

记者 张頔 济南报道

用了10年的车
里程还不到1.2万公里

11937!当我把开了10年的车停放在4S店门前,里程表上的数字定格在11937公里。一辆汽车,10年开了不到1.2万公里,估计能冲击一下“10年里程最少”的纪录了——因为单位和家离得很近,平时上班用不着开车。

回想一下,当初买车的念头始于2014年——有了孩子之后。“买车就等齐鲁车展”,在2015年4月份的春季齐鲁车展上,按照当时我的购车定位——方便停车又省油,紧凑型小排量自动挡的合资品牌——买了一辆起亚k2。车展上买车确实挺优惠,裸车价格才7.2万,升级了一些其他配置,加上税费保险,也就花了九万多元钱,性价比还是挺高的。

因为上下班不用开车,所以这辆车的主要用途,能以另一个汽车品牌来概括——那就是“探岳”——岳父母住在聊城,两家相距120公里,自驾2小时就能“门到门”。除了往来于济南聊城,这辆车在济南去得比较远的地方,也就是遥墙机场、雪野湖,以及位于章丘的济南植物园、野生动物园等地了。

买车5年后,里程跑到4318公里。这是什么概念?一个全程马拉松是42.195公里,这大致等于用5年跑了100个马拉松,平均下来,一年20个马拉松。尽管开得少,但探亲旅游“说走就走”,也承载了家庭的幸福和快乐。

**逛展半天看遍各种车型
还有智能体当“推荐官”**

2024年年底,眼看这辆车要满10年了,我们也有换车想法。因为家里的两个男孩都成小学生了,一家四口开车出行没问题,但要是带上老人,就太挤了。另外,过了10年的使用期限,二手车估价也会有明显下调,所以“等到春季车展,换辆7座新车”,成了2025年开年就有的家庭计划。

既然有了购车计划,首要的就是挑选车型。家有二孩四老,除了7座车,中年人还能有啥选择?于是,7座燃油车就成了所需车型。锁定购车方向之后,还是有不少车型可供挑选,比如别克GL8、本田奥德赛、现代库斯途、广汽传祺M8等等。然而,这样一家店一家店去逛,实在是耗费时间,还是等到齐鲁车展,去现场比较吧。

2025年4月10日,齐鲁春季车展开幕,借着采访机会,我来到二环西路的山东国际会展中心。按照提前做好的功课,我把几个中意的车型挨个观摩了一遍。对消费者来说,用半天时间就能把想看的车型都看遍,我觉得这是齐鲁车展最大的便利——东南西北逛三天,不如车展看一圈。

把中意的车型都看了一遍,还真有点挑花眼的感觉,反而有些“选择困难”了。“遇事不决问AI”,今年车展推出了国内首个车展交互智能体,作为私人AI车展顾问,可以通过大数据分析和智能交互功能,帮助消费者答疑解惑。

“车行齐鲁”微信小程序里

车展换车记

记者亲历:「一口价」优惠究竟有多大

“买车就到齐鲁车展!”山东的车主都知道,每年春秋两季各举办一次的齐鲁车展,是购车的最佳时机。2015年春季车展,我买了人生的首辆车。如今10年过去,借着采访2025年春季车展的机会,我以旧换新,开回家一辆7座新车。



库斯途“焕新一口价11.98万起”让人心动。

车管所选号。

也内嵌了车展智能体,我进入AI对话页面,让它推荐一款7座燃油车。答案马上就出来了:北京现代库斯途。好,那就它了!

车展优惠“一口价” 力度究竟有多大

选定了车型品牌,下面就进入谈价阶段了。10年前在车展买车时,同事就对我说,“车展上基本就是近期最低价了,不用额外托人找关系。”确实,在本届车展上,到处能看到“一口价”“限时特惠”的标语,提振消费的氛围立马烘托起来了。

本届车展的主办方携手13大汽车品牌,联袂打造了“2025齐鲁春季车展·万人大团购”活动,一进入场馆就能看到VIP专用通道。在“齐鲁车展”抖音直播间提前购买VIP电子门票的消费者,可以解锁车展现场五大VIP特权,包括车展入场、精美签到礼等,可在展台专享销售顾问VIP服务,一对一解答,以及专属VIP的展车参观和试乘体验。

比亚迪唐DM-i限时一口价16.48万元起、星途瑶光C-DM13.99万元起、吉利银河E5一口价7.68万元……多个汽车品牌都在车展上推出“一口价”销售模式。但需注意的是,“一口价”未包含购置税与车辆保险费用,而且有些“一口价”需要叠加政府补贴、以旧换新或金融分期优惠之后才能实现。

比如我看中的这款北京现代库斯途,选了一个1.5T尊贵版的配置,新车报价18.18万。此前我了解到,按照近期的一口价政策,我是以旧换新置换并且全款购车,可以享受13.98万元的一口价。和新车报价相差的42000元,就包含了厂商的各种优惠和置换补贴。

这次一到北京现代的展位,库斯途样车上的价格标牌直接把我看呆了——“焕新一口价11.98万起”。一来车展,价格立降2万元,这也太猛了。

冷静下来问问,这个

“11.98万起”是有条件的:一是要分期付款,才能享受到配套优惠,二是置换的旧车要报废,才能享受相对高额的政府补贴。满足这两个条件,才能享受11.98万的最低一口价。我的旧车要二手交易,而且是全款购车,所以还是13.98万元这个报价。但车展特惠嘛,总还能谈一谈价的,砍个一千元不成问题。

试驾燃油车才发现 智能化体验也不孬

谈好价格后,时间到了午后。北京现代展位的经销商是济南金天易,距会展中心只有5分钟车程,那就直接去试驾一下吧。现在的新能源汽车,有各种智能驾驶的配置,但试驾了库斯途才发现,燃油车的驾驶体验也有不小的提升。

方向盘上有自然语音识别的按键,驾驶者可通过简单的语音指令,轻松控制导航、媒体播放等车载设备。还有用户位置互联的服务,通过手机就能远程控制车辆。比如在夏天,车停在户外,暴晒之下车内温度会很高。开车之前20分钟,可远程遥控开启空调。

以往开燃油车,遇到红灯时要拉手刹、挂空挡,但开启自动驻车后,遇到红灯一刹车就实现驻车了,再一踩油门就直接前行。车道偏离预警也给人很直接的感受,偏离车道后,方向盘会有一个明显的反向力提醒。还有前方防碰撞辅助、盲区防碰撞辅助、智能巡航控制等功能,是对行驶安全的保障。

二手车交易嫌麻烦? 委托代办“无感”换车

试驾之后,签了合同交上定金,约定第二天就能来提车。这也是车展买车的一个便利,因为每届车展的交易量都很大,所以各经销商都会提前备好库存,主流车型可随时提车。

第二天一早,我开着旧车

来到4S店。这家4S店能提供委托代办的二手车交易服务。只要签署一个委托声明,所有流程都由4S店来完成——上午开着旧车来,中午开着新车走——可以说是“无感”换车。4S店会现场给出二手车的估价,能直接抵扣到购车费用里。

我这辆车没有事故和大修痕迹,而且里程确实少,综合评估后,给出了2万元的估价。等这辆车完成二手交易之后,店里会提供交易信息,我可以申请以旧换新的政府补贴。

按店里的提车流程,交费、验车、购买保险、车主建档、临时牌照……一项项办下来,开出购车发票之后,就可以通过爱山东APP,把购置税交上,然后预约当天的车辆挂牌业务。

上午提了新车 午后就能挂牌

拍完“喜提爱车”的照片,拿上庆祝花束和赠品行李箱,午饭后我离开了4S店,在附近加油站给新车加满油,准备去车管所。原来的起亚小车,加满一箱油大约花260元,预计能跑460公里;这辆7座大车,加满一箱油大约花460元,预计能跑780公里。

办理挂牌业务,推荐去经十西路的济南市车管所,那里场地大、窗口多,而且可以选完号码就拿到车牌。

在车管所现场选号是50选1,我对车牌号没有特别要求,只要别出现GJ这种容易混淆发音的字母就行。最终在50组号码里选了一个345加上两个字母的组合,比较好记。办完选号业务,交上120元费用,出门等了不到10分钟,车牌就新鲜出炉了。

4S店还赠送了新车美容的增值服务,因为头一天预约了美车机构的服务,贴膜等工作5点半就完成了。

新车开回家后,天还没黑,孩子们兴高采烈地跑到车上体验了一下7座车的宽阔空间,期待已久的换车之旅大功告成。

管悦 济南报道

□
相关
新闻

自4月10日开幕以来,2025齐鲁春季车展一直人潮涌动。记者观察到,咨询、购车的消费者中,女性比例显著提升,“专业”购车者也大大增加。

女车主 更重颜值

“女性消费者购车比例约占四成。”吉利展区工作人员告诉记者,女性消费者购车多为首购,以刚需为主,注重颜值、实用性和舒适,更倾向于购买新能源车。

在上汽大众展区,同样不乏女性消费者身影。“女车主购车比以前多了20%,尤其是年轻群体,十万元左右车型更受欢迎。”工作人员介绍,多数女性消费者都会提前做好“功课”,根据自身需求做出合适的选择。

在现场,多位女性消费者表示,日常行车多以短途和通勤为主,相比“性能”,她们更想要一台“懂我”的车,注重车辆外形和内饰、车内氛围感、储物空间以及停车便利。舒适的座椅、优质的音响系统以及车内空气净化功能也备受青睐。

同时,智能化逐渐成为女性用户购车的重要因素,且在年轻用户中更明显。她们更看重紧急碰撞刹车辅助、自动泊车等“安全”的智能功能。

相关数据显示,中国女性汽车消费市场近年来呈现令人瞩目的增长态势。从2014年到2023年的十年间,女性对中国乘用车市场的贡献显著提升,销量从不足500万辆飙升至823万辆,市场份额也从不足30%增长到38.08%。

未来,中国女性汽车市场仍有巨大的增长空间。据相关人士预计,2024—2030年,中国乘用车市场女性份额将持续上升,有望挑战45%的历史新高,占据中国车市的近半份额。

“专业”购车者 不好“糊弄”了

车展工作人员介绍,如今的消费者不仅对车辆发动机、性能、油耗等硬件配置如数家珍,还对不同品牌之间的同级别车辆优劣势“门清儿”。“不少车主此前已试驾过,来了车展只谈价格,成交速度越来越快了。”

在吉利工作人员看来,消费者专业度相比之前提升超50%,年轻人尤为明显。

随着年轻消费群体对新能源车认同度的增长,其消费理念也发生了变化。这些年轻的“潜在车主”购车前会通过多种渠道深入了解有关信息,考虑得也越来越全面,不仅参考性价比,还要衡量品质、性能、外形、保值率等综合因素。

记者走访过程中,沃尔沃、宝马、长城、极狐、比亚迪等多家车企工作人员均表示,如今的消费者越来越专业,多数车主在进店咨询或选购前会做功课,对电池参数、电芯品牌、悬架、底盘和同款车型对比数据烂熟于心。在对多款心仪车辆综合对比后,线上看车、线下交易逐渐成为汽车销售市场主流趋势。

线上看车线下交易,渐成车市主流

车展凸显“她”经济 『专业』购车者激增

车展工作人员介绍,如今的消费者不仅对车辆发动机、性能、油耗等硬件配置如数家珍,还对不同品牌之间的同级别车辆优劣势“门清儿”。“不少车主此前已试驾过,来了车展只谈价格,成交速度越来越快了。”

在吉利工作人员看来,消费者专业度相比之前提升超50%,年轻人尤为明显。

随着年轻消费群体对新能源车认同度的增长,其消费理念也发生了变化。这些年轻的“潜在车主”购车前会通过多种渠道深入了解有关信息,考虑得也越来越全面,不仅参考性价比,还要衡量品质、性能、外形、保值率等综合因素。

记者走访过程中,沃尔沃、宝马、长城、极狐、比亚迪等多家车企工作人员均表示,如今的消费者越来越专业,多数车主在进店咨询或选购前会做功课,对电池参数、电芯品牌、悬架、底盘和同款车型对比数据烂熟于心。在对多款心仪车辆综合对比后,线上看车、线下交易逐渐成为汽车销售市场主流趋势。