

“现车几时有? 把钱问车商” 2009 年底购车族众生相

□ 记者 潜艺之

本报讯 2009 年车市已渐近尾声,想在年底购车的消费者终究还是没有盼到优惠,热销车闹“车荒”已持续一年,早早完成销售任务的经销商更是不打算“贱卖”,甚至部分车商还借机抬价。在车市上演“人来疯”的情况下,您在 2009 年底购车了吗? 在购车的时候被加价了吗? 记者采访了几位在 2009 年底打算购车或是已经买到汽车的市民,将他们的酸甜苦辣故事跟大家分享。

婚期临近,新车始终没着落 “我等到花儿都谢了”

“不好意思,现在没有现车,请您耐心等待!”最近 1 个多月,市区的邓先生每回打电话到 4S 店询问车子的情况,得到的都是这样的回答。“等车等了将近 3 个月了,我等到花儿都谢了。”邓先生无奈地说。

今年 10 月,准备结婚的邓先生和女朋友挑中了刚刚上市的一款新车,准备买下来。“当时除预付了 10000 元订金外,还多交了 3000 元钱。”邓先生说,经销商告诉他这款车很紧俏,全国各地都在抢,如果邓先生想早点拿到车,就要多交这 3000 元钱。“因为赶着结婚的时候用,多交点钱咱也就认了。”邓先生交钱后,经销商也只是承诺 3 个月内可能拿得到车。

眼看着 3 个月过去了,自己当初预订的车子却始终没影子,邓先生急了。“每回打电话过去问,都是回答没有现车,让我耐心等待。这样等下去何时是个尽头啊!”邓先生说,自己当初多交这 3000 元钱,本以为能早点提到车,可 3 个月时间快过去了还是没车可提。

“这几天我和女朋友又开始看车了,实在不行我们就换一款。”眼看着婚期越来越近,为了结婚的时候能开着自己的新车去接新娘,邓先生又忙着上汽车网站、逛汽车论坛,又开始做起了功

课。可是一圈挑下来,邓先生发现一个奇怪的现象,那就是几乎所有的小排量汽车都要排队甚至加价才能提到车,无奈之下邓先生只好又改变计划,“没办法,现在我们只好提高购车预算,放弃小排量车而在中级车里选一款了。”

为了心爱的车型大方加价 “我主动加了 5000 元才提到现车”

相比于邓先生,市区的陈女士就要幸运多了。在下了订单后,隔了半个月左右时间就提到了自己心爱的车型。陈女士能这么快提到车,就是因为她主动给经销商加了 5000 元,让她省去了“遥遥无期”的等待。

陈女士看中的是一款某品牌 1.4T 自动舒适型的两厢车,车价 14.98 万元,没有任何优惠。“驾照拿到手就痒痒,老想立刻买辆车来开开。”陈女士说。在朋友的推荐下,她看中了这款两厢车,对于这款车陈女士戏称对其是一见钟情。“车子的外观和品牌我一眼就看中了,特别喜欢,两厢车又容易停,适合我这样的新手。”

虽然车子看中了,可销售人员告诉陈女士,这款车是热门车型,目前没有现车可提,就算现在下订单预计也要到明年才有车。为了能早日开车,陈女士回家跟老公商量后,“大方”地在原价的基础上主动加价 5000 元,希望经销商能尽早帮她提到车。

“没想到半个月后就通知我去提车了。”陈女士说,虽然自己为了爱车多出了 5000 元,可没有让自己等太久,这钱还是出的值得。

一个提车号卖了 2000 元 “这个钱赚得有点意外”

最近,当王先生告诉其朋友他手里某汽车 4S 店的一个提车号子被人以 2000 元的价格买

走后,其朋友纷纷惊异不已。“想不到一个提车的号子也这么值钱!”

原来王先生在今年 10 月看中了某品牌的一款车,由于很喜欢当场就订了下来。订车的时候,4S 店说“没有现车,需要等一段时间”。前半个月,王先生还能气定神闲。到了后半个月,就有点按耐不住了。隔三岔五打电话到 4S 店问,得到的回答总是“车还没到,请再等等”。到后来王先生实在没耐心等下去了,在家人的建议下他又看中了另外一个品牌的一款车。

当初订车的时候,王先生向 4S 店预交了 3000 元作为订金。如果改买别的品牌,预交的订金就收不回来了。正当王先生在 4S 店交涉的时候,刚好碰到一位前来购买该品牌车型的李先生,李先生愿意出价 2000 元购买王先生的提车号子,即王先生订的车由李先生来购买。

王先生将提车号转让给李先生,随后拿着退回的订金提到了另外一个品牌的车子。“这个钱赚得有点意外,等于我买这辆车便宜了 2000 元钱。”

明年中期车源紧张将缓解

对目前车市的“疯狂”现象,业内有关专家表示,不少消费者是因为 5% 的购置税优惠政策即将到期,明年的购置税将提高到 7.5%,因此赶在年底之前买车,搭上优惠政策的“末班车”。“我们不妨算一笔账,看看年底前买车是否真的就很划算。”有关专家表示,以一辆 15 万元左右的小排量车来计算,年底前购买,5% 的购置税是 6800 元左右;明年购买,7.5% 的购置税是 10200 元左右,两者相差 3400 元。“但是现在几乎所有的车型都取消了优惠和促销,畅销车型都是按照厂家指导价甚至加价成交的,这中间的差额又何止万元?”

“鉴于很多车企今年都在扩充产能,明年中期预计投产,估计到时候车源紧张的状况会有所缓解。”有关专家表示,“车多了,买的人相对少了,优惠和促销自然就会重新回到车市中,消费者选择的余地也会大很多。”

抵御金融危机 解决发展难题 在外丽水企业 抱团取暖

□ 记者 叶浩博

本报讯 在近日举行的丽水市工商联(总商会)举行的三届三次执委会上,记者了解到,在 2009 年度,我市工商联共牵头成立了杭州市丽水商会、广东省浙江丽水商会、武汉市丽水商会以及丽水市阀门商会四个市级商会。在这一年间,企业在应对国际金融危机影响的同时,广泛开展企业间合作,抱团解决融资难等发展难题,努力维护企业合法权益。

以刚刚成立的广东省浙江丽水商会为例,在广东经商办企业及务工的丽水籍人士有 10 万余人,创办的企业与实体近 7000 家,投资领域涵盖制造、食品超市、能源、服装、精细化工、房地产、皮革皮具、贸易、建筑、IT、五金汽配等 10 多个行业。一大批丽水籍创业者已基本完成原始积累,正朝着规模化、品牌化、资本运作的方向发展。但国际金融危机的冲击,促使企业不得不减缓了发展的脚步,思考抱团取暖,共御金融海啸的对策。

在 2000 年前南下广州的青田籍企业家邹立胜,是丽水籍创业者的成功代表,现在是广东省浙江商会会长、丽水商会名誉会长。在资本的原始积累阶段,他先后取得“花花公子”“金利来”“鲨鱼”等品牌在中国的总经销权,并在广州市花都投资建成建筑面积 5 万余平方米的“广州花都财富工业园”,下辖八家企业。邹立胜告诉记者,在外创业的丽水商人更应该抱团取暖,通过团结的力量解决现实的企业发展难题。他承诺将把广东省浙江丽水商会做大做强,然后把广东的好项目介绍到丽水,组织在粤丽水籍企业家积极回家乡建设经济,实现优势互补。

浙商证券分析师张良福 弱势震荡下的 结构性机会

□ 记者 潜艺之

本报讯 从技术的角度分析,市场将继续在半年线附近震荡反弹,然后再选择方向,中期看,摆脱 120 周均线的压制或仍需一些时间,大家或仍需多些耐心。本周四,受 60 日均线、半年线及 30 周均线的支撑,沪深两市股指出现强劲反弹,不过,该反弹能否持续或者引发一轮较长时间的上升行情,还有待成交量的有效放大,若成交量未能有效放大,或许经过一两周的盘整后,市场有可能继续下探。若投资者的交易热情被有效激发,成交量有效放大,且短期内沪深两市创出反弹新高,市场有望创造出中期反弹行情。

由于 60 日均线及半年线均向上运行,短期内深幅下探的可能性不大,也是支持我们中长期不悲观的理由,不过短期内是否已企稳仍有待商讨,因 5 周均线已趋下,虽还未形成与 10 周均线形成死叉,但如果继续两周的弱势,将形成死叉,调整的时间将被延长,毕竟趋势线已被破坏,修复应需要一些时间。

综合各种因素,虽基本面仍较为健康,但技术面还未能形成有效配合,加上短期资金吃紧,所以中期走强的条件仍不成熟,或仍需等待催化因素来激活市场。故短期内应维持谨慎态度。在市场未能形成有效持续热点,成交量未有效放大前,控制仓位为宜,不宜盲目进出。对于短期标的,张良福看好大消费概念里的优质企业,如酿酒、汽车、家电等板块中的优质企业。酿酒、汽车及家电板块受益于扩大内需,属于受益较早且能够持续受益的板块,近期抗跌,后市有望保持强势。

1300 万元天价!

龙泉青瓷工艺品拍出史上最高价

□ 记者 叶浩博 郦鸣 周华俊

本报讯 近日,在杭州举行的第三届中国民间艺术节精品拍卖会上,由龙泉青瓷艺人王军港制作的中国首套青瓷打击乐器“青瓷编钟”以 1300 万元人民币的天价,被神秘买家竞拍获得,创下了龙泉青瓷工艺品的拍卖成交新纪录。

这套“青瓷编钟”是龙泉青瓷艺人王军港闭关两年多,经过无数次失败后烧制出的作品。它由

四部分构成,包括瓷编钟、瓷管钟、瓷磬、瓷磬等,共有 100 多件,光是悬挂起来就得花费数天工夫。青瓷乐器中最为庞大的是瓷编钟,它架高 2 米、宽 3 米,由 28 个大小不一的瓷编钟组成,形状和青铜编钟相似。这套“青瓷编钟”在北京展出时,就因“音准度极高”而被业内专家估价至少在 1000 万元以上。据了解,花巨资买下该套乐器的是咱们浙江老乡,他反复看了很长时间,最后终于果断下单,他表示买下后,将放到杭州的某家博物馆珍藏。



记者 傅勃新 摄

“以精取胜” 众专家畅谈东风本田成功之道

日前,由中国汽车报社主办的东风本田品牌战略研讨会在北京钓鱼台国宾馆举行。原机械工业部部长何光远,中国机械工业联合会副会长张小虞,汽车工程学会常务副理事长付于武、中国汽车工业协会副秘书长顾翔华、国家信息中心信息资源开发部主任徐长明,中国市场学会营销专家委员会秘书长薛旭,以及来自各高等院校的知名学者和传媒业界的资深人士出席了会议并发表演讲,总结东风 Honda 的成功经验,也为东风 Honda 建言献策。

东风本田汽车有限公司董事长周文杰在会上表示,东风本田是东风集团多元格局合作下的一个有特色的项目,它以独具特色的发展模式和较快的发展速度,逐步成为东风汽车公司核心事业板块。虽然目前国内车市已经达到产销千万辆规模,东风本田还是顶住了总量的诱惑,明确后来者的定位,坚持精品战略;坚持即使在成熟市场,也要质更优、

价值更高;在各个细分市场上高标准、高定位;在产品上不以多取胜,而是以精取胜;在企业文化上,既求同、更求异;在管控方式上,主张精益管理。

东风本田汽车有限公司副总经理刘洪介绍,东风本田超越常规发展的归功于东风本田人一直坚持恪守的信念:一切行为从自主本身的发展规律出发,借鉴但决不盲从他人的成功经验,坚持独到的价格主张,坚信成功者绝不从众,在市场竞争的实践中探索符合自身的发展模式,不断超越,始终走在时代的前端。

央视 CTR 市场研究调查表明在年收入 6 万元以上的中高端居民中,东风本田 CR-V 在 SUV 中的知名度达到 34.9%,排在第一位的,从喜好度来看,东风本田 CR-V 的喜好度也是最高的。通过数据分析,姚林认为,东风本田在 SUV 市场上已成为确实实的第一品牌。详情请咨询东风本田丽水骏成 4S 店。

订报进社区 请您抓紧订阅 《丽水日报》《处州晚报》

新年度的《丽水日报》《处州晚报》您订了吗?为了方便未订报的读者,本报社发行中心于 12 月 27 日前在丽水市区开展巡回订报活动,请市民抓紧到订报点订报,设点时间为当天的 10:30—13:00。

具体订报地点安排如下:

12 月 25 日:东苑小区,北苑小区,正达阳光城,万景花苑

12 月 26 日:永晖新村,南贸小区,金苑小区(设 2 个点)

12 月 27 日:怡景花苑,大洋河小区,银苑小区(2 个点)

咨询电话:2155747 2590010