

趁“年底冲量”优惠买车 要注意别踩这些“坑”

本报记者 焦燃

每年的12月,为了完成厂家制定的全年汽车销售任务,我市各个汽车销售商都会推出一些优惠购车政策,以达到促销“走量”的目的。那么,在这段时间买车的消费者应该注意哪些问题?

热销车型优惠少、提车难

临近年底,4S店在购车优惠力度上纷纷加码,“礼包”花样层出不穷。订车立减购车款、置换新车享专项补贴、购车送售后保养等优惠购车套餐十分常见。值得注意的是,即便商家希望利用这些促销方式博人眼球,可消费者更为喜爱的热销车型,往往与这些优惠政策无缘。

记者从广汽银隆丰田4S店了解到,进入12月以来,该店为店内的多个在售车型提供了专项购车现金大礼,此外,还推出了多种金融购车优惠,不过,并非所有在售车型都可以享受这些优惠,像今年8月新上市的新款汉兰达车型就基本没什么优惠。这种热销车型可以说是“一车难求”,消费者要购买新车,需要提前订购,新车到店最快在半个月到一个月之间,最迟甚至要几个月



以后才能提车。店内销售顾问“小郭”告诉记者,消费者想趁着12月底前的优惠购车政策购车,最好优先选购店内已有在库的车型,并且要尽早下单订车,因为赶在年前走完订车、交车、上牌整个流程,时间非常紧张。

平台买二手车要确认信息虚实

当下,二手车购车平台成了不少消费者的买车新渠道。接近年底,这些平台为了“出量”增加业绩,也推出了不少惠购政策。很多工作忙碌的消费者为了方便,纷纷在线上就下了购车订单。业内人士提醒消费者,线上售车资料并不一定和实车匹配。汽车之家论坛有发帖称,六成二手车在线购车消费者都遇到过质量问题,其中车辆证件、保险、保养信息和网上车源信息不一致问题占到了20%以上,所以,消费者线下看车后再在平台下单买车才是明智之举。

记者还了解到,在58同城、二手车之家、瓜子二手车、人人车等二手车线上交易平台产生的服务纠纷案例显示,当前二手车平台主要涉及的几大问题包括:二手车车辆重要信息参数与实车信息参数不符、涉嫌发布虚假车源、收费事项告知不清、交易合同存在“霸王条款”、个别平台怠于审核把关等问题。同辉二手车市场经理李宁告诫消费者,年底前,线上车市平台会有不少优惠活动,消费者在线上购车应选择口碑好、有保障的商家,避免遇到以次充好的惠购陷阱。线下验车时要明确车辆文件信息齐全,签订购车合同要多方核实车况和条款细则,发

现权益受损,应保存证据及时投诉处理。

“零利率”和“零首付”可能只是噱头

分期付款买车可能是最经济实惠的购车方式。近期,“零利率”和“零首付”的说法充斥于我市各个车商的广告语中。实际上,一部分车商打出“零利率”“零首付”的旗号只是为了吸引消费者。实际情况是,免息车贷不等于免手续费,有时利息虽然免了,实际却增加了几千元的服务费或手续费等,费用与利息差不多。

在云冈区某车城购车的马先生对记者说,自己之前在该车城买了一辆广本凌派。买车时,车商称购车可享“零利率”购车政策,但在自己付款时,车商却要求马先生缴付第三方金融机构服务费。车商的解释称,马先生的购车贷款由第三方金融公司提供担保后才能向银行借款,所以需要付给第三方金融机构服务费用。马先生对此表示并不认同,既然该收费有规矩可循,为什么不可以体现在购车合同上。记者调查发现,近期车市上类似的购车纠纷频发,大部分车商都有自己的金融公司或者合作银行,金融收益也成了车商的一项重要考核指标。为此,车商会劝导购车者选择贷款购车。这时消费者需要谨慎算好账,不要因年底着急买车,碰到“低首付、低利息”就“一头热”,冲动消费。另外,在购买车时应对各类收费项目进行仔细核实,若已支付则应保留收据,一旦发生纠纷,可用法律武器保护自己的合法权益。



梅赛德斯-奔驰

全新2022款C级轿车山西亮相

12月11日,2021年度梅赛德斯-奔驰北区长轴距全新2022款C级轿车山西上市发布会在太原顺利举行。北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司、大同必高奔驰4S店等多家汽车销售机构以及到场的奔驰粉丝们一同见证了新车亮相的精彩瞬间。

活动现场为来宾精心准备了三个别具匠心的场景,分别为2022款C级车美学“舒适区”、科技“舒适区”、驾趣“舒适区”,三个区域以独特的方式为现场嘉宾逐一展现全新长轴距C级车外观、智能、驾乘三大产品核心为用户所带来的感受。外观方面,新车提供了两种设计风格,“大标版”车型采用了类似倒梯形的进气格栅,搭配单条幅镀铬装饰,并且在前包围处融入了一些AMG风格的样式;而“立标版”车型则是采用多边形进气格栅,配备多条幅镀铬装饰,这也是中国专属的外观风格。新车的大灯组造型更为犀利,内部还搭配了鹰勾式的LED日间行车灯,增添了其在白天的辨识度。车身侧面,贯穿式的腰线搭配车门下方隆起

的筋线,让新车的视觉效果看上去富有肌肉感。车尾尾灯的造型变化十分明显,换装了家族式的三角形设计,

看上去更犀利。后包围整体造型与前包围一脉相承,另外双边共两出排气布局以及扩散器造型都得以保留,增强了车尾的运动感。

动力上,新车搭载了全新M254(1.5T)发动机,并有高、低功率两种调校,其中高功版1.5T发动机最大功率150kW、最大扭矩300N·m;低功版1.5T发动机最大功率125kW、最大扭矩250N·m。另外,新车还全系搭载48V电机,可额外提供15kW的最大功率,与之匹配的9速手自一体变速箱,采用后轮驱动。车身尺寸方面,全新2022款奔驰C级车具体长宽高分别为4882×1820×1461mm,轴距为2954mm。除此之外,新

车还将会提供中国专属车身颜色、轮圈造型以及长轴距专属标识。来到车内,新车与奔驰S级的设计风格十分相似,全系都标配了12.3英寸全液晶数字仪表和11.9英寸中控屏,中控屏角度还向驾驶者倾斜了6度,方便操作。此外,全新样式的三辐式多功能方向盘也颇有奔驰S级的味道,增强了全新奔驰C级的气场。配置方面,新车将配备Burmester 3D音响系统、智能四区空调、香氛系统、舒适头枕、驾驶辅助增强版以及智能泊车等功能。中控屏内嵌的人机交互系统在应用、智能化方面均有提升,具备多维交互功能且支持适配京东、美的等智能家居互联,另外还支持产品升级。 焦燃



建行城建支行 旺季营销青年员工在行动

本报讯 为积极响应上级行关于2022年旺季综合金融服务活动要求,全力打好旺季营销攻坚战,近日,建行城建支行组织青年员工全员出动,营造人人营销的良好氛围。

该支行组织网点青年员工前往万金街商圈进行走访。走访过程中,青年员工帮助商户了解反诈信息,介绍适合商户的金融服务,大力宣传普惠金融业务,详细讲解针对小微企业贷款的相关事宜,为城建支行与周边商户建立合作共赢关系奠定了基础。通过本次走访活动,不仅让青年员工对旺季营销重点条线内容有了更加全面的认识,同时也为日后的方向理清了思路,使青年员工明白,在学习理论知识的同时,更应该将学习到的内容付诸实践,这样才能以更加饱满的热情投入到工作中,从而为建行大同分行业务发展贡献一份力量。 (丽华 雪峰)

建行大庆路支行 开展声誉风险应急演练

本报讯 为及时发现声誉风险隐患,有效防范因声誉风险造成的损失和负面影响,12月8日,建行大庆路支行组织开展了声誉风险应急演练。

该行负责人表示,基层网点始终是声誉风险防控的前沿阵地,每位员工作为声誉风险防控的排头兵更是有着义不容辞的责任,必须高度重视声誉风险管理,持续针对声誉风险案例进行学习,举一反三,防微杜渐。一要强化学习,对标自检。利用晨、夕会和周例会时间,对上级行下发的各类案例,结合工作实际进行对照分析,及时纠偏纠错,及时消除潜在风险。二要加强演练,功在平时。将各岗位的服务规范纳入日常演练,每位员工要“化于心化于行”,用日复一日的练习培养习惯,用良好的习惯建立优质的服务行为。声誉风险存在于每一个服务细节,所有岗位所有员工都不能置身事外,一定要常抓不懈,警钟长鸣。通过此次演练,进一步提高了网点服务人员的应急处置能力。 (左诗 雪峰)

建行大同分行 提升后备干部履岗能力

为持续提升后备干部履岗能力,加深其对规章制度、柜面业务、流程及系统地掌握,12月9日,建行大同分行组织开展了“后备干部履岗能力提升培训”。辖内营运主管、营运主管后备、柜面业务检查与支持团队、渠运部相关人员参加了培训。

本次培训邀请部分营运主管结合公私条线业务编制培训课程,并进行精细化分享。课程内容主要涉及单位账户审批、柜面印章管理、柜面集中处理系统前台注意事项以及“建行到家”智慧柜员机的实施管理细则。对于有外出需求或有特殊客户需上门办理业务的情况,营运主管详细介绍了龙易行设备管理制度、电子登记簿管理知识。培训结束后,全体参训人员在线参加考试,检验培训效果。渠运部相关负责人表示,下一步将持续为全行高质量发展培养后备人才,促进人才的快速发展,切实发挥承上启下、继往开来的作用。 (左诗 雪峰)