

# 汽车

新京报 Automobile

# 杂志

激情 驾驭 梦想



新京报制图 赵斌

## 灿烂日内瓦

### 第82届日内瓦车展特写

3月,日内瓦国际展览中心,7万多平方米的场馆里堆积了来自全球260个参展商的700多辆展车。主办方表示,本次车展上首发的车型打破了历届车展首发车辆的纪录,而且这个数字是去年日内瓦车展首发车数量的两倍。

B15-B18·环顾日内瓦

### B21·本地商圈 “2月新车”销售调查

### B11·新车聚焦 新速腾6款车型上市

■一周谈

## 豪车消费,出手需理性

去年豪华车市场“野蛮”激增超过40%,而近日有关豪车的话题也接踵而至。前段时间,先是雅阁“高价轻吻”劳斯莱斯事件引发各大媒体大喊“豪车出没,请注意”的警示语。上周,一位微博名叫“石赢”的准奔驰车主于3月4日称:“一名自称是奔驰某4S店销售员叫何霖霖的人,以卖车及办理牌照名义骗走了几十名车主以及多家4S店数百万巨款后潜逃,并以20万悬赏征集嫌疑人下落。”这条微博被转发了300多次后遭删除。

豪华车种种问题的集中爆发有一个酝酿的过程。随着销量狂飙,豪华品牌的网点扩张也是“一脚油门到底”。据本报记者统计,预计今年年底前,奥迪在京经销商数量将达20家;宝马有望达15家左右;奔驰现有12家,加上维修中心及城市展

厅,网点总数已超20个。另据车企公布的计划,英菲尼迪今年将在现有近60家4S店的基础上再增加29家,雷克萨斯在中国已有81家经销商投入运营,另有54家已通过审批。这种惊人的网络增速,给企业带来的是更大的管理成本和难度。而在终端的直接体现是售后服务一定程度跟不上。购豪车,却享受不到与之对等的尊贵服务,这是不少豪华车主的抱怨。

购豪车带来的连锁问题,车主在购车前往往容易忽略。其实,这并不全怪消费者,面对豪车“白菜价”谁能不冲动呢?

两周前,奔驰S级降价20万引发豪车价格“地震”,相信这足以撼动那些原本预计购买中高级车的人们,咬一咬牙多挪出几万块直接把奔驰、宝马开回家。殊不知,这不是一

咬牙的问题,购车后“出血”的地方还多着呢。

近日,本报记者接到了一位奔驰E300车主的求助电话,他的车辆碰撞后需自己垫付40万的出险费,最快需两个月后才能从保险公司获得退款。可4S店在代上保险之前已经告知出险费用超过10万的话需由个人垫付。实际上,令这位车主有点难以启齿的是“最近因资金周转的问题暂时拿不出40万”。

此事例反映了一个问题,国人在豪车消费中很大程度上存在一种盲目越级的攀比心理。一位经销商调侃上述事件:“你虽说买的是E,可你走进奔驰4S店享受的是跟S级相同的待遇啊,那当然默认你撞了后也有S级的垫付财力了。”

奉劝广大豪车的准车主们,别被“跌入洼地”的车价冲昏了头。

□梁静晶