

## 东风日产发布“品质无忧承诺”



11月22日,东风日产携NISSAN、启辰双品牌全车系强势阵容参加第十届广州车展。在NISSAN展台,风靡全球的Z系列跑车最新力作370Z在国内首次发布;在启辰展台,首款EV量产车启辰e30震撼亮相。

## ■ 客户至上启十年新航程

2012年,面对车市持续走低和突发事件等诸多不利因素,东风日产仍成功登上400万台产销规模的新高度。与此同时,“客户至上”的企业价值观亦得到了完美诠释。在9月的突发事件面前,东风日产快速高效地推出了“三大应对原则”(零损失、零负担、零担忧),及时为新老车主和经销商送上了一颗定心丸。

自2003年成立以来,历经9年成长的东风日产即将跨入“新十年”的全新发展阶段。东风日产副总经理任勇强调:“新十年”有且只有一个出发点,那就是秉承“客户至上”理念,为消费者创造更

美好的“人·车·生活”。

## ■ “品质无忧承诺”开先河

在本次车展上,东风日产郑重发布“品质无忧承诺”:从11月22日起,消费者在购买东风日产NISSAN和启辰双品牌车型时,所购新车在特定的品质问题范围内,7天包换。此举在合资车企中尚属首次。

东风日产品质无忧承诺的细则规定,消费者购买的新车,自发票开具日起7天内,因车辆本身原因出现特定范围内的品质问题,均可更换同型号同颜色全新车型。“品质无忧承诺”除了“7天包换”的硬性规定之外,其便捷高效的流程设定,也为消费者节省了时间与精力,切实免除了购车的后顾之忧。

## ■ 全价值链体系发力

在启辰展台,任勇宣布了启辰品牌2013年行动宣言——“领航2013”,计划以技术、品质、服务的全面领航,让消费者“选得称心、买

得放心、用得安心”。

在技术方面,2013年,启辰在持续开展能效改善的同时,大力推进EV商业化。在品质方面,启辰将同步实施“新车7天包换”的“品质无忧承诺”,并在2013年通过一系列“品质透明”行动让更多消费者真正“买得放心”。在服务方面,2013年,启辰将启动“百城千县”网络建设计划,充分发挥“20公里服务圈”的贴身服务优势,让更多消费者尽享安心与便捷。

## ■ 首款EV量产车亮相

在广州车展上,启辰隆重展出了首款EV量产车——启辰e30,其采用五门五座掀背设计,轴距达到2700毫米;采用薄片型高性能锂离子电池,一次充电可行驶160公里左右。

东风日产更把联手各界推进EV商业化作为重要的企业使命。明年,启辰将在广州、大连等多个新能源试点城市进行大规模EV示范运营,推动EV产业商业化进程。

## 安吉雪佛兰限量优惠2012款景程

作为上汽销售旗下唯一授权的雪佛兰4S店,位于铜川路1366号的安吉雪佛兰在2012款新景程上市之际,特向上海通用买断了最后一批2012款景程,并且申请了独家代理权。消费者年底前至安吉雪佛兰购买2012款景程,部分车型可享受73折的优惠并获赠装潢礼包等,优惠车型限量销售100台。

2012款景程无论是在空间、动力、安全或是舒适方面都非常值得推荐。拥有超大空间的景程,其轴距达2700mm。动力方面,2012款景程搭载了全新1.8L Ecotec DVVT发动机,配合S6六速手自一体手动变速箱,使得景程在起步与高速行驶中均能获得源源不断的动力支持。景程继承了美系车型一贯的结实、安全的特点,



全系标配ABS+EBD,被动安全方面则安装了前排双气囊和侧气囊。

此外,由本报汽车周刊与安吉汽车强强联手打造的“沪牌月月送,惊喜周周赢”活动已于10月31日正式结束。作为沪上强势汽车服务品牌,目前,安吉汽车引进了国际知名的Avis, Yellow Hat, Onstar等企业的先进技术和服

务,立足上海,辐射全国数十个大中城市,围绕新车销售、旧车收售、用车服务的整个汽车消费周期,提供专业化、标准化、差异化、价值化、可信赖的全方位汽车服务,帮助消费者塑造完美的用车生活方式。更多活动详情请咨询安吉汽车服务热线96898或安吉汽车官方网站,也可关注“安吉汽车生活”新浪官方微博。百诚

## 广本推出暖芯关爱行动

随着岁末临近,为答谢广大新老客户的支持,广汽本田11月推出了暖芯关爱大行动。11月1日至11月30日,新购车用户将获赠人车两全的保险保障,并有置换礼、双免礼、介绍礼等多项精彩好礼。

针对近段时间一部分顾客对于购车后一旦遇到特殊事件缺乏保障的担忧,广汽本田暖芯关爱大行动特推出“畅行无忧礼”——即日起至11月30日,凡莅临广汽本田特约店购车的顾客,在特约店正常优惠之外,还将额外获得广汽本田赠送的人车两全的爱心保险一份,对特殊事件中遭受恶意破坏造成的自身车辆损失和乘员伤害,进行全面的保险保障。此项措施从10月初已经在广汽本田全国特约销售服务店实施,获得不少消费者的好评。

广汽本田2013款雅阁搭载了同级中领先的“遥控发动机启动技术”。车主通过遥控钥匙提前启动车辆,对引擎预热,还能自动启动空调。2013款雅阁进一步强化了雅阁的新形象、高品质、驾驭感等优势,“遥控发动机启动技术”更体现了广汽本田于细节处对客户

的关爱。

本次活动呈现给奥迪嘉宾的是已有百年历史的美国旧金山交响乐团的交响乐曲。除了高雅精彩的表演外,现场还向所有来宾展示了奥迪的明星车型——RS5、Q3,其出众的魅力吸引了来宾们的关注。

本次活动不但给来宾们留下了难以忘怀的记忆,更让大家在对奥迪产品加深了解的基础上,对奥迪品牌文化也有了进一步的认识,提升了车主对于奥迪品牌的归属感和认同感。

## 奥迪上海新年音乐会举行

机遇与挑战并存  
三因素合力促轻客变革

“商旅市场和物流市场将是下一代轻客发展的重点市场;受到微客大型化、MPV商业化、大中型客车型型化的影响,轻客的生存空间越来越受到挤压;在轻客行业内部,下一代轻客的竞争仍集中在日系和欧系之间;非承载式车身结构仍会在下一代轻客市场上占有重要地位……”这是中国汽车工业协会会同国内多位行业专家,并深入相关企业深入研究后,对未来轻客发展做出的部分预测。11月15日,中国汽车工业协会发布了《下一代轻型客车发展研究报告》。报告显示,未来轻客行业可谓“机遇与挑战”并存,经济形势、竞争环境和政策趋势三方面因素将合力推进轻客市场的“变革”。

多元需求、独特定位  
打造轻客“新机遇”

2011年可以说是国内轻客行业的丰收年。根据中国汽车工业协会统计,2011年轻客行业共计销车265857辆,同比增长11.91%,轻客市场连续三年保持增长态势。对此,中国汽车工业协会认为,近年来国内城镇化率的提高、城间和城际交通模式的变化、城乡居民出行方式变化、城市市容建设要求对物流用车型的约束性规定等因素的共同作用下,轻客行业发展环境已发生了较大变化。中国公路学会客车分会的专家则表示,在综合了高铁、飞机和公路客运的多样化联运的运输体系中,为了实现真正的无缝连接,客车将发挥越来越重要的作用。根据国务院发展研究中心采用

情景分析法对“十二五”至2030年中国经济发展前景进行的模拟分析,中长期内中国经济保持较快增长的潜力依然存在,“十二五”期间预计经济增长速度可望达到7.9%,2016-2020年年均增长速度可望保持在7.0%左右。而根据交通运输部发布的《交通运输十二五发展规划》,“十二五”末,中国国家高速公路总里程将达到10.8万公里,届时将覆盖90%以上的20万以上城镇人口城市。

中国公路学会客车分会专家向记者表示,在国家经济不断发展的同时,轻型客车的行业地位也在不断提升。

法规趋严 竞争加剧  
提出轻客“新挑战”

在中国经济“稳中求进”的背景下,商旅、物流市场需求逐渐加大,国内轻客市场迎来了难得的机遇。然而,如果对这一数据仔细研究,轻客销量占客车总销量比重变化不大,甚至还有降低的趋势。“究其原因,这主要是微客、中客等产品不断打破原有产品界限,从不同方向对原有轻客市场进行挤压的结果。”《报告》课题组副组长、中国汽车工业协会政策研究室副主任朱孔源表示。

根据旧的《中国汽车分类标准》(GB 9417-89),轻客是“6”字打头、

车长在3.5-7米的客车。然而,部分微客产品在加宽加长的趋势下,车长早已突破4米;中型客车产品的轻量化趋势,则使得中客的尺寸不断向下突破7米;再加上MPV产品不断大型化,多方挤压,增大了轻客行业企业生存压力。

如果说产品之间的竞争,是轻客领域竞争加剧的一个体现,那么未来全球能源、环境等方面变化趋势,则对国内轻客行业提出了更高挑战。在车辆排放方面,为降轻型车低污染物排放,改善大气质量,环保部制定的轻型车第五阶段排放标准已公开征求过意见,并将于年内正式出台。根据此前公开的征求意见稿,轻型车第五阶段排放标准将于2016年正式实施。而在燃油经济性方面,即将出台的《重型商用车燃料消耗量限值(第一阶段)》标准将对最大设计质量超过3500千克的轻客的油耗提出更高要求。而根据中国汽车工业协会预测,轻型商用车三阶段限值标准将于“十二五”期间发布和实施。

“《轻型商用车燃料消耗量限值》和即将发布《重型商用车燃料消耗量限值(第一阶段)》将对轻客的燃油经济性提出更高要求。下一代轻客需要应用更多的节能技术,以满足更加严格的节能技术法规的要求。”朱孔源告诉记者,“此外,随着汽车安全新技术的普及和消费者

对汽车安全技术水平的更高要求,安全技术标准将不断加严,轻客安全技术水平也将不断提高,这都对未来轻客的发展提出更多挑战。”

市场主导 因需而生  
催生轻客“新趋势”

经过多年发展,国内轻客已形成日系、欧系轻客为主的产品格局。而近年来,以城市用车为主的欧系轻客,所占市场份额持续提升,挑战着日系轻客的传统优势。《报告》认为,随着经济发展水平的提高和城镇化进程的加快,对城市用车的要求也将重新定义。轻量化、碰撞安全、行人保护、振动噪声等技术的成熟,为城市用车达到更高的水准提供了保证;在高端商务接待、客运旅游以及现代化物流的智能化、个性化、高效率等方面,同样对城市轻客的发展提出了更高的要求。根据预测,未来5-10年间,国内市场欧系轻客占据中高端、日系轻客占据中低端市场的竞争格局将长期存在,并以城市和乡镇为划分,形成各自的市场竞争环境。而在产品方面,未来车身长度6-7米、采用非承载式车身结构的轻客将有进一步发展。“对商旅人群而言,除了出行工具的舒适性、商务便捷性受到关注外,出行工具的安全性更受到关注。采用非承载式车身的轻客,由于独立车架承担

了主要的抗变形压力,减轻了车身的抗变形压力,从而有利于提高整车的可靠性和安全性。”朱孔源告诉记者。在他看来,这正是轻客厂家应对微客中客市场夹击而采取的一种有效战略。

南京依维柯汽车有限公司总经理周亮先生表示:“此次报告不仅对未来轻客行业发展具有战略性指导意义。”他告诉记者,“消费者对安全性、承载性和舒适性都有很高要求,这也为我们在应对中客产品向下挤压时指明了方向。特别是对于非承载式轻客在6-7米轻客区间的优势分析,和我们的判断十分一致。我们在这理论基础上,也成功研发出现在的拳头产品——依维柯PowerDaily宝迪,采用领先的空气悬架和少片簧等具备很高科技含量配置,定位高端商务通勤和商务接待市场,以更为出色的安全性和舒适性迎接未来轻客市场挑战。”

《报告》项目课题组的一位专家表示:“机遇与挑战并存的局面,考验着每一个轻客厂商的研发和管理水平。可喜的是,在我们对企业的实际走访中,很多轻客厂商都已经行动起来。比如南京依维柯已确定了以依维柯PowerDaily宝迪为代表的下一代商用轻客产品平台,华晨金杯则在全新H2平台上打造了金杯大海狮。在这样的背景下,轻客市场有望进入新一轮快速增长期。”