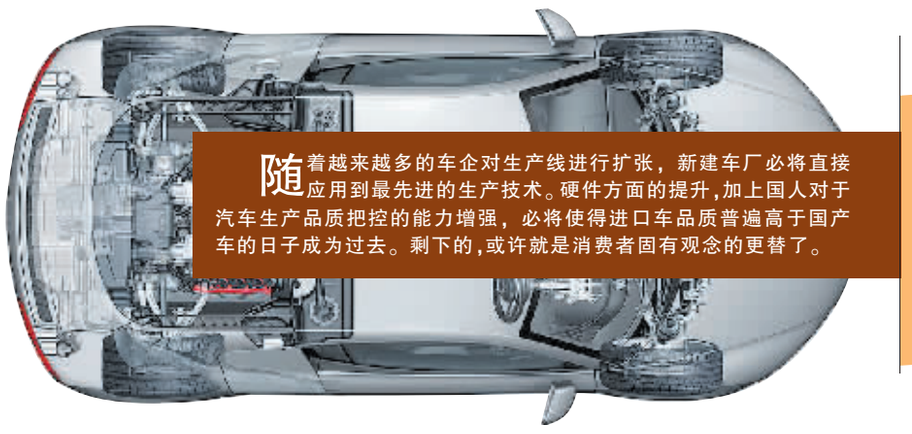

国内车企制造水平将超进口车

随着越来越多的车企对生产线进行扩张，新建车厂必将直接应用到最先进的生产技术。硬件方面的提升，加上国人对于汽车生产品质把控的能力增强，必将使得进口车品质普遍高于国产车的日子成为过去。剩下的，或许就是消费者固有观念的更替了。

本报综合消息 多年以来，进口车在国内一直是高品质的代名词。无论是德国产、美国产、瑞典产、日本产还是韩国产。进口，往往就代表优质。而在许多国内汽车品牌的宣传或广告中，也经常出现诸如“与国际标准接轨”“运用国际生产工艺”的字样。多数消费者在潜意识里，大都会认为国内的生产工艺，要比多数国外生产的都要落后一些。

实际上，消费者的顾虑并非空穴来风。我国汽车工业随着多年发展已形成相当规模，继2009年首次超越美国成为全球第一大汽车产销国后，2010年中国再次稳坐全球汽车产销量第一的位置。但繁荣的市场背后，却是相应的装备制造水平的确欠发达。近年来，我国从国外引进大量先进设备，汽车装备水平有了很大提高，许多国内设备制造企业也纷纷引进技术，购买产品生产专利权及合资合作生产国内急需设备，在机械加工、铸造、锻造、热处理、焊接、涂装等方面均取得一定进展。但从整体来说，国内汽车装备制造水平尚不能满足汽车工业发展的需要。这种状况使很多关键技术过分依赖国外，在国际竞争中不可避免地被定位于低端，掌握不了国际竞争的主动权。

不过这种情况目前正在不断改善，国内的汽车生产企业虽然整体生产技术仍然未达到国际先进水平。但部分尖子企业，大有跻身国际一流车企的势头。以发动机为例，发动机的生产本来就属于比较高技术的领域，大量发动机制造厂在国内新建对于企业与整个行业来说，意味着技术的提升，而提升技术的最终目的也非常明确，增加产品的竞争力，同时也有可能降低制造成本。

有媒体报道，这些年来在经历了日系车越来越有力的冲击后，上海通用、上汽与一汽大众一直稳居国内汽车制造与销售的前列，而这三家人家都有比较强的自主发动机制造能力。前者就连微型车都使用自己制造的发动机，同时不断地根据市场的需求，对于自己的发动机进行优化与升级换代，一直保持了比较强的竞争力。而后者更是将德国大众最新的喷射技术引进国内制造，配合双离合变速器，在国内形成了自己的技术优势。同时，也让自己的产品价格更加有竞争力。虽然像戴姆勒这样的德国同行近年也开始加大包括发动机在内的技术性投入，但先行一步的巨大优势依然使得大众包括旗下的高档品牌奥迪受益匪浅。

专家表示，国产车品质高于国外生产厂已经不再是神话。随着越来越多的车企对生产线进行扩张，新建车厂必将直接应用到最先进的生产技术。硬件方面的提升加上国人对于汽车生产品质把控能力的增强。必将使得进口车品质普遍高于国产车的时代逐步成为过去。剩下的，或许就是消费者固有观念的更替。

“心悦服务”一周年
广汽丰田构建三大“服务核心竞争力”

本报综合消息 随着中国汽车市场的飞速成长，行业竞争也在不断地深化拓展，越来越多的车企将目光投向了汽车售后服务市场。业内专家指出，要在这场汽车服务大战中取得领先地位，单一优势已经不能打动消费者，只有强大的体系竞争力才能赢得消费者长久的信赖。

近日，广汽丰田迎来了“心悦服务”一周年。一年来，广汽丰田围绕“专业、便利、安心、尊贵、信赖”五大承诺，不断提升售后服务体系的软硬件，以诸多服务标准刷新业内纪录，树立起国内汽车行业服务新标杆。

“心悦服务”品牌发布一年来，经过多方面的努力，获得了广大顾客的一致认可。对此，广汽丰田客户服务部副部长雷伟锋表示：“经过五年的精心打造和一年的‘心悦服务’品牌化运作，广汽丰田销售渠道已经初步形成了三大‘服务核心竞争力’——先进的服务理念、技术化的服务体系和强大的终端执行力，并将持续为消费者提供全方位的服务体验。”

尊贵、贴心的渠道理念

广汽丰田自2006年渠道成立之初，就围绕顾客需求，高起点、高标准地确立了“尊贵、贴心”的渠道发展理念，并制定全渠道统一的标准服务流程，致力为顾客提供超越期待的价值体验。诸如引导员在大门口的真诚接待，全程的微笑服务，一对一的专属陪同，无处不在的用心，旨在给顾客带来“尊贵、贴心”的服务感受。

技术化的服务体系

一直以来，广汽丰田致力于将强大的汽车技术运用于售后服务领域。为了确保“尊贵、贴心”这一理念的落实，广汽丰田全面导入丰田全球领先的e-CRB（智能化渐进改善的顾客关系构筑）系统，以信息化、标准化的服务流程，打造全面的智能化服务。

完美联动“家庭和事业”的理想用车
FUV时尚多功能车逸致首批车主访谈

本报综合消息 国内首款FUV时尚多功能车逸致，从导入到上市，一直备受关注。这款集合“轿车、SUV、MPV”三种车型优势于一体的全新车型，上市两个月就凝聚了大批车主。记者专门走访了几位逸致车主，请他们谈谈用车感受。

车主廖先生告诉记者，逸致的5+2座椅结构给他的生活带来了不少便利，并且，除了家用之外，买车的目的更重要是用来接送客户，座椅靠背的小桌板和第二排手扶箱，也便于车内商务洽谈；车主吴先生说：“花16万就能买到二三十万中高级车才有的安全配备，性价比很高。”；车主李先生对逸致在细节上的独具匠心十分满意：“逸致的油耗低，而且还有帮助我省油的辅助工具‘ECO节油显示系统’，很特别。”此外，车主们都表示，逸致在细节之处的设计令他们的生活方便不少。如AUX&USB端口、可放置鞋子的第二排地台储物槽中等。

通过对逸致车主的访谈，我们发现，逸致集合了“轿车的舒适性和燃油经济性、MPV的大空间和多用途、城市SUV的时尚动感和高安全”，是一款既适合家庭生活，也适合商务接待的FUV时尚多功能车。来自车主的口碑给予了这款车极大的信心与动力。逸致在未来日子里，将会赢得越来越多消费者的喜爱。

北京现代产销跨越300万
售后服务“软硬兼施”攀新高

本报讯 2011年8月31日，随着一台崭新的索纳塔轿车驶下生产线，北京现代汽车产量突破300万辆。跨入300万辆阵营，不仅是产销量的积累，更标示着北京现代用户保有量再创新高。在北京现代以提升品牌为目标的背景下，跨入300万辆阵营带给北京现代服务的是质变和量变的综合要求。

“真心伴全程”是北京现代服务品牌，为此，北京现代每年定期、不定期的进行免费检测活动，服务的促销活动、备件的价格优惠、外出巡检服务，以及对出租车大客户的上门服务等。自2010年开始北京现代提出了“提升品牌、调整结构、强化管理”的战略方针，在这个方针指导下，北京现代对“真心伴全程”服务品牌不断创新，在硬件、软件、和增值服务全面升级，以打造具有创新性、标准化服务体系，蓄力这场服务品质和企业品牌的蜕变。

4S店改造 服务终端硬件升级

近日，北京现代全国4S店正在进行统一标准的升级改造。为提升北京现代品牌形象，提高售后服务水平，此次北京现代投入巨资对全国范围内4S店分批进行升级改造，年内将完成100家4S店的改造。此次改造不仅是对原有老旧店面的整修，更主要的是对维修接待区、客户休息区、洗车房改造、车间等进行升级改造，并引入“透明车间”、“车间优化”等系统。

为了对全国各地4S店提供快速便捷的配件支持，北京现代建立了北京、上海、广州、成都和沈阳5大物流中心和强大的物流配送体系，实现物流中心600公里范围内所有订单24小时到货。在不断细化的产品线逐渐走向成熟的同时，北京现代的服务系统也日臻完美。对于北京现代300万用户来说，升级后的售后服务体系，无疑是一个大大的福音。

尊享服务 服务旗舰标准

第八代索纳塔的成功上市不仅提高北京现代的产品结构，更将北京现代服务水平提升到一个更高的层次。第八代索纳塔上市之后推出了国内最长的保修期—5年/10万公里的“超级”保修服务。这一突破性政策将索纳塔的服务政策提升到新的高度，旋即引起业内震动。

众所周知，在汽车行业，目前大部分汽车厂家的保修政策是2年/6万公里，一些少数厂家达到了3年/8万公里或3年/10万公里。而北京现代打破行业上限推出的5年/10万公里的保修服务，基本上达到了一辆车的更换周期，涵盖了车辆的整个使用寿命。“5年/10万公里保修是北京现代‘真心伴全程’服务品牌的一个延伸，我们推出的实际上是就一个终身保修的概念。这是建立在我们对自己产品品质的信心和技术保障基础上，为顾客提供的星级服务的。”北京现代相关负责人表示。

如此强悍的服务承诺，的确让不少的购车者动心。除此之外，北京现代索纳塔的还推出“尊享5S计划”即Service(免费保修)、Succor(免费救援)、Study(免费深造)、Special team(专属服务)和Samsung(三星尊享好礼)，为车主提供更多增值服务。

企业的前瞻性决定企业发展，在“买车就是买服务”的时代，北京现代以300多万的庞大用户群为基础，以第八代索纳塔对中高端市场的成功为突破，全面提升服务标准，以服务促进品牌无疑是走创新、时尚、引领潮流路线的睿智之选。

三菱汽车
9月车展抄底巨献

本报综合消息 车市在经历了5-8月淡季之后，本月15-18日在新国际会展中心举办的第五届海南汽车展销会，必将是海南车市的一次空前盛宴，位于西海岸的新国际会展中心也将光芒四射。本次车展三菱汽车钜惠一降到底！三菱汽车携4重大礼回馈广大客户！

底价：车展期间三菱全系抄底价，**限量：**特惠版车型限量供应，**好礼：**三菱全车系购车均有好礼相送，**惊喜：**三菱汽车特别推出三菱翼神“战斗版”一显运动家轿王者风范！

三菱展位现场更有极品飞车大赛等你来体验，本次车展三菱汽车最高优惠20000元，可以说是优惠史无前例，最近有意向购车的朋友千万莫失良机！

三菱群英汇 等你来相会

继三菱旗下全系车型的大幅优惠促销活动——“2011三菱好礼钜献 全车系星喜登场”之后，由翼神、戈蓝、蓝瑟、君阁等车型担纲“主角”、以“三菱群英汇”活动盛装登场9月车展。

家庭风 运动风 “战斗版”首次亮相

以三菱翼神为主打的国际标准的运动型家轿，继承了三菱第十代EVO的优秀操控基因，为您提供最节能环保和舒适安全的驾乘体验。本次车展海南德菱也首次推出三菱家庭风，新君阁，具有SUV特性和MPV新外观的多功能车型，凭借超大空间、多功能的特点，为您带来更安全、更舒适、更便利的享受。三菱蓝瑟，经济型梦享轿车。高性价比和动感活力是她的最大特点，如今，不到7万元的价格就可以将她“娶”回家。三菱戈蓝，商务家用两相宜的中高级轿车，三菱品牌优异的操控性和精致的内饰，给您提供更舒适的“小资”感受。

三菱运动风，更有翼神“战斗版”“科技版”首次亮相！精彩不容错过！

极品飞车现场体验，精彩连连看！

据悉，三菱汽车特别在现场举办极品飞车大赛，凡是到B馆1区展位的观众都可现场参加，赢取大礼！好玩，更过瘾！

新能源汽车 试点城市暂不扩充

本报综合消息 在9月6日举行的“节能与新能源汽车示范推广试点城市论坛”上，科技部官员称“节能与新能源汽车示范推广试点城市暂时不会增加”。随后，9月7日，全国乘用车联席会议(简称“乘联会”)指出，实施将近一年多的“节能与新能源汽车示范推广”和“私人购车补贴”等政策面临调整扩大，乘联会透露，其已向相关部门提出调整建议。

试点城市暂不扩充

科技部高新技术发展及产业化司交通处处长武平向媒体表示，已有近20个城市正式提出加入公共服务领域的试点和私人购买新能源汽车的补贴试点，此前已批了两次25个城市，目前，原则上没有再考虑第三批示范城市的审批，在25个城市取得一定的经验后，再逐步采取适当方式，扩大示范范围。

次日，乘联会便直指目前地方的补贴有市场壁垒问题，已经造成新能源车推广很慢的问题，并称“科技部应对今年没有明确公布地方补贴金额的城市，取消试点资格”，对完全符合政策和标准的新能源车企业的产品设立全国试点通行目录，应扩大私人购车的试点城市数量，且要先公布地方补贴金额。

科技部高新技术发展及产业化司副司长陈家昌认为，对于目前的25个节能与新能源汽车示范推广试点城市，应建立健全试点工作的推进组织机构，制定示范推广的实施方案和年度工作计划，确保目标的实现。同时，要加强对政策措施的研究，在加大财税鼓励政策、科技创新政策的同时，积极研究出台停车费的减免、电价优惠以及限行限购等政策措施。

陈还提出，要大力推进充电基础设施建设，加强国家和行业标准的贯彻执行。另外，要建立有利于公平竞争的市场秩序，鼓励采用招标的方式促进生产企业发挥优势，有序参与市场公平竞争。此外，还要加强示范运行的监控和效果的评估，加强试点城市信息发布制度的建立。

试点城市执行不力将获“黄牌警告”

另据了解，《关于加强新能源汽车示范推广城市推广管理工作的通知》将于近日颁布，对于2012年底完不成第二阶段推广目标的城市，四部委将进行“黄牌警告”并向社会公布；仍对四部委的督促无动于衷的，不排除“红牌罚下”，取消其试点城市资格。

科技部人士回应：摘牌惩罚和停止扩容，都意味着将无法享受到高额度的财政补贴。根据现有的补贴方案，个体消费者在当地购车时，将无法获得插电式混合动力乘用车最高5万元/辆、纯电动乘用车最高6万元/辆的补助。

事实上，相关部门已开始对一些执行不力的城市“开刀了”，据知情人士透露，在此前举行的节能与新能源汽车示范推广工作会议上，包括北京在内的5个私人购车领域“零推广”城市受到四部委批评。来自财政部的数据显示，截至今年6月份，在全国25个试点城市中，杭州、深圳等7个城市示范运行车辆占全国80%；但其他城市中，12个城市各自仅推广了几百辆节能和新能源汽车，甚至还有5个城市在私人购车领域“零推广”。

精细化管理的新能源汽车发展战略，还将涵盖了产品的安全性和稳定性。本月5日，工信部以及科技部等四部委还公布了《关于加强节能与新能源汽车示范推广安全管理工作的函》。该函指出，试点城市要在8月底前组织一次全面的安全大检查，9月20日以前将相关工作措施及检查结果上报。

车市大整顿 拼缝难生存“游商”被规范

本报综合消息 一直以来，汽车销售的主要渠道是以4S店为主，以二级经销商为辅的形式。不过，“游商”乱报价、“拼缝”骗客户的行为时有出现，一些主流汽车品牌厂家纷纷开始整顿二级经销商。在一汽-大众“叫停”二级网点销售后，包括东风雪铁龙、比亚迪、北京现代等主流车企，为了维护品牌形象，也逐步展开对二级网点的整顿与调整。随着市场逐步规范，游商、拼缝等长期存在于车市的“顽疾”，将难以生存。

“游商”被规范

多数车企的二级经销商，主要是4S店下属的直营店，以及与4S店有常年合作的二级网点，大多分布在各大汽车交易市场。这些二级经销商通常直接从4S店提车，价格政策与4S店存在一定差异。

还有一种类似于车贩子的“游商”，与经销商私下合作，从中赚取差价，但是通常会导致市场价格不稳定。记者了解到，一些不正规的二级经销商，通常经销多个汽车品牌，主要通过向厂家授权的4S店提车等“特殊渠道”进货，以汽车报价相对较低，吸引想便宜购车的消费者。

随着“关于规范和调整非授权二级网络”的通知陆续下达给各个经销商，一汽-大众在全国37个城市全面取缔非授权二级经销商。据悉，目前亚市的一汽-大众二级网点已经全部停业。

作为国内老牌合资厂商，东风雪铁龙也将在全国多个区域，同时展开对于二级代理网点的整顿与调整工作。据悉，东风雪铁龙将通过取消政策和费用支持等多种手段，逐步关闭、淘汰非授权二级网点，提高二级代理经营门槛。另外，东风日产、比亚迪、北京现代等品牌也纷纷表示，将规范二级销售网络。

“游商的人员流动性大，管理也不规范。”业内人士表示，消费者往往抵挡不住低车价的诱惑，游商则抓住消费者这一心理，出现乱报价或销售“问题车”等行为。为了规范市场，小规模、单一品牌的二级网点，可能逐渐淡出车市。

“拼缝”难生存

除了“游商”，“拼缝”也是扰乱市场秩序、损害品牌形象的一大“杀手”，记者了解到，“拼缝”通常指一些闲散人员，利用消费者对车市行情不了解，尾随推销，最后向经销商索要回扣。

这些人往往一辆车都没有，有客户时，就到熟悉的经销商那里低价拿货，再利用装饰、保险、上牌等所谓“一条龙”服务赚取差价，却难以提供完善的售后服务。

另外，还有部分“拼缝”甚至以事先承诺低价销售装饰，然后变相收取上千元的工时费，或强迫客户在交款时多交购置税、保费、服务费等欺诈手段牟利。

据悉，前几年的最高峰时期，“拼缝”一个月能从市场带走3000辆车的销量。亚市为了打击“拼缝”扰乱市场秩序的行为，曾经配合公安、城管、工商等相关执法部门，对亚市及周边地区开展为期几个月的治安秩序整治工作。

除了车企和市场管理者配合的整顿和规范，消费者购车越来越精明，也让“拼缝”难以生存。除了在网上了解相关车型信息，咨询汽车价格，消费者购车时通常还会货比三家，防止上当受骗。甚至有购车者，先通过亲戚朋友掌握各大城市的车价，然后进行对比才肯出手。