

最高16万“京牌”交易暗流涌动

市占率近半 长城汽车上攻皮卡细分市场

“闪结闪离即过户”的地下“京牌”交易，由于明年起有望实施的“婚后一年才能办理车辆转移登记”等规定，最近变得异常火热。北京商报记者近日调查发现，众多从事“京牌”交易的中介，均打出“政策收紧”“最后40天”等旗号，欲在新政落地前再赚一把。而手握多张“京牌”指标的卖家与持币求购的买家同样着急，都想尽快完成交易，拖一年双方心里都没底。因此，“京牌”交易价也一路走高，目前已上涨近6万元。业内人士表示，通过“结婚过户”方式交易“京牌”指标，已构成违规，并且近期北京车辆管理部门也在加大核查力度，让此类违规交易的风险再度提升。



▲“结婚过户”中介微信朋友圈截图

易手价日均涨幅超千元

部分网络社交平台近日出现不少“最后40天结婚过户牌照”政策临近要涨价”等宣传语，而这些宣传语正是由一些从事“结婚过户牌照”生意的中介所发布。

北京商报记者了解到，“结婚过户”的流程为买方通过与名下拥有北京车牌指标的卖方登记结婚，完成夫妻间共有车辆产权过户，将车牌过户给买方后，双方即办理离婚，而中介协助双方办理相关手续，并在双方交易价中抽取佣金。明年将实施新政策，想要办理“结婚过户”还是赶在今年完成稳妥。”一位中介人士表示，明年存在很多不确定政策因素，所以在朋友圈发布消息，也想尽量多获取客源。

上述中介所说的“新政”，为北京市交通委等部门今年6月公布的《北京市小客车数量调控暂行规定（修订草案征求意见稿）》（《北京市小客车数量调控暂行规定》实施细则（修订征求意见稿））和《关于一次性增发新能源小客车指标配置方案（征求意见稿）》，征求意见稿对个人指标名额、转移登记手续等作出明确规定。其中，在办理夫妻间车辆变更登记、离婚析产车辆转移登记时，需满足婚姻存续期满一年的条件；“实施细则”将于明年1月1日起正式实施。

然而，在“结婚过户”中，婚姻关系作为交易双方实现京牌转移登记的“通行证”；“闪结闪离”是基本保障。未来，一年以上的婚姻存续时间限制，让这笔“灰色”交易失去可行性。虽然政策还未实施，但等到实施就来不及了。”上述中介人士表示，不仅北京市交通委的相关规定，《民法典》也规定明年起离婚要有30天冷静期，目前很多城市已提前实行，现在在结婚过户车牌两周左右能办完，明年至少要等一年半，对于买、卖、中介三方都不现实。

事实上，买卖双方比中介更急。征求意见稿公布后，身边朋友便有通过“结婚过户”买车牌的想法，但由于涉及结婚、离婚手续，还是有一定顾虑，一直想等下半年是否能摇号中签。”市民张先生对北京商报记者坦言，目前仍未摇号中签，已经开始选择“结婚过户”买牌：“我需要向中介提供年龄、性

别、户籍等资料，具体跟谁‘登记’由中介安排。”他说。上述中介人员透露，近期像张先生这样的客户很多，需求量一直增长，通常卖方提出转让，马上就能安排买家接手。

值得一提的是，除对“夫妻指标变更”制定新规，北京市还拟增加对个人申请更新指标数量的限制，每人最多只能保留一个小客车指标。同时，多辆车可一直使用，但车辆更新时则只能选择其中一辆申请更新指标，其余车辆将不予办理更新指标。对此，手握多张“京牌”指标的市民成为中介所需的“卖方”。手握两张“京牌”的孙先生向北京商报记者表示，此前富余出的一张“京牌”一直出租，但如果明年新政落地，将无法进行车辆变更，还不如赶在年底前卖了变现。

买卖双方大量入市，也让“京牌”交易价水涨船高。一位中介人士表示，由于男性持指标基数较大，目前“男性”指标价格为13万-14万元；“女性”指标价格则为15万-16万元。每天涨价幅度为2000-3000元，中介根本不还价余地。”张先生透露。

对此，曾通过“结婚过户”方式交易车牌的市民杨先生透露，去年交易价为10万元左右，比现在便宜不少。

出现纠纷维权难

新政将至背景下，“结婚过户”的地下“京牌”交易上演最后疯狂，然而火热背后也隐藏着极大风险。

2018年至今，北京已出现多起因私下签协议买卖车牌引发的纠纷案件。其中，交钱没拿到车牌、结婚拿到车牌但所谓的“老公”却不愿意离婚等问题频出。据了解，去年北京东城区检察院侦办一起涉及京牌的刑事诈骗案，涉及的19名受害人中，12人因购买京牌被骗，其中一人一次性为亲属及朋友购买6张“京牌”，被骗42万余元。

天津律政律师事务所律师谢劲松对北京商报记者表示，如果卖方不配合过户，即使买方起诉，原则上也不受法律保护，因为通过结婚这种手段获取车辆指标有违公序良俗，违反民法总则中规定的基本原则。

尽管案例不在少数，但中介依旧将“结婚过户”

描述成“最快捷、最保险”的取得牌照方式。为打消买方顾虑，中介人员会在双方交易前签订结婚过户协议、指标操作协议等。

北京商报记者在一位中介人员提供的“结婚过户”协议上看到，该协议共7项条款，内容包括“双方自愿以结婚形式配合过户北京小客车指标”“过户完成必须自愿解除婚姻关系”“婚前名下任何财产和债务都与对方无关系”以及“婚姻存续期间不得打扰对方生活”等；“双方完成交易后离婚，不会有过多牵扯，全程我们都会陪同，办完过户手续‘人牌’两清。”上述中介人士表示。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，这种所谓帮助找人结婚过户指标的行为，本身就是违规的，双方都要承担很大风险，从结婚到离婚，涉及债务、财产分割等问题。

监管趋严交易受限

调查中，北京商报记者了解到，对于交易违规中介也“心知肚明”。同时，随着监管收紧，这种“结婚过户”的交易也将愈加困难。

“这种交易确实违规，最近也在严查，所以我们会提醒客户尽早办理，以免出现其他变化。”一位中介人员对北京商报记者表示。据了解，为躲避严查，中介会定期在微信朋友圈内给客户发通知，上述中介人员在微信朋友圈发布信息显示：近期车管所又开始暗访，通知已经完成变更和已在车管所预约排号的客户，千万不要说购买车牌，回答正常夫妻变更就可以，尽量不要接听“010”开头的座机电话。”

在业内人士看来，为杜绝“结婚过户”行为，相关部门会对双方进行审核，一旦发现弄虚作假需承担责任。不过，尽管明知违规，但在佣金面前，中介依然铤而走险。一位中介人员向北京商报记者透露，号牌成交佣金为3000-4000元，如果交易号牌为“靓号”，利润会更高。

针对“结婚过户”交易行为，北京交通管理平台客服人员向北京商报记者表示，对这类违规行为，在申请过程中都会进行严格审查，如果发现存在这种问题，指标有可能被收回。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

北京商报讯（记者 刘洋）被称为SUV“偏科生”的长城汽车，正通过上攻尚处“蓝海”的国内高端皮卡市场，寻找新增量空间。随着一辆“施华洛蓝”越野皮卡近日走下重庆智慧工厂生产线，长城汽车也迎来第10万辆长城炮皮卡下线。长城汽车股份有限公司副总裁傅小康对北京商报记者表示：从0到10万辆，长城炮仅用一年时间。”

中国汽车工业协会发布数据显示，今年前9个月，国内乘用车销量同比下滑12.5%，但皮卡车型逆势增长，销量同比增长6.3%。其中，今年前9个月，长城皮卡累计销量为16.03万辆，同比增长63%，占皮卡整体市场份额近50%。按此计算，国内每售出两辆皮卡，其中便有一辆为长城品牌。作为长城炮车型生产基地，长城汽车重庆智慧工厂14个月便竣工投产，长城炮车型从零到万辆下线用时不足百天，第10万辆下线仅用一年时间。”傅小康介绍。

政策解禁、皮卡乘用车化趋势、提前布局高端市场等，成为长城汽车拿下近半皮卡市场份额的关键。据了解，2016年至今，相关部门相继出台针对皮卡车型进城限制。其中，2016年，工信部、国家发改委、公安部联合发布《关于开展放开皮卡车型进城限制试点促进皮卡消费的通知》，河北、辽宁、河南、云南四省作为首批试点省份，开展放宽皮卡车型进城限制试点工作。此后，湖北、新疆、吉林等省份相继对皮卡进城解禁。今年3月，商务部、国家发改委等三部门联合下发《关于支持商贸流通企业复工复产的通知》，再次提出取消皮卡车型进城限制。

据统计，目前四川、云南、山东等排名皮卡车型销量前十省份，月销量均超过1500辆。事实上，此前皮卡一直扮演“生产工具”角色，各车企集中布局中低端车型，随着皮卡进城限制逐步试点解除，高端乘用车化皮卡需求逐渐释放，也成为车企布局“蓝海”。以长城汽车为例，此前10万-15万元皮卡市场被江铃、日产、五十铃等品牌把持，长城风骏系列皮卡车型则主打10万元以下低端市场。随着中高端皮卡车型出现增量空间，两年前长城汽车开始研发长城炮车型，去年该车型正式上市，相比传统皮卡车型钢板弹簧后悬架设计，该车型采用众多乘用车采用的多连杆后悬架设计，还匹配8AT变速箱，以及L3级辅助驾驶系统等，将皮卡车型车内空间和乘坐舒适性向乘用车靠拢。

长城汽车销售公司皮卡营销总监张昊认为，乘用车化是皮卡车型要解决的关键问题，外观和尺寸方面均要媲美SUV，而内饰和使用体验维度则比肩轿车。未来，皮卡会被消费者作为乘用车而非货车使用，近年来所有皮卡都在向高端化、智能化升级。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示：长城品牌皮卡具有较强技术储备，同时针对国五国六排放标准切换提前调整，实现较好产品对应。”

数据显示，目前长城、江铃、江西五十铃以及郑州日产已拿下全国皮卡八成市占率，其中高端乘用车化皮卡车型已成为销量增长主力。据了解，除长城炮，上汽大通T70、江铃域虎、江西五十铃D-MAX、长安凯程F70等皮卡车型售价也突破20万元。今年北京车展，上汽NEW皮卡、郑州日产锐骐6越野版、江铃域虎9、福田大将军等车型也亮相展台。

值得注意的是，长城炮商用电动版车型也在本届北京车展正式上市，官方指导价25.18万-26.68万元，而纯电动版车型预售价则近30万元。

随着高端皮卡需求持续增长，据预测，未来国内皮卡市场规模将达400万辆。

四大维度品牌焕新 东风日产顺势而变进击新世代

在汽车行业，品牌竞争力一直都是影响企业生存发展的关键。对于一家企业而言，只有与时俱进，不断积极变革，才有能力不断打造出更具竞争力的品牌，进而始终立于不败之地。

近日，东风日产举办NEW NISSAN品牌之夜，以线上全网直播和线下八城联动无人机灯光秀的形式，正式宣告品牌焕新。NEW NISSAN品牌之夜直播当晚，抖音、微博双平台全网直播观看总人数超1289.2万，全网话题总阅读量超3.2亿，此外还有共120多家媒体助力直播。

“新四化”浪潮冲击下，汽车行业正加快转型升级步伐。此次品牌焕新的背后，是东风日产对市场需求变化的敏锐洞察和深刻认知。通过品牌之夜，外界不仅看到东风日产全新品牌形象与品牌态度，更看到东风日产在产品、技术、营销等领域的积极变革。

以品牌之夜为契机，东风日产正式启用全新品牌标志。LOGO以芯片的电路线为设计元素，以更简约、更科技的扁平化设计，表现技术日产基于电气化、智能化和网联化的全面升级，蕴含NEW NISSAN为消费者提供全新智行生活的愿景，体现日产从一个汽车制造商到移动出行方案提供者的完美转型，象征着日产



全新世代的开始。

品牌形象焕新的同时，NEW NISSAN“敢为”的全新品牌主张也正式发布；“敢为”来源于日产品牌创始人名言“Do what others don't dare to do”，自成立以来，敢为人所不敢的精神一直推动着日产不断向前发展，在挑战中实现全新的自我突破，日产也由此创造了V6发动机、GT-R等传奇。

作为日产中国战略的践行者，东风日产传承日产86年的挑战DNA，延续“激情、创新、挑战”的精神内涵，将以敢为作为全新主张，开启NEW NISSAN敢为新世代。

在产品上，日产和Italdesign联合打造的全球限量车型GT-R50首次以直播的形式在华亮相，在NEW NISSAN品牌之夜重磅登场。作为日产燃油技术的巅峰之作，战神GT-R曾横扫赛场，创下50场不败纪录。

不仅如此，日产还迎来全新纯电跨界SUV车型Ariya，Ariya外观采用日产汽车全新设计语言——“永恒的日式未来主义”，体现日本传统与现代视角的融合。技术上，Ariya基于日产全新纯电平台打造，搭载“日产智行”最新技术，是技术日产集大成者。

在技术上，东风日产将加速各项智能技术在中国的落地，实现VC-Turbo超变擎、Zero Emission、e-POWER、ProPILOT超智驾、Nissan Connect超智联五大核心技术在更多产品的搭载和运用，加速“日产智行”在华落地。

智能驾驶方面，东风日产已推出具备L2级别自动驾驶技术，并搭载在第七代天籁、奇骏和2021款逍客上。到2022年，东风日产将在5款车型中部署ProPILOT超智驾，达到70%车型的覆盖，并将推出更高级技术和车型。

智能互联方面，目前东风日产车联网系统接入车辆已累计超过200万辆，到2020年底，东风日产将实现

全车系搭载Nissan Connect超智联系统，保持车联网系统的领先地位。

智能动力方面，东风日产拥有全球首家量产可变压缩比涡轮增压发动机VC-Turbo超变擎，并将其搭载在第七代天籁上，2018年推出Zero Emission车型轩逸·纯电，并且将很快在中国市场导入e-POWER技术，Ariya不久后也将导入中国。

到2025年，东风日产将推出3款打造VC-Turbo超变擎的车型，使其销售占比达到30%；同时，东风日产还将在9款车型中部署包括Zero Emission和e-POWER在内的电动系统，进一步扩大电气化产品阵容。

当下，汽车行业正迎来百年未有之大变局。回顾东风日产的历史，不难发现这家企业从来不吝于改变。事实上，正是凭借不断与时俱进的改变，东风日产才得以建立起产品、科技、服务等领域的长久优势，并借此更好地服务用户。

面向未来，我们有理由相信，致力于从汽车制造商转型为移动出行方案提供者的东风日产，将通过品牌焕新这一契机，让科技与自然实现和谐融合，继续领跑行业，让用户获得更好的人·车·生活出行体验。