

“零公里二手车”现象惹争议

是“馅饼”还是“陷阱”

有力有效整治 “零公里二手车”

■曲源



市民逛二手车市场。

“方向盘膜未撕、座椅套崭新、仪表盘上读数不过百公里……”近日，“零公里二手车”现象引发广泛争议。

所谓“零公里二手车”，即新车完成登记上牌后，几乎未经使用便流入二手车市场，行驶里程在几十公里或百公里内。此类车辆因价格相较新车大幅降低，吸引了众多消费者的目光，但随之而来的质疑声也在不断升温，从车况信息不透明，到保修权益缩水，再到法律责任难以厘清，“零公里二手车”负面影响不可小视。

已完成车辆登记手续，名义上属于“二手车”，实际行驶里程极低甚至为零；在二手车交易平台上很常见，价格普遍比新车指导价低数万元，部分车型的上牌时间仅一个月左右……近期，“零公里二手车”现象引发关注热议。

“零公里二手车”久已有之，为何于今为烈？某车企负责人在接受采访时表示，有些车企为了冲销量，将车辆大量售卖给第三方，上牌注册后即可算作业绩，但实际上还是新车。这种变相降价手段，扰乱正常市场秩序，成为汽车行业“内卷”的突出表现。

看似诱人的“准新车”，背后隐藏着复杂的利益链条。随着市场竞争日趋白热化，部分车企为了完成销售目标，通过激励政策导致经销商积压一定库存；经销商为了完成销售任务、快速回笼资金，将库存时间较久的新车注册为二手车，再进行售卖。更有甚者，直接将新车伪装成已售状态，粉饰销量数据。凡此种种，形成一条从生产端到消费端的灰色流通链条。

“零公里二手车”乱象丛生，负面影响不可小视。对车企而言，这种销售模式在一定程度上有助于去库存，但也压缩了利润空间，甚至加剧了亏损，不利于提高产品质量、加大创新资源投入。这对企业可持续发展弊大于利。对消费者来说，购买“零公里二手车”看似在价格上得实惠，实则面临诸多风险。比如，可能丧失首任车主专属权益，车辆存在电池健康度下降等隐患，转售价格也会贬值更多。从行业角度看，破坏了公平竞争的市场环境，扰乱新车销售与二手车交易的正常秩序，造成市场数据失真。长此以往，会误导资源配置，挤压合规车企与经销商的生存空间，阻碍整个汽车产业的良性运行。

往深里看，“零公里二手车”频现，本质上是汽车市场价格战的延续，反映出整个行业存在“内卷式”恶性竞争。正视问题、凝聚合力、重拳治理，完善制度规范，引导行业加强自律，才能共同营造良好市场秩序，促进汽车产业高质量发展。

此前，国家发展改革委相关负责人表示，将着力整治市场乱象，规范竞争秩序，维护公平的竞争。近日，商务部消费促进司召集车企和相关行业机构等开座谈会，规范整治“零公里二手车”乱象，同时引导二手车出口。相关举措，传递出“反内卷”的明确信号。

多管齐下，多方携手，方能去病治乱。有关部门应加强对二手车的注册和入市监管，建立健全车辆全生命周期溯源系统，明确行业管理规范，严控上牌即转售行为。同时，强化全行业自律，车企特别是新能源车企业要告别“数据崇拜”，变拼销量为拼质量、拼技术、拼创新、拼服务，专注于提升内在竞争力。消费者也应擦亮双眼，培养良好消费素养和习惯，在选购车辆时，既看价格，更看产品品质和服务保障。

当汽车市场竞争秩序进一步规范，“零公里二手车”就跑不远、跑不久。多措并举、久久为功，助力车企始终奔跑在健康、有序的发展赛道上，切实保障消费者合法权益，汽车产业必将迎来更加光明的未来。

据《人民日报》

市场调查：“零公里二手车”价格低是卖点

6月13日，记者来到位于西安市西咸新区沣东新城三桥街道的一家二手车交易大厅，展厅内上百辆二手车一字排开，其中不少新能源车型被业务经理称为“零公里”。

“这些车基本上没上过路，有的出厂就到我们展厅了，公里数都很低，可以说是准新车了。”一位业务经理指着几辆新能源车型向记者介绍。他特别推荐的一款新能源车，仪表盘显示里程仅0.01万公里（100公

里），上牌时间为2025年6月，售价16.8万元，比新车指导价便宜1.88万元。“今年刚挂牌，是现车，确实划算。”业务经理称，现在“零公里车”月销量可达二三十台。

记者在展厅看到，包括比亚迪、小鹏、小米、问界、蔚来在内的多个热门新能源品牌均有“零公里”车源，外观和配置与4S店在售新车几乎无异，但价格普遍低于市场指导价。

“其实，抓住的就是‘低价买新’的心理。”一位在三桥车城从业多年的车商告诉记者，许多消费者尤其是首次购车家庭，对新车接受度远高于二手车，而“零公里车”恰好在“新车观感”与“二手价格”之间实现了心理平衡。

尤其在部分热销车型存在“加价提车”的市场背景下，这类“新面孔旧身份”的车型，更是被不少消费者视作“替代选择”。

车商揭秘：“零公里二手车”从哪里来

“零公里车”车源从哪里来呢？“有的是4S店为冲业绩的‘冲量车’。”资深车商任先生说，汽车厂商每月会给4S店下达销售任务，为了拿返点、保留代理权，不少4S店会选择在月底“自购上牌”，完成销量指标。这些车辆上牌后便以二手车名义迅速流入市场。

“很多车连保险都没买，挂牌、上户、到出售，整个流程很顺畅。”一位不愿透露姓名的4S店员工表示，这种做法已成为业内“默认的操作”。还有“员工车”展车或“试驾车”，这类车通常在4S店内短时间展示或试用，上牌后进入二手车市场。

“消费者眼中是一辆准新车，实际上

背后可能牵扯多个环节，包括中介操作、返点结算、车源腾挪等。”一位二手车平台运营负责人透露。

记者在走访中通过一位业务经理了解到，有些“零公里”或者“低公里”的车其实是为了领补贴购买并挂牌的，领到补贴后就把这些车当作二手车卖了。

消费风险：“零公里”不等于“零风险”

6月12日，记者在西安市未央区天台路的一家二手车行发现，一辆小米SU7贴着“品牌二手车”标签，表显里程仅300公里，标价22.69万元，比官方售价还贵出一万元。销售人员解释说：“新车至少要等半年，而这辆可以随时过户提车，方便得多。”

但记者了解到，表面“现车”的便利背后，或隐藏着诸多消费风险。

某新能源品牌折扣车店的销售人员透露，虽然这些车辆“几乎没跑多少里程”，但

保修权益并不等同于新车。

“首任车主享‘三电’终身质保的同时还享有6年或12万公里的整车质保，二手车主则只享有6年或12万公里的整车质保。”但这名销售人员又补充道，“现在新能源车更新快，5年换一辆很正常，终身质保也未必有实际意义。”

但实际情况远不止如此。大多数车企的质保政策从首次上牌或开票之日起开始计算。也就是说，即使消费者“当天提车”，保修时间可能已从数十天甚至数月前计算。

记者拨打吉利汽车全国客服电话，客服表示，首任非营运车主享受“三电”终身质保，整车是6年或15万公里的质保，二手车主不享受“三电”终身质保。

此外，一些品牌车企明确规定：非首任车主不享受终身质保，甚至拒绝承认非4S店销售的车辆售后责任。

消费者往往在签约提车后，才意识到“保修缩水”“服务打折”等现实问题，而想要维权却往往无门。

律师提醒：购买“零公里二手车”需谨慎

当前我国关于新车、二手车的界定标准，主要依据为是否完成登记注册与是否过户。只要车辆完成上牌，无论使用里程多少，便被视为“二手车”。陕西仁端律师事务所律师陈凤涛指出，法律层面上“零公里二手车”和普通二手车没有区别，卖方有义务如实告知车况。但现实中，许多车商信息披露存在不透明，甚至隐瞒误导的情况。

这造成消费者在购车过程中面临严

重的信息不对称。一旦发生质量纠纷，责任归属不明确，消费者难以索赔，往往陷入维权难境地。

“零公里二手车”凭借准新车的外观和性能，加之显著的价格优势，确实为部分消费者提供了低成本购车的新选择，然而，这背后的复杂流转环节和售后保障缺失，也让不少消费者面临潜在的售后风险与法律隐患。

文/图 本报记者 朱娜娜

农行咸阳分行架起暖心助老“服务桥”

近年来，农行咸阳分行不断强化养老金融服务，持续优化适老化服务体系，切实将金融服务的爱心传递给每一位老年客户。

建立“分级响应服务机制”。该行按照老年客户需求缓急、业务复杂程度、客户群体特殊性等三个维度建立分级响应服务机制，开辟老年客户金融服务绿色通道，坚持“首问负责制”和“限时办结制”，优先解决老年客户金融需求。

完善适老化配套设施。该行在网点新建、更新施工中设置无障碍通道、轮椅坡道；网点大厅配备老花镜、急救药箱、放大镜等适老工具；柜面叫号系统搭建老年人优先机制，智能设备区安排专人指导并适时切换大字版操作页面，

以暖心设施、暖心服务赢得老年客户广泛好评。

优化养老金融服务模式。该行在积极开展上门服务的基础上，大力推广农业银行掌上银行“老年版”操作界面，以简化的业务流程、智能的语音客服降低老年客户操作难度。针对养老金发放、医保缴费等高频业务，开通“线上预约——线下优先办理”通道，减少老年客户排队时间。

未来，农行咸阳分行将进一步优化老年客户金融服务，以“助老”“利老”“惠老”为目标，在完善网点功能、简化业务操作方面狠下功夫，以更优质、更全面的金融服务谱写养老金融大文章。

师吉利 张蝶飞