



长假归来 别忘了为爱车做养护



十一长假,相信不少有车族都选择了自驾远游,一路跋山涉水体验各路风情。旅程归来,车主们少不了要做个SPA或足底按摩放松放松,不过别忘了给同样疲惫的爱车做一次全面保养,让爱车也精神抖擞,和你一起重新进入崭新的生活。

警惕了。一般来说,保险杠、后视镜这些部位是塑料件,不会生锈,如果面积很小,补不补漆倒也无所谓。如果是刮到车身的钢板的话就不能小视了,一定要及时处理。

腹部保养 底盘维护很重要

重要指数:★★★★★

行驶中有异响,方向盘抖动,甚至车辆的停放地方会出现油渍等现象,说明底盘可能受损,这是安全隐患,应赶快维护保养。如果经常自驾出游,不妨去做个专业的底盘防锈护理,或者喷上涂料做一次底盘装甲,这可以抗酸抗碱和防腐蚀,有效防止外界有害物质对底盘的侵袭。

足部按摩 备用轮胎别忽视

重要指数:★★★★★

一般经过长途行驶后,我们可以先目视检查一下磨损标记,看看四只轮胎是否有极限磨损。如果四只轮胎的花纹和磨损标记都没有问题,而且行驶起来也没有跑偏或异常抖动,那就可以继续放心地用车了。如果在旅途中使用了备胎,千万不要把它当作常用胎一样长时间使用,要尽快把备胎用正常的轮胎替换下来。备用轮胎使用频率较少,摩擦系数、地面附着力、气压与常用轮胎都不同,长时间使用会对制动系统、转向系统及悬挂系统产生一定的影响,给行车安全带来极大隐患。

预防渗油 汽车伤胃可吃不消

重要指数:★★★★★

自驾游行驶的路况,不可能都像城市里那样平坦宽敞,一些比较偏远地区的路况还比较

艰难,而长期在城市道路行驶的驾驶员缺乏在这些路面上的驾驶经验,可能会出现挂伤的情况,如果这些伤害造成了渗漏机油的情况,必须立即解决。简单的排放标准问题,只要用专业的检测仪器消除故障就可以了,但如果是三元催化器或氧传感器已经严重中毒,那就要更换部分配件了。

肠胃畅通 机油、冷却液尤其重要

重要指数:★★★

除此之外,还要对刹车、进风口或进风格栅、各类机油、发动机、地毯等部位进行检查和保养,让爱车保持最佳状态。

检查机油、冷却液等汽车的肠胃润滑剂,是最简单但又最有必要的,长途旅行之后,汽车的机油、冷却液往往损耗很大,如果缺少应及时补充,再加上自驾游行程比较长,发动机连日的高温工作可能会使机油变质,因此最好更换发动机机油和新滤芯。

陈娟 整理



2008郑州国际车展系列报道之七 中汽出征郑州 再现“大展”风范

中国汽车工业国际合作总公司作为2008郑州国际汽车展的主办方之一,和郑州市政府联合主办了本次车展,在郑州掀起了不小的波澜。如今,汽车业界都在疾呼销售业绩下滑的时候,有一种预言说,二三级城市车展正是这个汽车销售“寒冬”里的取暖器。11月郑州车展便有了别样的意义。车展组委会相关负责人表示:“中汽国际本次出征郑州,不但要成为郑州车市里的一把火焰,点亮并温暖郑州车市,还将促进郑州汽车消费市场增长;将会把专业的‘大展’风范进行到底!”

据了解,中国汽车工业国际合作总公司(简称:中汽国际)作为国内最大的汽车展览专业服务机构,在国内,除主办北京国际汽车展、上海国际汽车零部件展之外,特别致力于中国二三线城市专业车展的开拓。中汽国际以其身后的行业资源和丰富的办展经验,车展足迹已遍布深圳、沈阳、武汉、杭州、苏州、东莞、南昌、合肥等众多大中型城市,形成了区域性、综合性、专业性相结合的汽车展会格局,在业界享有极高声誉,是推动中国汽车产业资源整合与发展的实践者与先行者。本次2008国际车展,中汽国际将凭借其在汽车行业的影响力及优势资源,以及丰富的汽车展览经验和卓越的车展运营团队,统筹管理郑州车展项目的运营工作,确保郑州车展策划推广、招展招商及后勤服务全流程的高水平和专业性,为郑州百姓奉献出一流的专业室内车展。

晚报记者 陈娟

洗澡 全车来个大扫除

重要指数:★★★★★

长途跋涉,爱车不免浑身上下都是尘土。浑身的尘土,除了影响美观外,还可能增加车身静电对灰尘的吸附,甚至会损害爱车漆面。所以,自驾归来后需要给爱车进行大扫除,让整车保持清洁。

美容 “面子工程”少不了

重要指数:★★★★★

自驾游途中,由于对路面的不熟,或者一些路面状况较差,可能导致车辆的外部产生刮伤、撞凹,特别是在前保险杠的位置。如果油漆破损到已经能看到下层底漆的颜色,就需要

——中国汽车报道——

江淮瑞风 MPV 市场一面昂扬的旗帜

2008年上半年,瑞风MPV上半年累计销售20000辆,继续稳坐着MPV的销量冠军,这已经是六连冠了。近日,由河南世纪阳光组织的河南媒体走进江淮活动,笔者亲临江淮汽车生产车间感受到江淮瑞风由行业黑马到如今的行业领袖的深刻变化。

江淮瑞风已经成为市场上最受欢迎MPV品牌,同时它还获得了众多的荣誉。在经历了6年辉煌,瑞风已经不能称之为黑马,它已经成长为行业的领头羊,成为MPV市场一面昂扬的旗帜,猎猎飘扬。

领跑MPV市场

瑞风在取得众多的荣誉背后有着怎样不凡的故事,日前笔者走访了江淮汽车股份有限公司多功能车营销公司品牌运营部部长李小云。面对提问,李小云胸有成竹侃侃而谈:瑞风自2002年上市以来,一直被业界喻为一匹黑马,六连冠的背后是我们对产品精益求精的不懈追求,我们一直把产品体系放在第一位。从引进现代H1至今,短短几年时间,瑞风推出了汽油、柴油、长轴距、短轴距、9座、7座等丰富的系列产品,价格区间覆盖了整个10-20万。目前,瑞风MPV产品已经形成了瑞风祥和、彩色之旅以及瑞风20穿梭等三段群谱系。产品涵盖了中低端、中端及高端的客户群,成为目



前国内谱系最为齐全的MPV品牌。

目前,瑞风的累计销量已经超过15万辆,成为国内MPV第一集团军,同时瑞风MPV还树立良好的市场口碑。瑞风率先在MPV细分市场推行的严格统一形象的4S专卖店体系至今还没有其他MPV对手敢于复制。目前,除西藏之外全国所有的省份均设有4S专营店,数量已达到110多家,而销售服务网点更是高达300多家,如此便利的销售服务网点让用户购买瑞风时更加放心。

打造中国MPV制造专家

在IT界提起微软,大家都知道它代表着先进的技术,提起格兰仕,大家想到的是微波炉。江淮瑞风也立志把自己打造成MPV制造专家。当然这话并非信口开河,江淮汽车凭借自己的实力、人才以及丰富的造车经验,树立行业的典范,成就中国MPV制造专家的王者地位。江淮瑞风整合优势资源,推出了参照ISO9000国际标准建立的新型服务体系。瑞风就此成为是国内自主品牌中最先一家参照ISO9000国际标准建立服务体系的汽车厂家。

企业生存环境的变化越来越快,企业的经营与发展面临着越来越多的不确定性,企业组织如何才能更好地适应环境的变化,保持可持续发展,成为每一个企业的管理者都在认真思索的问题。所以,江淮汽车早在几年前就建立了自己的IAC大学,每年从全国招收1000多名学子,经过几年的学习深造,最后才能成为一名合格的一线工人。还定期组织员工到韩国学习培训,至于江淮的中层领导更是来自全国重点大学,足见公司对人才的重视。江淮不仅重视人才的培养,还把自己的团队培养成学习型组织,提出“40+4”,即40个

小时的工作要有4个小时的学习时间,面对知识和信息的爆炸性增长,学习和资讯处理能力已经成为人们最核心的竞争能力之一,如果不学习就会被别人甩在后面。同时,江淮汽车还准备在明年推出全新的瑞风II,明年底还会推出家庭版的MPV,让瑞风系列更加丰富。

制胜法宝:创新营销

瑞风上市六年来,不仅注重产品品质,在营销手段的运用上更是常辟蹊径,这才是“黑马”跻身“领头羊”的另一主要原因。首先,瑞风自上市之处就定位明确,集中精力攻占商务用车市场。由于相当部分销量来自于政府采购和企业用车,瑞风MPV时常巧妙地借用于会议、大型活动等,以举办方指定用车的身份与潜在的消费者亲密接触。到目前为止,瑞风MPV凭借出色的品质和良好的公商务性能,已经成为海南博鳌论坛、西安欧亚经济论坛、中非论坛、中国科博会、中国国际金融论坛、西博会等国际顶尖会议的指定用车,并在2006年9月,与12辆瑞鹰和31名人民警察一起重走二万五千里长征路,经受住复杂路况和长途跋涉的验证。瑞风已连续四年成为AEPIC的指定用车,而在去年8月,其又继续以国产商务车精英代表的身份应邀“2007全球新豫商代言人年会”,展现风采。

同时,针对个体消费市场,将“客户第一、经销商第二、制造商第三”的以顾客为导向的营销体系进行到底。江淮先后开展了“走进生产线”、“瑞风训练营”、“先用后买”等优质服务,并率先在消费市场掀起了“柴油车旋风”。近几年,瑞风在全国范围的4S店推出“荣誉共享,万众试驾”的大型活动,这种



江淮汽车股份有限公司多功能车营销公司品牌运营部部长李小云

全国性的广泛试驾活动在当时中国汽车销售史上尚属首次,同时还推出“相约十年、相约永久——寻找荣誉客户”的大型价值回馈活动。之后,瑞风又升级瑞风“一家亲”服务品牌,以“瑞风、瑞鹰‘回娘家’全车免费安全健诊”、“瑞风祥和赏车会”和瑞风俱乐部,引发新一轮服务风暴,力求为广大用户提供全方位专业化、终身有保障的体验式服务。而“一家亲·一对一”特别服务活动则打造了连接品牌和顾客绿色通道,进一步提升品牌价值。

通过一连串创新的体验营销,瑞风将广告宣传中的“耳听为虚”变为“眼见为实”,和消费者形成了良性的互动关系。创新性的营销策略,为瑞风的前进之路,又增添不少有力因素,也使瑞风这面旗帜更加个性鲜明。

郭思贝/文 李汪洋/图