# 四千元买辆车？网上传了十多年

## 大众汽车公司向本报记者证实：有此车无此价

4000元买一辆崭新的汽车，你信吗？这个价格甚至比学驾照还便宜。最近，网络上这样一条消息不胫而走：“明年将在上海上市的单人汽车，预计售价人民币4000元。”激动人心之余，消息到底是真是假呢？记者近日联系大众汽车集团（中国）后得知，确有此车，却从无此价。至于明年在上海上市一说，大众汽车相关人士表示，“不知道有这样的安排。”

■ 这款单人小车2002年在汉堡大众公司股东年会上露脸，从此成为“谣言之源” （资料图）

### 新概念车2002年首发

“买电动车的人后悔了吧。心动吗？明年将在上海上市的单人汽车，预计售价人民币4000元。一个字‘酷’，简直没法比喻了。”

年年岁岁谣相似，今年没有大不同。记者以“大众汽车”和“4000元”为关键词，在网络上检索发现，相关内容的网页在2009年就出现了。而根据汽车圈中人士的说法，关于“价格4000元大众单人汽车上市”的形形色色说法，实际上在2002年就有。那年，德国大众公司发布过一款1升概念车，那款车利用了当时大众所有的最新技术使百公里油耗降至1升左右。在此之前，从没有任何一款利用石油燃料驱动的车辆能达到如此低的油耗。从那以后，一封包含了该车试驾照片的邮件开始在网上疯传。邮件称，这辆全世界最经济型的车会在2003年上市，售价仅为600美元。

2009年，“1升车”2代出现后，传言再次出现，且更加煞有介事、言之凿凿：“有一款单人座版本的1升车将于2011年在中国发售，售价600美元，合4000元人民币。”结果，2011年过去了，传言中的发售并没有发生。

上月底，大众汽车在北京举行了“新能源汽车体验日”活动。与会嘉宾试驾了“1升车”——大众汽车XL1。当然，这已经是“1升车”的第三代了。

### 能否量产上市还不知

昨天下午，记者联系到大众汽车集团（中国），希望了解“4000元汽车”的情况。公关部相关人士苦笑着说：“这是一个年复一年的笑话，没有人知道它的起源。过段时间就要发酵一次。这款车确实有，而且已经不仅仅是概念车。”

按照大众公司发给记者的新闻稿，“大众汽车 XL1 是世界上燃油效率最高的柴油插电式混合动力量产车型，根据新欧洲循环测试（NEDC），百公里油耗仅0.9升。而实际上的数字要比它还低，百公里油耗为0.83升。”这款车型采用了纯跑车设计理念：碳纤维增强复合材料（CFRP）使其车身轻量化（795千克）、空气动力学设计（风阻系数0.189）以及低重心。

汽车专家王国荣告诉记者，自己一直比较关注这款车：“由于是混合动力，车的油耗比较小是能够做到的。单从技术上讲，看它的参数指标，上路行驶是安全的。至于是否能大规模量产并成功推向中国市场，现在还讲不清楚。”

“您可别真的相信花4000元人民币，就能将这款有型有款的小酷车停在自家车库。有心人光看看它的配置，就知道这完全是个一厢情愿的梦想。”一位不愿透露姓名的汽车圈内人士坦言：“也许这就是噱头，配上‘上海上市’、‘4000元人民币’等字眼，目的是夺人眼球，通过网络疯狂转发，轻而易举俘获网民的心。” 本报记者 **陈杰**

新民求证

# 尚有许多鼻部疾病医学原因不明

## 专家：选择手术时医生应更周到，患者宜更慎重

“一个在医学界尚缺共识的‘疾病’，却因为某些独特的原因而备受关注，不少媒体更是呼吁社会各方予以重视，这多少会让我们搞此专业的医生觉得话有点儿难说。”

昨天中午，一位刚刚完成了一台鼻部肿瘤手术的资深教授，面对等候在手术室外多时的记者，一副欲言又止状。他与他所在的复旦大学附属眼耳鼻喉科医院团队，目前每年完成的鼻部手术约3000至4000台，手术量列全市第一、全国前茅。他说不想仅仅因为做一些科普，却在此时此刻被人误读。“因为我们并不清楚当事患者的具体病情，也没有从任何已公开的信息中看到过有关‘空鼻症’的诊断结论。”

“所以，我们的讨论不针对某个具体案例”——教授与记者达成约定后，他逐一回答了记者的提问。

### “空鼻症”说法存疑

空鼻综合征（empty nose syndrome）是Kern教授等于1994年提出的一个描述性词语，特指那些手术导致鼻甲大部切除，鼻内黏膜组织切除过多，从而导致鼻腔过度通畅，使鼻腔的加温、加湿、过滤灰尘等基本功能减弱，引发鼻腔、鼻咽干燥、鼻塞、身体不适等症状。

此说提出近20年来，并没有建立起明确的诊断标准，在专业上也未得到广泛认同，甚至有国际知名专家直接提出不同意见，由此可以看出这一问题的复杂性。

眼耳鼻喉科医院教授则明确表示，对于“空鼻症”是否存在，他也持怀疑态度。临床上确实可能有个别患者手术后出现如上所说的种种不适，有的还“痛不欲生”，但我们不能由此推断就是因为切除鼻甲所致。“因为以我的经验，许多鼻部肿瘤施行鼻侧切开肿瘤切除术，甚至将一侧的鼻甲和鼻腔外侧壁全部切除，但手术后病人并没有发生所谓的‘空鼻症’症状，更没有见到患者因为鼻腔干燥而痛不欲生”。有的患者还告诉医生，因为手术一侧通气更好，自我感觉手术一侧“比对侧更舒服”。

此外，鼻腔有很强的组织“重塑”功能，在手术切除下鼻甲后，鼻腔会有新组织形成，部分甚至全部代偿缺失的鼻甲组织。“绝大部分患者在鼻部手术数年后，一度‘扩大’的鼻腔重又‘缩小’至较为理想的状态。”这位教授补充说。

### 面部疼痛原因多

事实上，几乎所有医院耳鼻喉科门诊，都可能会碰到自述鼻部及面中部有各种不适的患者。症状有鼻部干燥、鼻塞、疼痛、烧灼、牵拉、压迫感及黏液移动、蚂蚁爬走等异常感觉。这些患者鼻腔检查和CT等影像学检查，均无特别发现。

“眼耳鼻喉科医院就曾有一名典型的患者，几年里反复挂号求诊，每次都是戴一个自制的“鼻罩”，罩在鼻子上，另手里拿一瓶水，不断地往上洒水，以缓解干燥感。他很痛苦，但临床检查鼻腔都很正常，CT检查也没有太多的阳性发现。即使有些阳性发现也无法解释他的复杂甚至奇怪的临床症状。对于这样的病人临床上很难作出确切诊断，当然手术也不可能有效果。如果做手术，也不会解决问题。手术后症状会继续存在甚至加重，但我们无法证明这些症状与手术有关。甚至可以认为这些症状与手术没关系。”教授强调说，林林总总的“非典型性面部疼痛（或不适）”，不是手术并发症，也不是手术后遗症。囿于认识有限，目前医学界尚未找出其合理的“病因”，因而也缺少减缓症状的有效手段。

教授顺手从电脑里找出了自己“跟踪”国际最新科研的一些文摘，称近几年国外同道也对前文所述、以鼻部周围疼痛及不适等症状为主的一类疾病统称“面部疼痛”（facial pain），而其中真正因为鼻窦炎导致的所谓“鼻源性头痛”只占八分之一。其他的包括“非典型性面部疼痛”（atypical facial pain）等，有不下十余种的不同疾病有非常相似的临床表现。

客观地讲，许许多多疾病还远没有被充分认识，鼻部疾病也不例外。“也许人的鼻部及面中部‘区域’神经特别丰富、敏感吧。”这位教授设想说，可否尝试用抗抑郁药物作一些针对性的治疗？“当然，这只是一说而已。”

### 鼻部患者趋增多

记者一个多小时的采访过程中，与教授的谈话不得不数次为“医疗电话”所打断。其中一次是外院会诊请求，患者鼻部手术后出现严重并发症，眼睛受到影响。

“偶尔能治愈，常常去帮助，总是去安慰。”资深教授以一句医者名言，表示了他们对于患者的尽心尽力。随着鼻内镜等新技术手段的不断出现，微创手术已可覆盖越来越多的鼻部疾病。他说，正因为医术仍有诸多未知和无奈，在选择手术适应症时，医生应更加周到，更多沟通；而患者在决定手术时，也应该更加慎重，更多了解。

现实情况是鼻部疾病的患者有增多趋势，但原因多样，有的也比较复杂。大部分如过敏性鼻炎等，还是可以通过脱敏等非手术方法进行治疗。如果确定需要手术治疗，那一定请到正规医院，医生会告诉你合理的治疗过程。 首席记者 **施捷**

西藏那曲直销 批零兼营 品价首选
冬虫夏草
南京东路七重天宾馆605室 浦东食品城一楼
浦东龙阳路圣爱龙超市收银台旁
T:021-50456127 www.22222.cn

松江经济技术开发区
LOGO 征集

2013年3月，松江工业区经国务院批准升格为国家级经济技术开发区，并于7月正式挂牌成立。围绕创新驱动、转型发展的新要求，开发区将肩负起更为重要的使命。为进一步提升松江经济技术开发区的整体形象，更好地服务园区经济社会发展，现面向社会公开征集“松江经济技术开发区”logo设计方案。现将有关征集事项说明如下：

一、征集内容：
“松江经济技术开发区”logo标志。

二、设计要求：
1、主题鲜明，寓意贴切，创意独特，能充分体现松江经济技术开发区的内涵、特点，构思新颖。图形美观，简洁明快，并具有较强的视觉冲击力和可识别性。
2、图案色彩搭配适当，图案、文字、符号等组合协调统一，易于记忆。
3、设计作品应易于推广传播，便于运用（易于设计制作）。
4、应征作品应为原创，未发表过的作品，且设计不能抄袭他人的作品。
5、设计作品附上创意文案说明。

三、征集范围：
设计方案面向全社会征集，欢迎个人和组织积极参加征集活动。

四、征集时间：
征集活动自2013年10月29日开始，截稿日期为2013年11月22日（以电子邮件发件时间为准）。组委会将以电话形式通知入围作品作者。

五、评选办法：
1、由相关人员、专家评选出入围作品10件，最后从入围的10件作品中确定1件为录用作品。
2、入围的作品，奖金2000元及证书；录用的作品，奖金10000元及证书。
3、所有参赛者届时凭本人身份证领取纪念品一份。

六、作品投需：
1、应征作品均应提交电子版文稿，电子形式提交的图稿应为PSD和JPG格式文件，并附150-300字创意构思的简要文字说明。
2、来稿请写明作者真实姓名（或者设计单位名称），工作单位、联系地址、邮政编码、联系电话、E-mail。
3、电子版文稿以电子邮件形式发送到：147407759@qq.com，邮件请注明参赛字样。

七、其他说明：
1、来稿作品必须是本人独创，此前未以任何形式发表，不属于公开作品，不得侵犯第三方的任何著作权、商标权、专有权利或其他权利；如有涉及到版权问题，一切法律后果由作者本人承担。
2、来稿一律不退，请自留底稿。
3、作品一经采用，其所有权和使用权均归松江经济技术开发区所有，松江经济技术开发区对设计不完善之处有进行修改的权利。

松江经济技术开发区管理委员会
2013年11月5日