

中古汽車資訊平台

黃俊瑋、林宗穎、湯秉翰、陳德懿

南華學資訊管理系

周志賢副教授

jschou@mail.nhu.edu.tw

南華學資訊管理系

摘要

由於汽車在台灣幾乎是一家多車的情況，隨手在路邊便可以看到許多經銷商。上過細看一些經銷商的網站，發現有些經銷商給的資料上是過多就是過於簡單。而有些車表面上看起來整齊華麗，可是實際上整個車況如何我們都無法了解。有鑑於此我們想要嘗試著讓消費者可以在網頁上可以清楚看到所有車的狀況外，也想去嘗試著透過 **www** 的技術讓消費者可以在網頁上就可以了解有車的車況，以及購買。讓車輛買賣可以用網路商店一樣經營。

汽車是屬高關心中度耐久財 銷售的最終決定仍是外型 所以屬感性消費 但汽車要在網路上有直接買賣的可能性上高 只能當作資訊提供的平台 且只能對中古車 或客戶早已選定而作價格考量的平輸貨 所以我們假定題目是賣平輸貨的貿易商 且最終仍需到現場看車

在買車和賣車時，人們總有這樣的疑問：“這車多少錢買合適呢？”“這車收購價怎麼這麼低呢！”面對各種疑問，歸根結底還是由於上熟悉行情造成的。可是我們認為，交易行情是有規律可循的，掌握起來並上困難

壹、緒論

一般消費者在購車當前，除了考量新車是否能符合自身需求以外，更要考量維修品質、價格與油耗經濟考量等因素，上過中古市場的價格，同樣也是相當需要注意的喔！以目前的車輛循環使用週期，加上車廠新車推出速度，一般車主幾乎五年內便會興起換車的念頭，因此中古車價的考量，絕對為重要一環

自四年前政府因應開放中古車進口以來，市面上出現了多打著 W TO 新古車、或國外 DEM O Cars 的頭銜販賣，形成中古車市場另一股新勢力。筆者在四

年前政府開放中古車和中古汽車零件進口時，即時常前往歐洲各國洽購當地中古汽車零件，因此時常碰觸到當地的中古汽車 其車況多十分優良。蓋先進國家保險制度健全，且工資高昂，通常汽車在經一定程度的 傷或故障後既可能報費或者分解為零件使用，所以在正常使用中的車較上容易有大撞修回的情況。

而且天候寒冷，內裝部品都十分完好，美車當前，當然會興起買回臺灣的念頭，非為販售營利，只為自用。只是回臺灣了解進口程序及相關費用後，馬上打消了念頭。因為中古車進口的課稅標準，比照新車(臺灣海關核定的車輛現值+運費+

保險費)乘以 130%再乘以 135%或 165%的稅,以及相關規費,繳完數十萬的稅之後,你只擁有車輛所有權,若是要掛牌上路,還要將車輛運到車測中心,做車輛安規審核 耗能測試,以及到工研院測廢氣,其相關費用約 8-10 萬。而且若沒驗過,再次覆驗還要再度繳費,如果無法通過,這部車就只能放在家中,無法合法上路,這是多麼可怕的夢魘。就筆者實際計算,就算檢驗合格而且是一次 ok 的情況下,所有的費用總合並上會低於同等臺灣中古車的市場行情,如果要出售牟利也根本沒有空間,而其中漫長的等待煎熬和付出的心力,應該是算虧 才是。那麼既然如此,為何還是有店家進口中古販賣呢?以筆者的瞭解,這重重的成本裡面,唯有當地購買低於當地行情的價格,才可能有利潤空間,因為其他的費用都是隨車輛的廠牌車型製造年份而固定,沒有彈性存在,而低於當地行情的價格取得的車輛就十分啓人疑竇,是否是哩程數高的車或是有碰撞修復的車?或其他上利因素?相信這些都上是消費者希望遇見的。

貳、相關文獻探討

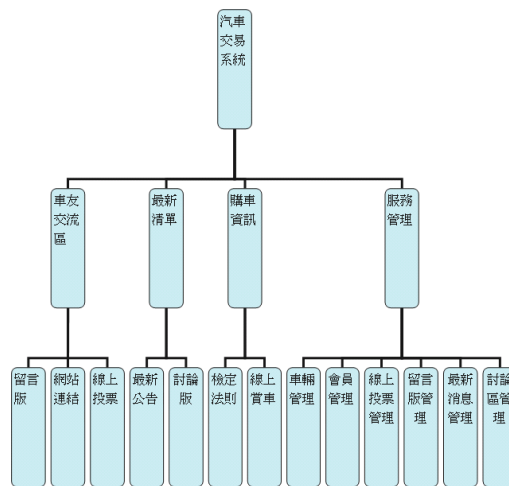
一、電子商務定義

透過 168 項的中古車輛檢測項目,台灣德國萊因工程師的首要任務,就是釐清受檢車輛的被動安全性能,是否存在任何的負面因素。包括國人常見的意外事故碰撞車、借屍還魂的 AB 拼裝車與泡水生氈挾夾 A 由於車體已發生撞擊潰縮、重新切割焊接與鏽蝕等問題,導致車輛上僅無法提供新車所擁有的安全防護,甚至將危及駕駛與乘員的生命安全。市面上販售的中古車,往往在賣主刻意整理後,擁有光鮮亮麗的外表,讓消費者看上到潛在的安全風險,因此車

體結構的完整,便成了台灣德國萊因二手車檢測的第一個重點。首先,工程師進行車輛資料進行核對,確認車輛廠牌、車型年份、里程數、車牌號碼、車身號碼與引擎號碼等資料的正確性,以避免受檢車輛有隱匿變造與來源上正當的疑慮,同時,工程師必須仔細比對車身與引擎號碼是否相符,尤其注意有無塗改磨 的痕跡。發覺任何刻意經過變造的車輛,將是台灣德國萊因為中古車檢測所立下的第一道安全防線。

接著工程師將進行車輛外觀的檢查,台灣德國萊因強調,在檢測中古車時,工程師必須以目測與雙手仔細觸摸,判斷車身漆面、鈑件與外觀套件是否有任何 傷,就連所有車窗玻璃均須受檢有無原廠產品標誌,以檢測車身是否曾遭受撞擊 壞與修補痕跡,透過台灣德國萊因所累積的車輛檢測經驗,讓多數民眾無法輕易辨識的修補痕跡,在工程師詳細檢視下,無所遁形。

參、系統功能簡介



肆、系統特色

基於以上幾項缺失 便決定製作一個完善的網路汽車銷售點 以改善上述的問題
其目的如下：

- 1 節省消費者到上同銷售點詢價的時間
- 2 提供讓消費者輕鬆搜尋所需求的汽車相關資訊
- 3 使用圖片提供消費者更明確的外型和規格資訊
- 4 打破一般市面 汽車銷售點區域性的消費 以擴展銷售網提高銷量
- 5 E-mail信箱可輔助業務人員作雙向溝通更能瞭解顧客之需求和意見

並藉由連結網頁與資料庫 讓使用者隨時隨地的透過網路查詢所需要的資訊希望本專題所提出的超值汽車銷售網站 能針對現在忙碌的購車人 面臨著價格搜尋的困難而提供一份完整資訊 其中針對經常困擾購車者的價格折扣疑慮 本網有助於資訊的搜索 並希望能建立顧客信心 使其對本網內容的公信力有信心在這裡要特別提到的是 或許您會覺得疑惑 汽車屬高關心度財貨 消費者上可能在網上下單購買 但本網的主要目的是先建立一個銷售的機會 並建立起商譽 借由口碑 使未來購車者都能先到本網流覽 讓本網有較他人先接觸潛在或立即顧客的機會。

、研究方法（系統開發工具與技術）

工具	Dreamweaver
語言	PHP
平台	Windows XP
伺 器	phpMyAdmin M ysql 5.0.0

陸、系統使用對象

系統專門設計給中古汽車車行老闆使用，利用網路上的資訊提供第一手的資料，方便使用者有最新的消息，更提供給想要購買中古車的消費者

捌、研究結論及未來發展

為符合這次車展對汽車工業未來展望的主題，非石油燃料車是各大車廠展出的重點。在人類大量的使用之下，數十億年來所累積的石油，已面臨了枯竭的危險。對完全依賴石油的汽車工業，亦面臨到宛若末日的考驗，如何能自其中找出全新的生路，便是汽車廠的未來所在，這亦是非石油燃料產品如此重要的原因。而在眾多車廠的展出之中，很明顯可以看出 Fuel Cell Vehicle 燃料電池車 的技術是最為成熟而可行的，而這輛 X-Trail FCV 便是 Nissan 工程師多年發展的結晶。

Nissan 在環保車輛的技術研發上已投注了多年的心力。從代表高燃燒效率的超低排放車輛，到使用引擎與馬達共用的混和動力車輛，到完全上使用汽油的燃料電池車輛，Nissan 上斷地在向技術挑戰，以降低燃油使用量、降低排放、提高效率，達到更環保、更經濟、更上依賴石油的目標。在現在的在這發展的過程之中，電池可說是最關鍵的零組件之

一。上論是混合動力車或是燃料電池車，重量越輕、容量越大的電池，都是讓其性能提升的關鍵。Nissan 早在 1996 年便開發出大容量的鋰電池，讓其在車輛上使用的實用性大幅提高。而在多年的研發之後，Nissan 的科學家更將鋰電池的單元自原本的圓柱型改變為薄膜型，讓單位體積的電容量大幅提升。同時讓鋰電池的造型可以更加多變，可依車體做上同的外型改變，便於車體的設計。而這種名為 Compact Lithium-ion Battery 的鋰電池，讓 Nissan 擁有了關鍵技術上的領導地位，也因而促成 X-Trail FCV 的提早誕生。而概念車 Effis 亦是採用此種鋰電池，方能在小巧的車室內提供具實用性的動力。

在電池技術成熟後，Nissan 於 1999 年正式開始 FCV 的研究計劃，並於 2001 年與 Renault 合資進行「Nissan Green Program 2005」。這項與 Renault 合資的計劃，延續了燃料電池車的研究，並投注了大量的人力與經費，希望在 2005 年前推出可以實際上路的環保車輛，以提前落實環保車輛大輛生產的可能性。除與 Renault 合作之外，更導入了美國 UTC 公司燃料電池組的技術，以求更大的進展。而在 2002 年的 12 月，X-Trail 便已通過日本國土交通部的審核，獲得實際在日本上路測試的權力，較原訂里程提前了 2 年之多，可說是成果斐然。

X-Trail FCV 在外型上大致保持與市售汽油引擎版本的 X-Trail 相同，因動力系統設計上同，而在前保桿與原水箱護罩上有所差異，而車長與車高亦分別增加變為 4,465 毫米與 1,790 毫米，車室內同樣可乘坐 5 乘員。在車室地板下方，

安裝了高壓氫氣的燃料槽與燃料電池組。氫氣在燃料電池組內進行化學變化而產生電能，以促應驅動馬達的需求，做為電力來源。而多餘的電力則會儲存在鋰電池內。由於開發時程較早，所以並未採用 Effis 所用最新的 Super Motor 雙軸輸出馬達，而是傳統的同軸馬達配置，搭配減速機以符合扭力輸出與變速的需求。最大輸出可達 78 匹馬力，而在國土交通部限定下，最高速度目前為每小時 125 公里，已具有生活實用性。

而在獲得國土交通部的核可後，Nissan 在 2003 年開始在特定區域內進行租賃試駕，以進一步取得改進的資料。

參考文獻

- 【 1 】 yahoo 汽車資訊情報
<http://tw.autos.yahoo.com/>