格合适的52%，提供保卖服务、能保证顺利将车辆卖出和交易网站APP操作方便的51%，操作周期短、成交快的50%。互联网平台买卖二手车的吸引力逐渐加大，吸引力正在增强。

二手车网民买家的特征

购买二手车用户，男性占95.3%；年龄偏重在青壮年，18-35岁的占81.9%；家庭结构多为核心家庭和夫妻家庭，28.1%为核心家庭、26.6%为夫妻或情侣家庭、19.7%为未婚或独居。

购置状况，60.7%为新手首

购、20.5%是置换、15.9%属添置；买主驾龄，1年内的27%、1-3年的22.5%、3-5年的16.5%、5-10年的17.4%，四项合计83.4%。

车系品牌车型喜好程度

二手车买家对车系、品牌、车型的喜好，中系国产品牌车型占34%、德系21%、日系17%、美系11%、韩系和法系分别为10%、5%。虽然中系国产品牌车型占二手车成交的主体，但线上线下交易比例并不高，线上线下交易前5名中，仅有五菱品牌车型。线上交易前5名为POLO、凯越、福克斯、五菱宏光和科鲁兹，线下交易前5名有捷达、五菱之光、凯越、雅阁和奥迪A6L。豪华车买家多数集中

在北京、上海、广州、成都和南京。

价格呈现两头高中间低

二手车买家对价格的敏感度，呈现两头高中间低，地区差异也明显。10万元以上占22%，其中一线城市占28%；3万元以下占21%，其中一线城市不足18%。7万-10万元占17%，其中一线城市也是17%；5万-7万元占17.0%，其中一线城市也是17%；3万-5万23%，其中一线城市20%。

三档价位中最受欢迎的品牌车型是：10万元以上，有凯美瑞、宝马5系和别克GL8；5万-10万元，有福克斯和卡罗拉；5万元以下，有凯越、POLO和五菱宏光。

张伯顺

今年车市负增长已成定局

日前，中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示，11月份汽车经销商库存预警指数为75.1%，环比上升8.2个百分点，同比上升25.32个百分点，这个数据已创2013年开始发布库存预警指数以来历史新高。截至11月，2018年的预警指数已经连续11个月在预警线之上，这也是多年来首次出现。流通协会预计12月仍会是高位，所以2018年可能成为首次出现全年度预警指数全部在收缩区的年份。从目前形势来看，2018年汽车市场负增长已成定局。

流通协会当期调查显示，库存预警指数居高不下的原因主要在于以下几大方面：一、受经济大环境影响，汽车市场整体需求量降低；二、经销商集客量下降，到店人数减少；三、部分消费者观望国六车型，等待国五降价；四、临近年底，来自于厂家的压库使得经销商库存压力进一步增加；五、资源车商的跨区域销售对授权经销商体系形成价格冲击。

今年以来，经销商库存始终高居警戒线之上，尤其是“金九银十”两个月的库存指标仍延续上升态势，这让车企和经销商在传统旺季降库存的愿望落空，年底销售压力骤增。不少经销商新车业务已出现价格倒挂现象，经销商的利润降到冰点。9月以来经销商库存预警指数连续3个月环比上涨，经销商压力相对此前明显增大。据中国汽车流通协会预测，在接下来的12月份，市场需求将与11月基本持平，依然比较低迷。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，从经销商层面来看，12月份销量同比下滑幅度或达20%，2018年全年比下滑幅度或达5%。

李永钧

荣威RX5限时送税

为庆祝销量突破50万大关，上汽荣威近日推出限时大促活动，为准车主们送上高达6亿元的购置税补贴：即日起至12月31日，购买荣威RX5 2019款铂金系列任意车型的用户，就可获得荣威赠送的全额购置税补贴。

除获赠全额购置税外，购买RX5铂金版的用户还以享受“2年0利率或5年超长贷”“5年或10万公里延保”的优惠政策。另外，购买智能网联车型的用户，还能享受基础流量、基础服务终身免费的福利。

荣威RX5铂金系列自上市以来备受追捧，共推出6款车型，实现4大升级，包括全新律动设计展翼格栅、矩阵式全LED大灯等。

长安马自达推出7座SUV旗舰

12月7日，长安马自达正式推出大7座SUV旗舰马自达CX-8。新车售价为25.88万-33.08万元，全系包括两款两驱、两款四驱车型。

CX-8以“魂动”美学，带来优雅观享。其车身长达4955mm，轴距长达2930mm，傲视同级。新车搭载马自达创驰蓝天2.5L发动机和6AT变速箱，马自达智能四驱系统能够精准检测时刻变化的路况，感知驾驶员意图，实现随心所欲的自如操控；“加速度矢量控制系统”则能在高性能、轻量化的创驰蓝天车辆底盘的配合下，达到高超的行驶稳定性和



优异的驾乘舒适性。

新车搭载了“马自达智能安全辅助系统”，在确保出行安全的同时，让驾驭更加轻松。兼具

轻量化、高强度与安全性的“创驰蓝天车身”则是在被动安全方面的实力屏障，可以有效降低碰撞对乘员造成的伤害。 潇潮

荷尔蒙不等于躁动 更不是噪音

——是什么决定了名爵HS动与静的完美结合



在衡量一款车的高级感时，很多人过多地强调动力的充沛、换挡的柔顺，或者是车内饰用料的考究，而往往忽视汽车的声音，通俗一点讲，发动机声音是不是悦耳，行驶时车内是否安静，是否影响车内人相互沟通或者聆听音乐等等。

关于声音的一切，在汽车界称为NVH，指的是Noise噪声、Vibration振动和Harshness声振粗糙度，是衡量汽车制造质量的一个综合性问题。它给汽车用户的感受是最直接和最表面的，也是考验品牌设计、用料良心的重要方面之一。豪华品牌都在NVH静音工程不惜下血本，目的是降低噪声和异响。



在这方面，名爵HS的NVH表现可圈可点，已成为其优异品质中的一张王牌。不少车主反映，与同级车相比，名爵HS怠速安静、行驶静谧、加速带劲，带来了比肩豪华车的高级感和舒适感，让年轻人荷尔蒙爆发的同时不失个性，有激情却不莽撞，荷尔蒙不等于躁动更不等于噪音。

那么，名爵HS是怎么做到动与静完美结合的呢？

车内静谧 比肩豪车

车主陈先生是一个爱读书的年轻人，10月份刚刚买了名爵HS，两个月的用车体验，最令他惊讶的是，“车子开起来太安静了，感觉比图书馆还安静。”

名爵车主曾做过分贝测试，白天魔都闹市区约为70分贝，此刻人与人的正常沟通需要60分贝。正常情况下，图书馆的分贝值约为40分贝，如果此刻需要沟通，也就是窃窃

私语一下，分贝值约为30。但是，名爵HS在怠速时，车内分贝值仅为36.5，比图书馆还安静。即便是时速60公里，车内也不超过57.3分贝。车主们感叹，名爵HS的静谧性完全不输于豪车品牌。

声音躁动起来容易，降下来却很难，降一分贝付出的代价与升一分贝的代价并不相等，这有点类似于2克拉的钻戒价值并不是1克拉钻戒价值的两倍那么简单。然而，名爵HS做到了，也得到了车主们的认可。

在设计之初，名爵HS就有了独到的降噪策略，让噪声消失掉、好声音留下来，如降低发动机声音、增加发动机舱的吸音能力、提升前围隔音能力、优化乘客舱的声学环境等。而这些，在上汽NVH实验室内，名爵HS还必须经受住“声优”工程师们的气密性、车内振动、电机喇叭声量等



各种测试。工程师们的标准很简单，就是要“Sound tuning”，确保噪声做到足够静，同时发动机、关门声做到有“质感”。

比如在总投资超过1.2亿元的四轮转鼓半消声试验室，精密仪器能模拟实车在所有路况下的行驶速度，测试出整车车内振动和系统的噪声特性。以关门声为例，通过对车门锁体静音设计、门板造型、门柱刚度等方面进行改进，最终得到厚重的关门声。

静音材质 不惜血本

有了NVH大数据，怎样才能做到实车真正的“声优”，也是对汽车制造厂家的一个巨大考验。降低噪音的材料，很多是在消费者眼睛看不到、双手触摸不到的地方，不少厂家为了降低成本，往往选择偷工减料。而上汽名爵加大了成本投入，为HS打造出一家一般安静与舒适的车内环境。

在发动机舱吸声上，名爵HS采用双液压置方案，充分吸收来自发动机的震动；整车隔音材料覆盖率达95%，与豪华品牌看齐；地毯吸音垫厚度增至25mm，超过主流合资车型；前风挡玻璃增加隔音PVB膜，并辅以三边隔音防噪条降低风噪，后玻璃厚度4.0mm，领先市场主流合资SUV车型。

作为一辆能激发荷尔蒙的车型，名爵HS的澎湃动力，做到了一脚油门等于一次荷尔蒙爆发。然而，很多人厌恶噪声，尤其是在夜深人静时，发动机的一次启动可能会影响到周边人的休息。为了让荷尔蒙的爆发更有声量保障，上汽工程师们为名爵HS添加了阻抗复合式消声器，它能宽频带内吸收声波，控制整体消音水平，调整各种抗性结构，给车主需要的声音，呈现出躁动却不带来噪声的完美场景。