



交强险互碰自赔于本月1日实施,2000元以下车损可以直接到自己的保险公司办理索赔手续

新政简化理赔程序

数百元的小额车险赔款,曾难倒过不少车主。为了数百元的赔偿,就要来回奔波于不同的保险公司,这对那些惜时如金的车主来说就会很不划算。不过,交强险互碰自赔“新政”已于2月1日起正式实施,小额理赔的麻烦也会因此大大减少。虽然程序上有所简化,但中国人民财产保险股份有限公司郑州分公司理赔中心的宋卫国提醒广大车主,要了解新险种的特点才能更方便的进行理赔。
晚报记者 陈娟

要点一:单方全责不能“互碰自赔”
所谓“互碰自赔”,简单说就是当机动车之间发生轻微互碰的交通事故时,如果满足一定条件,各方车主可以直接到自己的保险公司办理索赔手续,无需再到对方的保险公司奔波。宋卫国介绍,“一定条件”包括互碰车辆均有交强险(尚未到期);仅有不超过2000元车损(不含人身损失);事故各方都有责任(同等或主次责任均可);事故各方均同意采用“互碰自赔”。

宋卫国告诉记者,新规的关键是“事故各方都有责任”,如果是一方全责就不能适用“互碰自赔”,而是继续采用过去“无责代赔”的方式,即由全责方保险公司对事故双方车辆进行查勘、定损、赔付,由全责方保险公司承担车损赔偿。

要点二:多车事故必须全部有交强险
在发生多车互碰的时候,除满足所有事故车辆都有责任外,还要求互碰事故中所有车辆都参保交强险,才可享受此项理赔程序。

要点三:定损可“就近查勘”
如果当事人双方难以判断损失是否在2000元以下怎么办?宋卫国告诉记者,中保

协做出了规定,首先是要“就近查勘”。如果事故当事人处理交通事故时不能判断各方损失是否在2000元以下,可以就近共同到任何一方的保险公司,由保险公司进行查勘估损。其次是“一方保险公司认定,其他公司无条件认可”。这意味着,经一方保险公司查勘后按照“互碰自赔”方式处理的,未参与查勘的另一方保险公司必须无条件认可。

要点四:异地出险也适用
如果本地车辆在外地发生了轻微擦碰,不少车主都会选择私了了事,但交强险互碰自赔业务让这一难题得以化解,互碰自赔业务在异地也实用。宋卫国说,比如郑州投保的汽车在北京发生了擦碰,双方在向保险公司报案的同时,应向当地交警报案,由交警参与处理事故。双方车辆损失都在2000元以内的,就可以采用“互碰自赔”方式,凭交警出具的《道路交通事故认定书》,到各自的保险公司进行索赔即可。

相关链接“互碰自赔”操作流程
1. 车主立即向保险公司报案。
2. 按照出险地有关交通事故快速处理的相关规定,通知交警处理;或依据有关规定自行协商处理。
3. 根据保险公司的提示到指定地点进行查勘、定损。
4. 符合“互碰自赔”的,各方车主凭交警《道路交通事故认定书》,或《机动车交通事故快速处理协议书》等,直接到保险公司索赔。
提交的索赔单证有:(1)索赔申请书;(2)责任认定书、调解书或事故双方自行协商处理协议书;(3)损失情况确认书(定损单);(4)车辆修理费发票(原件);(5)驾驶证和行驶证(复印件)。



一个非专业车手的试驾报告

春节放假,走亲访友,我的“小域”立了头功。一直在市区以龟速行进的它终于有了施展才华的机会——在高速路段尽情驰骋。
但说实在话,思域并不属于纯正的跑车风格,外形像跑车,实际是家轿车的风格,即使油门踩到极限,加速的过程仍然是循序渐进的,“推背感”并不是很激烈,我的“小域”更多的体现出一种安全和舒适性,不过加速的时间还是很短的。在京珠路段,车多,水平有限,一直跟着一辆奥迪学着超车,终于体验到了

高速超车的紧张刺激感,呵呵。在弯道行驶中,“小域”中高速过弯畅快淋漓,精准,车身稳健。在许平南路段,车少。直速中,我觉得车速只有60km/h,但一看时速表,数字已经到达100的位置。不过超过150 km/h时,车身就有点飘,胎噪太大,想优雅地听个歌都听不成。总的来说,这次春节之旅,结果是很令人满意的。
王美华

鞭炮伴着报警器的新年

今年春节,鞭炮放得仿佛格外卖力,从年三十儿之前就开始噼里啪啦地放了起来,与这些喜庆的声音同时而来的,是那些停在楼下的汽车报警器之声,各种各样的,滴滴嘟嘟,甚至还有音乐型的。每一个重量级的鞭炮炸响,汽车便要随着唱上一段,一唱一和的,平添了许多乐趣。
大年三十儿那天晚上,我家院子里鞭炮几乎响了一整夜,楼下的汽车也跟着唱了一

整夜,于是,第二天早上院子里呈现了一片繁忙的推车景象,有五六辆车的车主跟全家人齐上阵,一人把舵,余人共推之。难怪,在经过一整夜的歌唱后,汽车电瓶光荣下岗也在意料之中。现在几乎所有的汽车都安装有报警器,个人建议将报警器的灵敏度调低一点,车辆在遭遇歹徒偷窃时一样会嗷嗷叫,作用是一样的。表扬一下自己,我的车在过年期间就一声也没叫过。
陈栋

“不差钱儿”

人们习惯于在春晚过后将赵本山小品里“雷人”的经典语言流传于坊间。这不,刚一上班,我就被朋友的“赵氏”幽默给雷了一把。
大年初一,一位朋友开着他的新买的1.6L轩逸来接我和男朋友去吃饭,“哎,你还真有眼光啊,这车真不错!”我一边说一边绕着车身随意打量着。突然车尾1.6L的标志让我猛然想起,去年年末他还一直托我帮他找经销商优惠,想提一辆1.8L的轩逸,怎么过了个年变1.6L了?我随口问

道:“怎么,金融危机了?排量都降了?”“我不差钱儿!”朋友如此精辟的一句解释让我们顿时笑得前仰后合。朋友不屑地对我说:“还汽车版记者呢,知道不,购置税调整了,买1.6L比1.8L实惠多了,省不少钱呢。但问题的关键不是我‘不差钱儿’,而是国家的政策……”
我随口也问了他一句“雷人”的问题:“哎,你说现在买1.6L的轩逸,如果有个‘姓毕的姥爷’是不是还能便宜点!”
陈娟

海马汽车 蓝色扳手 BLUE WRENCH 捍卫汽车价值

品·质 跃升

福美来09款 升级上市
购福美来09款有千元大礼包

体验 价值升级 福美来09款采用动力学低噪音进气格栅,立体切割造型黑底晶钻前大灯,配合动感饱满的引擎盖和简洁硬朗的车身线条,完美诠释时尚精英的视觉品位。以15年与马自达合作的技术积累和超过40万用户的品质印证为基础,通过全面的优化调校和先进的配置应用,协同马自达原装发动机与变速箱的完美匹配,更成就福美来09款15项技术升级,使整车性能在动力、节油、操控等方面得到卓越提升。
“新三样”杰出代表——福美来,内修外炼,邀您开启全新体验!

8.68万起

节油 科技升级 <ul style="list-style-type: none"> 全新优化的ECU程序 日本电装(DENSO)电喷系统控制单元 带空调750转超低怠速 离合器踏板传感器(手动挡) 	外观 美学升级 <ul style="list-style-type: none"> 立体切割造型黑底晶钻前大灯 C造型高亮度后尾灯组合 动力学低噪音进气格栅 	信赖 安全升级 <ul style="list-style-type: none"> 全新升级的SRS系统控制模块 日本原装进口ABS+EBD LED高位刹车灯
动力 操控升级 <ul style="list-style-type: none"> 特别调校的前后悬挂系统 提升适应性的大气压力传感器 	舒适 环保升级 <ul style="list-style-type: none"> 新造型桃木内饰板 浅色系环保内饰材料 全新质感的座椅面料 	招聘 河南天时汽车销售服务有限公司及开封分公司联合招聘销售部和售后部各岗位职员,详情请联系:0371-67629111 或登陆公司网站

立体切割造型黑底晶钻前大灯 原装马自达发动机 浅色系环保、舒适驾乘空间

河南天时汽车销售服务有限公司 网址: www.tshaima.com
 销售电话: 0371-67665777 67665888 服务电话: 0371-67611777 67662777 手机拨打: 12580
 地址: 郑州市中原西路140号(与西环交汇处向西300米路南) 24小时救援电话: 13938535555
 中博支店: 0371-66536066 开封分公司: 0378-2265555 开封万宝支店: 0378-3887888

Hama 3 福美来 海马 马自达 www.haima.com 服务热线: 400-8888-323 800-876-8989 0898-6682022

雪铁龙 正式发布全新标识

法国时间2009年2月5日19时,雪铁龙在巴黎举行盛大仪式,正式发布其全新品牌标识。新的品牌标识仍以双人字标为基础,同时整体采用富有金属感的色泽,轮廓更立体圆润,极富时尚、现代气息。双人字造型是雪铁龙标识永恒的主题,以此纪念发明了人字形齿轮传动系统的雪铁龙创始人安德烈·雪铁龙。与新标识同期发布的还有雪铁龙全新的品牌口号——Cr é ative Technologie。全新品牌标识和口号的发布,体现了雪铁龙这一拥有90年光辉历史的全球著名品牌迎来了新的发展阶段。

新标识:以人本精神为根本不断创新
据了解,新标识延承的双人字造型代表了雪铁龙的“人本精神”,以此为品牌精髓的雪铁龙在过去的90年里创造了无数的辉煌。1919年6月,雪铁龙推出了第一款汽车——Type A车,这是第一款在欧洲大批量生产的汽车,实现了许多欧洲人的汽车梦想。雪铁龙随后推出的2CV、DS等经典车型更成为了世界汽车史上的经典。
同时,世界上第一款前轮驱动汽车就出自雪铁龙,两次震动世界的跨洲之旅为雪铁龙的创新文化增添了传奇色彩,而在WRC赛场上多次夺冠的C4 WRC更是雪铁龙技术创新的生动代表。
随着新标识的发布,五年之内,全球将有超过8000家雪铁龙网点改换新颜,统一的展厅风格是从来自不同国家的12个建筑设计方案中层层选拔出来的:展厅外部使用通透、流

线的造型设计和简单明快的色彩,使品牌标识鲜明突出,内部各功能区的设置充分考虑客户需求,处处彰显雪铁龙人性化的品牌关怀。
据悉,新标识的发布只是雪铁龙整体变革战略中的第一步,雪铁龙还将通过实施一系列的产品战略来实现用户体验的提升。

快增长:以新技术新形象拓展大市场
中国是雪铁龙全球最重要的市场之一。为了适应中国市场的快速增长,PSA集团正和中国合作伙伴东风汽车公司加紧做强做大在中国的合资公司——神龙汽车有限公司。持续加快雪铁龙最新车型和领先技术的引入速度,并在产品研发的前端就开始考虑产品的本土适应性。
东风雪铁龙作为最早进入中国的合资品牌之一,在中国已经拥有近100万用户,树立了良好的口碑和品牌形象。作为雪铁龙全球战略的重要环节,神龙公司、东风雪铁龙及早地参与了其在全球的换标计划。东风雪铁龙也将借雪铁龙全球换标的良机,适时分阶段对东风雪铁龙网点形象进行改造。新品牌形象的到来和新车型的加速导入预示着东风雪铁龙将在2009年迎来品牌提升的新阶段。
随着雪铁龙换标行动和东风雪铁龙品牌形象提升计划的实施,雪铁龙和东风雪铁龙将进一步为中国用户提供更加人性化的关怀和服务,将在中国市场迎来更加广阔的发展前景。
晚报记者 陈娟