

A3 中高级车行情谁真正“紧俏”

在原本可以多得“实惠”的时候反倒要多花钱，市场人士建议消费者买车时一定要保持冷静。“仔细分辨到底哪些车型是真紧俏，哪些是人为制造的供不应求。”亚市一位管理人员说。

A5 “一汽鹰”能否助奔腾摆脱营销尴尬

5月18日，一汽奔腾2011款B70上市，一汽集团开始以统一标识示人。一汽轿车总经理张丕杰表示，在未来的发展战略中，奔腾将首先从确立品牌形象开始，2011款B70上市后统一悬挂中国一汽鹰字标。

A6 东风裕隆欲借“华系”弯道超车

大概还要100天左右，中高端SUV市场将有一员实力新军杀入——纳智捷SUV。同时，东风裕隆纳智捷品牌做实华系车的口号，也将随着这款车的上市在消费者面前真正实体化。

“醉驾入刑”催热酒后代驾服务

随着5月1日《刑法修正案(八)》醉驾入刑新规的正式实施，大大提高了酒驾的违法犯罪成本，也激活了代驾生意，酒后代驾市场出现“井喷”局面。

据一项调查显示，去年，北京市内私人机动车已突破300万辆，如果其中1/3的司机一年有一次代驾需求，那么，北京市每年的代驾需求就高达100万人次。按人均收费100元计算，这将产生近亿元的市场。

面对酒后代驾诞生的巨大市场，记者在代驾市场采访中发现，自2004年《道路交通安全法》提高了酒后驾驶的最高惩罚标准后，酒后代驾服务再次迎来爆发期，多家汽车租赁公司、代驾公司5月1日后迅速扩大业务范围，连日来客户明显增多，几乎已到了应接不暇的程度。

一路安心代驾服务公司的负责人告诉记者，目前，除了一些公司有代驾服务外，很多汽车俱乐部、汽车租赁公司、汽车陪练公司也陆续增加了这项业务。他透露，仅北京市提供酒后代驾业务的公司就不下百家，个人和兼职的代驾服务更是无法统计。

“有时候开车去应酬免不了喝酒，但是酒后打车回家第二天再取车很麻烦，采取代驾的形式将省去很多时间成本。”经常参加应酬后请酒后代驾的李松告诉记者，由于应酬多，他在酒后很愿意找朋友或者代驾人员把车开回家。

不过，与李松观点不同的是，更多的人认为，酒后代驾费用偏高，而且存在法律盲点。记者了解到，相比私人代驾收费的随意性，各公司代驾服务的收费标准相对稳定。据悉，北京多家代驾公司的收费



标准大部分按时间和距离挂钩收费，收费在60元、80元、100元、120元、150元、180元，甚至200元，这也意味着时间越晚，距离越远收费也将相应提高。

高小姐在请过酒后代驾后，对服务和收费极为不满。由于她驾驶的车属于日系高端车，代驾司机在开出1公里之后，才发觉没有松“脚刹”，而且5公里的路程就收费80元，远远高于出租车的费用。

对此，一家代驾公司的工作人员解释，按照公司规定，10公里以内的费用都按起步价收取，超出部分也是每10公里计

费一次。这对于距离较远的客户还是有一定的吸引力。

有消息称，由于请代驾的客户急剧增加，部分代驾公司最便宜的“起步费”已经上涨到80元，这对于短途的客户而言将难以承受。

业内人士认为，代驾服务虽然在北京已经存在多年，但仍然处于地位尴尬的状况，而行业的入门门槛过低也造成服务质量良莠不齐，同时在收费标准、操作流程、服务形象、纠纷处理诸多方面并无统一规范，存在一定的安全隐患。

记者在采访多家代驾公司和租赁公司时也发现，目前北京市以代驾注册的公司几乎没有，更多是“技术服务”、“汽车服务”、“商务服务”等字样，大部分公司在工商部门登记注册的内容基本上都是“汽车驾驶服务”而非“代驾”。

“这肯定不规范的，但也没办法，我们毕竟还有其他驾驶服务，不光是针对酒后代驾。”某代驾公司的负责人无奈地表示，受注册的限制，代驾只能算做经营范围内的服务项目，只不过作为专业的代驾公司，酒后代驾成为了主业，其他驾驶服务变为了副业而已。

上述负责人告诉记者，按照正规代驾公司规定代驾人员必须持证上岗，驾龄在5年以上，而且必须是本市户口。而且通常在提供服务之前，会与客户签订一份《酒后代驾协议》，内容主要包括代驾注意事项、事故责任认定细则等。同时客户必须先向代驾司机出示车辆保险证明，协助司机熟悉车辆性能。但这些流程在实际操作过程中很多被忽略。

另外，近年来酒后代驾行业一直靠各个公司“自觉”发展，缺乏行业协会组织规范引导，也让代驾服务很难实现行业的聚合力和营业空间的提升，更增添了酒后代驾服务的风险。

对此，有行业专家建议，应尽快细化代驾行业管理，出台相关法规，明确代驾双方的权利和义务，从根本上消除需求者的后顾之忧，而代驾公司应在公安或交管部门备案，统一电话和服务，以改变代驾行业尴尬的处境。 商报记者 蓝朝晖/文 田艺/漫画

随笔

威驰的“T-1”角色

雷雅梅

对于汽车企业来说，一个车型9年才卖了30万辆，这个数字的确不够亮丽，丰田威驰即如此。这个数字充其量只是其同宗兄弟凯美瑞两年的业绩。但是作为丰田号称“专为中国市场打造”的第一款入门级车型，威驰给了人们太多的记忆。

毫不夸张地说，如果今天她是草根，当初她还曾是公主。

清楚记得9年前，这款代号T-1的小车，亮相前的神秘感超过任何品牌车型。当时的媒体也是这样惊呼的——“丰田来了！”“狼来了！”“丰田迟到了！”……T代表TOYOTA。

2002年10月，笔者当时刚转行跑汽车这个业态没多久，还是个不太合格的SUV热爱者，就赶上了丰田小车T-1的神秘日子。眼中的T-1，完全是超乎寻常的新鲜，而当时汽车品牌4S店与互联网一道，正方兴未艾。因此就敢很无畏地为4S店抛想法，恰逢小品明星郭达想为夫人购车，看中的好像还有捷达，在他犹豫时，就和三元桥丰田店的老总费尽口舌劝他买辆威驰(已经不用代号了)。于是，名人郭达成了这家4S店的“首位用户”，我们终于有了很独特的新闻点。

时至今日，各种品牌的“首位用户”早

泛滥了，也不知郭达那款小车还安在否。记忆深刻的还有，那时的不少汽车高层都不如T-1来得神秘，随随便便，就在4S店专访到了丰田中国的老大名儿耶，章男也见过几次在店里转悠。以至于威驰之后的花冠和特瑞等车型，都不及当初T-1的风头。

从此，丰田开始了在中国市场9年的风风雨雨……

现在回想起来，那时中国刚刚进入汽车社会真挺好，车型不多，车流也少，就连跑汽车的记者全国也不很多，竞争不激烈，威驰就那么从容地卖着，丰田也不急

于增加车型。

中国市场要升温了，丰田没什么车型储备吗？我们充满疑问。

2005年5月，有幸去日本参观了丰田大本营，才知道丰田什么样，而到那时，原本排位在全球三四名的丰田，利润已经快超过美国三大的总和了。在日本，看到的丰田车型有上百种之多，丰田金融也早已经在全球风生水起，丰田生产方式风靡各大车企。

直至今日，不管新增多少风云车型，不管威驰是牵手陈坤还是携手“兔斯基”，T-1是丰田敲门砖的角色恐怕早做了定格。

专家视角

中国企业海外收购应该更狡猾些

(详细报道见A2版)