

WEEKLY 本周

随着“3·15”一系列活动的开展，对于消费者权益的保护再次成为了大众关注的焦点。在汽车行业中，4S店一项名为“上牌服务费”的收费引起了消费者的广泛质疑。

买车后是否由4S代办上牌，这本是由车主自行选择的一个项目，如今却被某些4S店强行绑架。据了解，目前绝大部分4S店采用捆绑销售形式，即买车包牌，消费者买车时除了支付车价，还需支付上牌费以及保险费等，4S店通过“上牌服务费”的名义弥补车价让利部分。

在这种情况下，原先车主自办只需缴纳125元汽车上牌工本费，经过4S店的代办后，价码立马飙升至800—5000元。甚至在车主明确表示不需代办车牌后，某些4S店仍然强硬收取这一费用。

对于4S店收取“上牌服务费”的行为，法律界人士表示，汽车销售公司代办上牌业务是建立在其熟悉上牌流程基础上的增值服务，如果汽车销售公司在代办上牌业务时胡乱开价，甚至刻意隐瞒、欺骗消费者，则有可能构成价格违法行为。

数字

6.29亿欧元

根据大众汽车集团数据，2014年旗下超豪华跑车制造商兰博基尼营业收入达6.29亿欧元，对比2013年的5.08亿欧元，提升了23.8%。

24%

2015年2月份，斯柯达在中国交付汽车超过17600辆，同比增长超过24%，实现了强劲增长。

6.15万辆

根据丰田汽车最新数据，其2月份在华销量达到6.15万辆，同比增长18.6%。卡罗拉、威驰等小型车和紧凑型车成为了增长的主力。

爱车生活 Auto Life

事件



点评：QX50在拥有轿跑车运动基因的同时，最大限度地满足了后排乘客的空间需求。

东风英菲尼迪QX50上市

近日，东风英菲尼迪QX50正式上市，其官方指导价为34.98万—44.98万元，共发布四款车型。

作为东风英菲尼迪推出的首款国产SUV，全新东风英菲尼迪QX50保持了进口版车型的风尚设计，卓越性能与豪华品质，并在外观、内饰和配置等方面进行全面升级。最引人注意的还是其2880mm的加长轴距，堪称同级最长。

此外，值得一提的是，东风英菲尼迪更是唯一提供4年/10万公里免费保修保养服务的国产豪华品牌，此举大大提升了全新QX50的市场竞争力，让其在奥迪Q5、讴歌RDX等直接竞争对手面前有了昂首阔步的底气。

一汽丰田更新LOGO

近日，一汽丰田正式发布品牌形象新LOGO，启用银色金属立体品牌图形标识与红色平面品牌文字标识的组合。银色与红色的采用代表了一汽丰田对品牌的承诺，即内心平和与令人心动的感觉，更具质感的3D金属立体图标也与车身质地更加契合。此外，总经销商标识文字部分的英文“TOYOTA”则改为中文“一汽丰田”，更具本土化特色，也更显亲民。

点评：新LOGO中全中文的运用有助于提升国人对一汽丰田品牌的认知。



传祺GS5速博上市

日前，广汽传祺GS5速博8款新增车型正式上市，其中，1.8T增加3款车型，2.0L排量增加5款车型。新上市车型售价为12.68万—18.28万元。

1.8T/2.0L豪华导航版配置北斗+GPS双模导航、360度全景泊车影像、双LED光导日行灯、18英寸轮胎、大陆(马牌)轮胎、EPB电子驻车制动系统等。2.0L精英版配备7英寸触屏娱乐系统、180度广角倒车影像、博世ESP 9.1电子稳定系统等。

点评：新增车型丰富了传祺GS5速博的产品线，给消费者带来了更多的选择。

比亚迪进军韩国市场

比亚迪亚太汽车销售事业部总经理刘学亮近日在韩国国际电动汽车展表示，比亚迪将于2015年内正式进军韩国市场。

刘学亮透露，考虑到解决能源、环保问题首先应从油耗、里程最多的大众交通开始，比亚迪计划以电动公交为先导打入韩国市场，力争在2015年年底之前让韩国民众享用上比亚迪的电动车。

点评：我国汽车产业的发展需要落实“走出去”战略。

雷克萨斯可靠性夺冠

日前，据德国媒体报道，在J.D.Power最新的汽车可靠性调研中，雷克萨斯第四次位居榜首，并且大比分领先德系三强奔驰、奥迪和宝马。

此次调研共有超过3.4万名车主参与，以报告问题次数多少来排序，雷克萨斯每100辆会报告89个问题，远远低于排名第二别克的110个，而行业平均数据则是每一百辆报告147个问题。

点评：雷克萨斯的产品质量获得了消费者的认可。



点评：全新爱丽舍质尚版兼具了时尚性与实用性。

全新爱丽舍质尚版上市

日前，东风雪铁龙全新爱丽舍质尚版正式上市。新车共推出了5款车型，官方指导价为8.38万—11.88万元。

外观方面，全新爱丽舍质尚版特别配备了运动尾翼，完美地修饰了流线型车身。同时该车还配备了镀铬运动尾排，为整车增添几分动感。中控台与车门处全新配备了运动风格内饰，更显时尚品味。

全新爱丽舍质尚版优化了储物空间，配备了极具实用价值的多功能卡片槽，同时搭载的智能感应开启行李厢，当驾驶员环抱重物时，只需轻轻抬脚，行李厢即可应声开启。

大众斥巨资在墨西哥建厂

据报道，大众公司将在墨西哥投资10亿美元建立新工厂，为生产新一代大众Tiguan车型做准备。并为当地带来2000个工作职位。

新一届墨西哥政府大力扶持墨西哥汽车制造业的发展，截至2014年底，墨西哥已经获得来自外国汽车厂商的近190亿美元投资，墨西哥同时也成为全球第四大汽车出口国。

点评：得益于政府的扶持政策，墨西哥汽车业获得了快速发展。

再上征途

试驾全新别克英朗

文 | Erin

所谓全新英朗，实际上是英朗GT的换代车型，而两厢的英朗GT则继续保持现款进行销售。在大家的固有印象中，英朗GT是和速腾相竞争的高端车型，不过当全新英朗的售价公布时，相信所有人都明白，英朗“降级”了，起步价相比老款英朗降低了将近3万元，很明显，全新英朗瞄准了这个级别的销量王——朗逸。那么这款车是如何在大幅降低售价的情况下保持自己竞争力的呢？通过今天对全新英朗的试驾，相信会给出一个答案。

全新英朗经过重新设计，但“小君越”的昵称依旧合适，中网、大灯、腰线以及尾灯等都与君越有着异曲同工之妙。全新设计的展翼型HID大灯，黑白穿插的形面和线条纯净简洁，塑造出深邃的内部空间和悬浮感，大灯向车身两侧延伸，突出横向视觉效果，彰显动感。比较特殊的是，新车全系不带有雾灯，厂家人员表示，全新英朗的大

为了更好地适应市场，全新英朗调整了产品定位，由过去主打品质与运动转而主打舒适与平衡。

灯符合国家标准，在雾天同样拥有一定的穿透能力。

从视觉感受来看，新车内饰的豪华感较英朗GT有明显的提升，风格与设计与昂科威基本相似，线条和层次都非常丰富。中央扶手箱包裹了软质材料，手枕上去挺舒服的。运动旗舰版最为亮眼的设计是装有一条红色装饰条，点亮了整个车内空间，使其看起来充满活力，而且红黑的搭配也有效地激发了驾驶者的驾驶欲望。

新车的动力也得到了进一步提升，全新的1.5L与1.4T两款发动机取代了之前的发动机。新英朗的悬架系统并不是老款的扭力梁式非独立悬架，而是双连杆独立悬架，使得舒适性有所提升，可以看出，全新英朗在定位上也主要是趋向于家用舒适。另外，车内的静音控制依旧让人满意，采用了别克专利的“Quiet-Tuning”高标准静音科技，无论是胎噪还是路噪以及风噪都能控制得很不错。



开启生活之悦

试驾长安铃木启悦

文 | Erin

启悦，可以理解为“开启愉悦”。那么，作为长安铃木首款中级三厢车，启悦能否为驾乘者带来“愉悦”的有车生活呢？

汽车的造型是博得用户好感的第一因素，在造型上，启悦具备让人赏心悦目的本领。它的设计理念以“Sporty & Noble (动感与优雅)”为主题，并具备新世代铃木车型的家族特征。宽大的镀铬进气格栅霸气十足，从格栅上边缘两端逐渐向后延伸的发动机棱线，提升了车头视觉上的阳刚之气。

启悦的内饰设计，遵循雅致和时尚兼顾的原则。整体色调以米色和黑色为主，给人温馨愉悦的气氛。T字型中控台和前门板采用仿桃木装饰，并大量使用了镀铬装饰件，营造出精致优雅的车内氛围。仪表具备7级亮度调节，读取车辆信息更加清晰方便。

在实际驾驶中，启悦的方向助力适中，反应也很快，几乎没有虚位，扭动车头迅速跟进，只是方向路感不算很清晰。弯中车身的侧倾处理不错，连续左右变道仍让人感觉很安全。连续几个弯过后，感觉车子的过弯轨迹很理想，车身也很稳定，特别是205/50R16的玛吉斯轮胎，抓地力比想象中好。



霸气骑士

试驾进口三菱帕杰罗

文 | Erin

虽然没有牧马人那样显赫的血统，也不是像卫士那样出身于名门望族，但是帕杰罗在越野方面的天赋也是一脉相承的。

从1982年诞生的第一代帕杰罗开始，帕杰罗追寻自由脚步就没有停止过，直到今天全新改款的第四代帕杰罗V93摆在我们面前的时候，依然能感受到它强烈的野性气息。

帕杰罗身体里流淌着的野性基因决定了它不需要用过多的时尚来修饰，去刻意讨好女性消费者或是时尚潮人，在帕杰罗的身上几乎找不到任何一处能用柔美形容的细节。魁梧饱满的身躯、笔直硬朗的线条，处处都体现出男性阳刚的气息。

所以，即便是全新改款，2015款帕杰罗也是坚定地保持了这样一个一眼就能看出越野天赋的刚毅外表，除了全新增加的LED日间行车灯使得2015款帕杰罗的前脸与老款略微有些不同以外，整体设计与老款并无二致。全新的铂米黄金金属色车身被深绿云母

色所环绕，这样的色彩搭配更加凸显了帕杰罗强悍的越野性能与大自然的和谐统一。即便是在被时尚充斥的SUV阵列中，帕杰罗依然是十分惹眼的，没有一丝扭捏的感觉，完全是阳刚与野性的真实写照。饱满庞大的车身，毫不掩饰的外挂式轮胎，所有的细节设计都是为了突出帕杰罗亘古不变的野性基因。

新车的机械总成和设计，即便看似专为越野服务的性能配置也能在城市中发挥出应有的作用和功效，在不削弱越野能力的前提下，为城市性能提供最大化的性能保障。它不仅拥有行走于荒野之间的刚毅与坚强，同时也具备居家男人的细致和周全。虽然帕杰罗这样的硬汉终究不会成为每一个人的菜，但是从它的设计、定位，到属于荒野又适合城市的性能来看，它在努力地迎合更多人的需求和口味。