

车企提前实施“三包”要实在不要作秀

汽车“三包”政策，法定今年10月1日起施行，不少乘用车企业积极性空前高涨，8月底9月初，他们密集向社会宣示，提前实施“三包”政策。此举正成为今年“金九”车市的一个新亮点。

提前“三包”扎堆出台

乘用车企业宣示提前实施“三包”政策的形式不一。有的是抱团宣布，如大众(中国)携手上海大众、一汽大众和大众(中国)销售公司联合宣布，自9月2日起，凡大众汽车旗下在华乘用车品牌新车的用户，提前一个月享受“三包”。多数是企业独家公示，如上海通用、神龙公司和北京奔驰等中外合资车企，以及中国台湾和大陆合资车企东风裕隆纳智捷旗下车型。众多自主品牌车企也积极行动，比如上汽乘用车荣威和MG的全系列车型、一汽奔腾全系列车型、比亚迪、广汽传祺和东南汽车等。有的特别强调对新车型的“三包”，如7月底上市的奇瑞艾瑞泽7，承诺更周全、规定更到位，包括3年全车免费保养、5年10万公里质保、免费主动上门接

车、24小时免费道路救援、购车金融贷款、五星标准专属团队和全面快捷绿色通道等多项措施。

企业“三包”高于国标

宣示提前实施“三包”企业中，不少企业承诺的企业标准高于国家规定的“3年或6万公里”的整车质保标准。

9月1日起，购买上海通用别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌车型的用户，除提前一个月得到“三包”红利，别克和雪佛兰品牌整车质保提高至3年或10万公里，凯迪拉克品牌整车质保提高为3年不限里程。此外，上海通用老客户最近5年内购买旗下产品且里程数不超过16万公里，在原车质保之外，获赠包括动力总成部件延长保修2年在内的一系列售后服务大礼包。比亚迪自8月31日起推行“4年或10万公里”质保的“三包”政策，其年限或公里数都高过国家标准。9月2日起新购荣威和MG全系列车型的车主，上汽乘用车提供3年或10万公里质量担保。东风裕隆对车辆结构最核心的变速箱系

统、发动机本体部件、发动机燃油系统、发动机冷却系统、进排气系统、计算机控制盒ECM等六大系统，实行6年或15万公里延长保修。

在提前实施“三包”的企业中，有的超范围“三包”，惠及对象更广。如神龙公司向机关、企事业单位(商务)用车示好，一汽大众惠及营运车辆用户，北京奔驰覆盖单位购车及运营车辆。

提前动作抢占市场

一般来说，国家出台的产业政策(办法、规范、标准)，行业和企业几乎都是按规定如期执行的。乘用车企业这次扎堆提前实施“三包”，而且不少企业“三包”规定高过国家标准，又该怎样看待？

企业提前实施“三包”，其态度是积极的，当然也有自身的考量。9月是车市传统的黄金期，也是“三包”政策实施前的空当期。厂商看重“金九”，不能让政策空当而搅黄了“金九”。早在今年1月，中汽协市场贸易委员会的年度工作会议暨车市形势分析会上，与会的国家发改委

产业协调司官员呼吁汽车企业，你们“是不是应该明白点事，不要等三包法规实施，应主动承担责任，提前实施三包”，“谁有三包，消费者就买谁家的车”。全国乘用车信息联席会人士在8月上旬的车市研讨会上提醒企业，实施“三包”的时间，对私家车用户是个关键性的节点。厂家应尽快宣布提前实施汽车“三包”，才能避免8、9月份可能出现的持币待购，早行动早主动，否则得不偿失。提前“三包”的宣传，实际上也是企业“金九”的促销策略和营销手段。

精明的车企，不是提前一个月，甚至提前几个月，已经实施“三包”了，比亚迪在执行“三包”政策时定出“客户有利”原则，本企业之前给出的政策高于国家“三包”要求的，如2012年推出的四年十万公里超长质保，仍按原政策执行；低于“三包”要求的，按国家新法规执行。北汽股份自主品牌E系列去年3月上市即实行“三包”；中高级车绅宝今年5月上市，急需积聚人气，冲击销量，也率先提前执行国家版“三包”，以利打消消费者购车顾虑。北京奔驰是国

内率先实行“三包”的豪华车生产企业，对购车用户的“三包”也追溯至今年3月1日。

服务理应再上台阶

对企业“三包”中的年限规定或里程规定，高过国家标准超过国家要求的，我们不必对此看得太重，评价也无须过高。国家“三包”政策说的“3年或6万公里”整车质保标准，只是个“基本要求”，一个年产销2000万辆的汽车业，该具备这样的水平；企业对自身的产品质量和服务，理该有这样的自信；一个诚信的企业，对广大消费者应给予这样的回馈和报答。如此多车企纷纷提前实施国家版“三包”，是企业响应政府加强管理的态度，是对消费者认真负责的表现，值得肯定。同时，企业也应该借此机会，将自身的服务质量提升到更高水平。也有人担心，这么多企业短时间内密集表态，是否“轧闹猛”、“凑热闹”，例行公事，如果不实实在在下功夫，如果用户不满意，就有做表面文章，存在“作秀”的嫌疑。 特约撰稿 张伯顺

东本JADE新概念轿车惊艳上市

9月6日，东风Honda新概念轿车JADE(杰德)在上海正式上市，共推出全系4个版本车型：5座EXi舒适版、4+α EXi舒适版、5座VTi豪华版、4+α VTi豪华版，售价分别是14.98万元、16.28万元、17.38万元、18.38万元。

东本JADE是Honda首款在中国进行首发的全球战略车型，迎合80后消费者对于环保、安全、舒适等方面的要求，基于Multi Surprising理念进行开发，具有时尚感、空间灵活和智能驾驶等特点，被誉为一款打破产品界限的新概念轿车。

JADE(杰德)的“Stylish”外观令人一眼难忘，锐利的凤眼LED前大灯与黑色蜂窝状中网紧密融合，与性感十足的车身曲线完美融合，内饰采用科技感数字化仪表盘，简洁清晰的设计使信息一目了然，营造出强烈的现代科技感。

与传统座椅安排不同，突破常规观念的JADE带来了新选择。基于Honda MM(乘坐空间最大化、机械空间最小化)空间设计理念，JADE有两个车型版本，独创的4+α座版



本，采用第二排V形滑轨座椅和第三排本田灵动座椅，可随心组合带来多重不同用途。

作为东风Honda首款搭载CVT无级变速器的车型，JADE兼顾燃油经济性与畅快驾控，采用经典的1.8L i-VTEC发动机，保证了精准操控与充沛动力的完美融合。精心调校的四轮独立悬架系统和流线空气动力学车

身，使之具备充满激情的驾驶感受。

新概念轿车JADE(杰德)上市当天，东风Honda还郑重推出三包政策：自2013年9月6日起，凡购买东风Honda旗下任意车型，均可享受3年或10万公里的包修期，同时自9月6日起购买东风Honda纯正用品也享受三包政策。 张云



丰田汽车公司宣布，截止到今年7月底，卡罗拉的全球累计销量突破4000万辆。这是自1966年11月第1代卡罗拉(双门轿车)投放市场以来，经过46年零9个月而达到的销量。丰田自创业以来76年的时间里所销售的所有汽车当中，“每5辆里就有1辆是卡罗拉”。去年卡罗拉的全球销量约为116万辆，相当于全世界每天售出3180辆。 江美

花冠车主恳谈会走进宁波

日前，“一汽丰田花冠车主媒体恳谈会”在宁波拉开帷幕，花冠车主们用最真实的语言表达了他们对花冠车的喜爱与支持。

从精锐时尚的外观、舒适惬意的空间及人性化配置，到兼顾强劲及环保优势的动力、游刃有余的操控、五星级的安全保护，花冠车获得了车主和媒体朋友的一致认可和称赞。

遵循着“适应每个时代用户的不同需求”的品牌理念，花冠历经时间的磨砺与积淀，用不懈的追求、与时俱进的创新精神成就了历久弥新的不衰之作；而其优于同级的口碑，更见证了花冠“最值得信赖”的家用品质。 姚琼

奥迪A4L个性运动版上市

9月6日，一汽-大众奥迪在甘肃敦煌，宣布奥迪A4L 40 TFSI quattro个性运动版正式上市，售价为34.9万元。

此次上市的个性运动版外观上与更高端的A4L 40 TFSI quattro运动型完全一致：带楔形LED日间行车灯的双氙气头灯、雅致的LED尾灯、动感十足的S Line外部包都是标准配置，并保留2.0 TFSI涡轮增压燃油直喷发动机、奥迪quattro全时四驱技术和7速双离合变速器动力驱动组合，由静止加速到100公里/小时仅需6.7秒，最高车速可达240公里/小时。

配置方面，此A4个性运动版还提供诸如驾驶模式选项、动态转向系统、前后排座椅加热、前排座椅通风、豪华舒适型三区自动空调、B&O顶级音响系统、带增强型导航功能的MMI多媒体交互系统、带自动紧急制动功能的自适应巡航控制系统(ACC)、主动式车道偏离警告系统、侧向辅助系统等多达41项选装配置。

与此同时，于甘肃兰州启程的一汽-大众奥迪“见地未来”第三段路线——文化传承之旅也顺利收官。活动参与者与一汽-大众奥迪旗下采用奥迪纵置发动机模块造车理念(MLB)的全体轿车/轿跑车系列车型一道，共同感受古丝绸之路的灿烂文化遗产。 罗裕



为了扭转在华颓势，马自达中国的新格局日前浮出水面，稻本信秀和渡部宣彦分别出任马自达中国董事长和CEO，马自达中国原董事长兼CEO山田宪昭退休。稻本信秀称，其本人为马自达汽车株式会社董事会成员，较原仅为马自达常务董事的山田宪昭更具决策权，这也意味着马自达中国今后将握有更多的话语权。

根据马自达中国日前公布的销量业绩，马自达在中国的形势已经岌岌可危，今年1-8月累计销售10.68万辆，同比减少20.8%。就两大网络而言，一汽马自达同比减少6.8%，而长安马自达同比减少40.3%。

马自达中国CEO渡部宣彦对此表示，有信心扭转颓势，因为马自达已于8月向中国投放了搭载“创驰蓝天技术”的首款国产车CX-5。随着这一有竞争力新车的上市，期待9月之后的销量会有所回升。

伴随着领导核心的变化，马自达品牌的推广也随之“打破常规”地予以加码。马自达于9月2日至14日期间，在上海新天地南里广场举办马自达“创驰蓝天技术”品牌体验活动，国产CX-5以及全新进口ATENZA均进行实车展示，并与现场观众开展互动环节。

根据规划，马自达未来3年将在中国投放7~10款新产品，将经销商数量由当前的420家提升到600家；通过动力系统技术升级等手段提升马自达品牌形象，2015年实现40万辆年销量目标。 罗裕

东风日产再阐CVT优越性

9月5日，东风日产在嘉兴开启了PURE DRIVE技术日产探秘之旅，再次阐述了XTRONIC CVT优越性与环保性。东风日产通过不断的技术革新实现与环境的融合统一，PURE DRIVE纯净动力系统应运而生，其中，“XTRONIC CVT”技术尤为重要，它实现了低油耗和驾驶乐趣的完美统一。

早在2006年，东风日产就在轩逸上首次搭载了XTRONIC CVT，随后在全车系全面铺开。2013年，在东风日产成立十周年之际，东风日产旗下超过90%以上的车型都搭载了XTRONIC CVT。其中，新天籁搭载的第八代XTRONIC CVT技术，通过全新的滑轮及钢带设计，咬合紧密不会打滑，使变速范围扩大至7.0，等同于8AT自动变速箱，实现了最佳起步性能；全球独创ECO-mode智能行驶模式和ASC智能逻辑控制系统，提供超过1400种变速模式，开启了变速器的智能时代。 姚琼

马自达中国新政「打破常规」