

本期关注

# 车辆污染防治“时间表”明确 加速淘汰黄标车

**2014年底:**  
淘汰黄标车和老旧车 600 万辆  
在全国供应国四标准车用柴油

**到2015年底:**  
淘汰 2005 年底前注册营运的黄标车,基本淘汰京津冀、长三角、珠三角等区域内的 500 万辆黄标车  
京津冀、长三角、珠三角等区域内重点城市全面供应国五车用汽油和柴油,加快柴油车车用尿素供应体系建设

近日,国务院办公厅印发了《2014—2015 年节能减排低碳发展行动方案》,针对当前机动车污染的严峻形势,明确提出 2014 年全国淘汰黄标车及老旧车 600 万辆的目标及油品供应、机动车环保监管和配套设施建设等一系列重点保障措施。为贯彻落实《行动方案》,各地区、各部门要协调一致,全面降低机动车污染物排放,改善城市大气质量。

机动车按照环保合格标志划分为黄标车和绿标车,黄标车是指排放水平低于国一排放标准的汽油车和国三排放标准的柴油车。截至 2013 年底,全国共有黄标车 1349.4 万辆,占汽车保有量的 10.6%,排放的污染物占汽车污染物排放总量的 50% 左右。加强机动车污染防治,加速淘汰黄标车和老旧车是实现“十二五”减排目标的重要环节。对此,《行动方案》作出了明确部署。

其一,加速淘汰黄标车和老旧车。《行动方案》在《大气污染防治行动计划》的基础上落实今年《政府工作报告》淘汰黄标车和老旧车 600 万辆的要求,并将黄标车和老旧车淘汰任务分解到省级人民政府,通过加强价格政策、财税支持、绿色融资等政策引导黄标车和老旧车淘汰。

其二,全面落实车用油品供应



和尿素供应体系建设。《行动方案》明确了全国和重点地区车用油品的供应和柴油车车用尿素供应体系建设的要求,为机动车排放标准的实施奠定了基础,并且通过使用清洁能源改善在用车排放状况,促进车油一体化进程。

其三,加强机动车环保监管。要求加强机动车环保管理,强化新生产车辆环保监管。机动车环保管

理分为新车和在用车环保管理,经验表明,机动车环境管理重点在于新车监管,从源头进行控制。新生产机动车环保不达标将严重阻碍大气环境质量改善进程,抵消淘汰黄标车带来的环境效益。通过联合相关部门开展专项行动,严格机动车排放标准实施,从机动车生产全供应链各个环节严格开展环保一致性检查。  
(据《经济日报》)

车市评论

## 我们需要怎样的汽车消费文化

钟天骥

由于地域、环境、国民性格等因素,每一个汽车强国都有着专属自己的汽车消费文化。提到美国,我们最先想到的是越野车和皮卡文化;提到欧洲,我们会想到大行其道的小型车;提到日本,省油、小排量等关键词马上蹦出脑海。

但中国却是个例外。由于自身起步较晚和外国品牌的强势进入,一方面自主品牌仍然没有洗刷掉“低端”、“低价”的标签,另一方面,我们的消费者却崇拜“土豪”的消费文化,不够大、不够长,成了很多人买车时谈论的焦点。于是,越来越多针对中国市场专门研发的豪华车尾标后面加上了一个“L”;于是,一些在发达国家市场不受待见的豪华品牌,在中国售价可以翻出几倍甚至加价仍供不应求。

“土豪”的汽车消费观一部分来源于传统的文化观念。譬如中国古代的轿子,坐在里面未必比自己走路快多少,但是那种高高在上的、被人前呼后拥的感觉让人感到尊贵。同时,在近现代史中,中国经历了从物质匮乏、生产力极度低下到一跃成为世界第二大经济体的巨大转折,这也催生了国人“暴发户”和“炫富”的膨胀心理:热衷大空间、大排场,宁可勒紧裤腰带也要买一台有面子的车一步到位。

从社会环境的角度看,“豪车崇拜”的消费观显然不合时宜。中国人口众多,石油资源匮乏,一二线城市交通拥堵,环境污染严重。豪华车大行其道不仅挤占了公共道路资源,大排量也让大气环境不堪重负。

在控制汽车保有量上,国内 6 个城市已经出台了汽车“限购”政策。但很多消费者为了“不浪费”千

辛万苦“摇”到的号,买车时更倾向于大排量的中高档车,其他城市“限购”的传言更是刺激了当地消费者在 4S 店的疯狂抢购,短时间内街道上似乎车更多了……单一的“限购”政策让“减排”效果打了折扣。

在降低排放上,2012 年 6 月国务院印发了《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020 年)》。其中对汽车制造商的平均燃料消耗提出了明确的标准和时间点:目前,国内乘用车的平均燃料消耗量为 7.38 升/100 公里,按照要求,到 2015 年,这一标准要降至 6.9 升/100 公里,而到 2020 年降至 5 升/100 公里。

随着国家层面的强制规定,越来越多的车企把节能减排放在重要位置,推出个性化的小型车来满足市场,有些企业甚至把发展小型车作为重点战略。而中国“年轻一族”的汽车消费喜好已经开始出现转变。近年来,城市紧凑型 SUV 受

到热捧,销量一度上扬。

除了面对企业施行严格要求之外,国家对于消费者的理性购车观念也应该给予鼓励和支持。比如,就像对电动车施行“免摇号”政策一样,国家是否可以在限购城市的摇号比例中,提升购买小型车的成功几率和配额,降低豪华车的中签率?购买和使用小型车是否可以少交汽车保险、汽车通行税和养路费,同时对大排量轿车课以重税?各个城市是否可以对小型车在停车费用、允许停车的范围等方面作出优惠?

如果说,经济发展水平决定了汽车市场发展的增速,那么,一个成熟、理性的消费文化观念,则决定了汽车市场发展的健康与否。今天,当日趋严重的环境污染、交通拥堵摆在我们面前的时候,是该寻找属于中国自己的汽车消费文化观了。  
(据《中国青年报》)

名车图赏



## 劳斯莱斯 幻影敞篷典藏版 全球限量 35 台

近日,劳斯莱斯官方发布了幻影 Waterspeed Collection 敞篷典藏版官图,新车将全球限量 35 台。

劳斯莱斯幻影 Waterspeed Collection 敞篷版车型采用了名为 Maggiore Blue 的蓝色车漆涂装。新车的设计灵感来源于 1937 年搭载劳斯莱斯发动机并打破当时水上速度记录的快艇蓝鸟 K3 (BluebirdK3)。劳斯莱斯幻影 Waterspeed Collection 敞篷版内饰采用了手工镶嵌木板配合与整车蓝色气质相得益彰的蓝色线条装饰,营造出了一副十分精致奢华的内饰氛围。新车将搭载一台 V12 发动机,具体数据尚未公布,我们也将持续关注。  
(本报综合)

车主课堂

## 夏季汽车降温有妙招

炎炎夏日,相信很多车主都有这样的同感:爱车在户外长时间暴晒之后,打开车门就会感觉热浪扑面,车内温度让人望而却步。车主想要在车内营造一个清凉的世界,除了开足空调,还有什么更好的防晒招数呢?

### 第一招:反复开关车门

这个方法最为简单实用。上车后,先启动车辆,然后打开车窗,这时先不开空调,先把驾驶室一边的车窗摇下,再把副驾驶位置的车门反复开关 10 次。2 分钟之内,车内温度

就能下降近 10℃。

接着,可直接行驶。由于空气对流散热,车内的温度迅速降到与外界温度平衡,这个过程大约要一两分钟。在行驶一段路后关闭车窗,开启空调。空调循环一定要放到内循环上。由于冷空气向下沉,所以制循环空调风向最好向上吹。

原理:原理和空调类似,因为热空气浮在冷空气上,开关门把大量冷空气带入车内,反复 10 次,加强了车内车外空气流通,使热空气快速排出,所以降温很快。

### 第二招:喷水或酒精降温

准备一个喷壶,装入四分之三的水,倒入 20 毫升左右的酒精,车门打开后,快速喷几下,然后关闭车门,不要开车窗。一两分钟后,车内温度就会降下来,这时进入车厢就舒服多了。

如果你买了汽车降温剂,也可以在开车前把汽车降温剂喷洒在车内及座椅、车盘的表面位置,只需轻轻一喷,就能让车内温度在瞬间下降 40℃ 左右,降温速度惊人。  
原理:酒精和水都是吸热的。车

南阳车讯

## 广本 5S 店亮相南阳

**本报讯** (记者陈晓璞)钢筋水泥式 4S 店被替代为四面植绿拥有生态理念的“大花园”,你见过这样的汽车展厅吗?近日,我市首家拥有园林式数字展厅的 5S 店—广汽本田南阳华发盛装开业。

广汽本田南阳华发 5S 店位于仲景北路与信臣路交叉口向北 500 米路东,耗资 1500 多万元,占地 7000 多平方米,是严格按照广汽本田最新建店标准建成的南阳首家园林式数字绿色展厅,是集“整车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈、数字化展厅”五位一体(5S)的销售服务店。

广本华发店带来的与园林生态园融为一体的 5S 店,是全新概念。从展现出来的风格来看,该店更像一个园林式的休闲综合体。展厅高高的落地窗外是一片修竹,颇有日式庭院的风格;展厅里面则是典雅的剧场风格,可以想象漫步其中时飘进耳朵里来的曼妙音乐;客户休息区则是打造成图书馆风格,让人静心休息或阅读。

2003 年广汽本田南阳华发店建成开业,作为豫西南地区第一家汽车 4S 店,至今走过了十一年的辉煌历史,年平均新车销售台次达 1700 多台,售后年进厂 27000 多台次,多次荣获全国十佳销售服务店、年度优秀销售服务店、年度特殊贡献奖等多项殊荣。

华发店总经理苏家胜表示,5S 新店的落成既为广本市民提供一个全新的购车环境,又为广汽本田车主提供了一个舒适温暖的家。华发店将以全新的环境和一流的设施,用真诚的态度和优质的产品为广大客户提供周到完善、细致入微的服务,让广汽本田车主真正感受到宾至如归的感觉。

## 全新奔腾 B70 上市



**本报讯** (通讯员樊相虎)6 月 1 日,主题为“因动而悦”的全新奔腾 B70 南阳上市发布会在李宁体育园隆重举行。新车匹配 2.0L 和 1.8T 运动型两个排量,共七款车型,市场售价区间为 9.98 万元~14.98 万元。

全新奔腾 B70 不仅是奔腾品牌第一款全新换代的车型,同时是一汽轿车发布未来五年发展战略和规划后上市的首款换代车型,标志着奔腾品牌完成了最初阶段的品牌积累,进入全新的成长阶段。

全新奔腾 B70 车身尺寸也由上一代的 4729/1782/1465mm 增加到 4800/1820/1472mm,与上一代 2675mm 的轴距相比,全新奔腾 B70 的轴距增加到 2725mm,为消费者带来了动感舒适的驾乘空间。

在动力方面,全新奔腾 B70 2.0L 和 1.8T 运动型分别搭载了 ET3 系列高性能全铝合金发动机和 4GC 系列高性能增压发动机,与其配合的爱信全新第二代 F21 系列六速手自一体变速箱(加强型)。全新奔腾 B70 采用了“双横臂式前独立悬架”和“E 型多连杆式独立后悬架”的悬架系统,实现了舒适性与操控性的极佳平衡。

在安全性上,全新奔腾 B70 也极尽追求完美。全新奔腾 B70 采用 3H 结构车身设计,并辅以 Bosch 最新的 ESP 9 系统、8 通道泊车雷达、倒车影像和胎压报警功能等众多体现科技实力的主被动安全装备,令其达到了 5 星级安全评价。全新奔腾 B70 还搭载了丰富成熟的智能装备,包括自动灯光控制系统、定速巡航等,进一步强化了全新奔腾 B70 高档感与智能科技水平。

车市动态

## 奇瑞举办汽车特技嘉年华



5 月 31 日,2014 奇瑞汽车特技嘉年华活动在安阳举行,南阳众奇瑞汽车花园带领我市 50 名客户参与并见证了奇瑞风采。欣赏炫酷特技表演,参与万元幸运抽奖,享受空前购车优惠,活动共吸引省内两千多名消费者来到现场,实现销量近 400 台,气氛爆棚。

作为奇瑞汽车体验式营销的又一次升华,此次奇瑞汽车嘉年华大型体验活动精彩纷呈,产品静态展示、动态体验、抽奖环节、车辆特技表演等环节有机组合,贯穿整场。为更真实地感受奇瑞的性能,活动还邀来国内知名专业汽车特技表演车队,驾驶着未经任何改装的奇瑞汽车,用事实展现了奇瑞汽车的优良品质。

在嘉年华活动现场展示区,除艾瑞泽 7、奇瑞新 QQ、新风云 2 等 10 余款奇瑞主销车型,将于 6 月 22 日登陆我市的瑞虎 3 也惊艳亮相。

作为一款多年来品质口碑俱佳的经典车型,新瑞虎 3 遵循奇瑞正向研发流程和标准,在品质上再次实现了重大提升和改进,包括感官品质、制造工艺,以及动力、舒适、配置的变化,将“品质比肩合资”这一奇瑞品牌形象下的产品精髓体现得淋漓尽致,并在造型设计上注入了奇瑞汽车的家化元素。经先进的技术平台全面优化升级,全新硬造型设计,550—1800L 阔容后备箱空间,SUV 底盘系统,综合油耗低至 6.1L/100KM,6.5 英寸豪华级触屏娱乐导航系统。作为一款紧凑型城市 SUV,新瑞虎 3 长宽高分别达到 4420mm×1760mm×1670mm,车身尺寸相比同级车型更具优势,不仅外观上更加阳刚、大气,也营造出宽敞舒适的车内空间。

此外配合本次嘉年华活动,奇瑞华中大区还给予专项购车优惠政策,当场购车的消费者不仅享受到多重优惠政策,还有部分幸运客户赢得了微波炉、冰箱及万元现金大奖。

(董腾飞)

