

重在服务 让车主安心消费

2011年广汽丰田汽车消费教育大讲堂在郑州举行



10月28日,由中国消费者协会、中国消费者报社与河南省消费者协会联合主办的“卓越品质·优质服务·安心消费——2011年广汽丰田汽车消费教育大讲堂”在郑州举行。

在大讲堂活动上,针对消费者在购车、用车时可能遇到的各种问题,尤其是售后服务方面的疑惑,中国消费者协会、河南消费者协会和广汽丰田的工作人员为来到现场的消费者一一做了解答。同时,现场还请来了汽车流通协会副秘书长肖政三以及著名维权律师邱宝昌,针对目前的投诉焦点、市场热点,为消费者、厂家提出解决问题的建议与思路。 晚报记者 谢宽

汽车投诉激增 纠纷难解决

近年来,随着中国汽车保有量的逐年激增,有关汽车消费的投诉也在不断增加。今年年初,中国消费者协会公布2010年消费者投诉报告。2010年我国汽车产销双双超过1800万辆,刷新全球汽车产销纪录。在产销两旺的背后,是汽车投诉量的更快增长。2010年,全国消协组织共受理汽车投诉20405件,同比增长51.1%,创历史新高。“很多消费者遭遇到汽车质量问题,而且同一故障反复修理仍修不好。”有消协工作人员发出这样的感慨。从全国各地消协组织所受理的投诉情况看,发现修车时间长、花费大,特别是屡修屡坏的问题,最让消费者反感。

汽车市场目前的发展状况恰好证明了这一点。如今,几乎每一个车企都在努力扩展

自己的经销网点以吸引更多的消费者。但是,与投入巨大的销售体系相比,售后服务体系的投入常常显得捉襟见肘。根据2010年用户投诉的意见汇总显示,维修服务体系出现的问题包括:各店技师水平参差不齐、配件供应短缺、经销商售前售后态度差异大、维修有分歧时态度冷漠等。

而纠纷发生后,由于一方面法律法规未完善,另一方面,汽车检测机构少、检测费用昂贵、检测时间长、相关标准缺失,也使消费者举证难、求偿难、维权成本很高,因此每当纠纷产生,消费者或者因为觉得麻烦,便不再争取自己的权益;或者会显得过于急躁,以至做出过激行为。针对这些问题,今年的消费大讲堂,专门以售后服务知识普及为主题,指导消费者如何正确维护自身的合法权益。

维权难 更需企业诚信

现场有专家提到,由于现在相关法律法规还不完善,消费者在消费维权的道路上多了一层障碍。这就更需要企业以诚信、透明的原则,悉心为消费者着想。而企业也只有这样做,才能赢得消费者的青睐和业界的口碑,从而得到长足的发展。

针对专家提出的建议,广汽丰田何伟强部长在现场表示,对汽车质量尤其是汽车服务等问题,广汽丰田一直以来十分重视。公司成立伊始,广汽丰田就将“完善的渠道”确立为“三位一体”高品质保障体系的重要一环。

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,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,致力为顾客提供超越期待的价值体验。

去年广汽丰田推出“心悦服务”品牌,以“专业、便利、安心、尊贵、信赖”五大心悦承诺,通过对销售店设置了高度量化、便于操作执行的指标,承诺“预约0等待”、“最快30分钟高效保养服务”、“24小时救援”、“100%纯正零部件准时化供应”,进一步强化终端执行力,打造“服务品牌NO.1”。经过一年的品牌化运作,“心悦服务”获得了广大消费者的信任。根据第三方调查结果显示,目前有80%以上的车主表示满意,顾客满意度提升了41分。

此次消费大讲堂也是广汽丰田体现自身服务理念的实践之一,其目的就是帮助消费者形成对汽车质量和售后服务的全面认识,提高消费者的维权意识。



广汽丰田领导视察维修车间

2011年11月1日,昌河铃木全新战略型城市两厢轿车——铃木派喜于九江工厂隆重下线。仪式现场,在中国长安汽车集团总裁邹文超;九江市委副书记、市长殷美根;重庆长安汽车股份公司副总裁宋嘉;中国长安汽车集团领导及来自全国各地的重点经销商代表的共同见证下,昌河汽车、昌河铃木品牌代言人世界冠军吴静钰驾驶着铃木派喜缓缓驶下生产线。这不仅表明铃木派喜上市正式进入倒计时阶段,更标志着昌河铃木在进一步完善产品生产线和加快整个品牌战略步伐上取得了实质性进展。 晚报记者 白贺

自成一派,喜悦下线

铃木派喜在九江工厂启动下线仪式

Splash 中文名正式定为“派喜”

铃木派喜的原型“Project Splash”概念车最早亮相于2006年巴黎车展的日本铃木展台上。这是继Swift雨燕、Grand Vitara超级维特拉、SX4天语之后,以小型车技术专长的日本铃木公司推出的第四款全球战略车型。从设计研发之初,它就贯彻了铃木新的世界战略车项目“每个人的汽车(Car for Everybody)”的主题和铃木汽车“Way of Life! 生活之道”的哲学,旨在使Splash成为一款能够容纳各种不同的生活方式和情况的多功能车。

此次引进 Splash 国产,也是昌河铃木布局跨界于A0-A00级城市两厢轿车细分市场的重要举措,昌河铃木对这款车寄予了很高的期望。Splash的中文命名为“派喜”,既与英文名想要表达的“活力、朝气和喜悦感”品牌内涵达成一致,又通过中文丰富的字面理解传达了铃木派喜“温馨个性的潮流轿车”的市场定位。

昌河汽车、昌河铃木销售公司总经理柴伟表示,近年来,国内车市经济型两厢轿车市场前景看好,铃木派喜是昌河铃木的战略车型,目标是成长为昌河铃木旗下的主导品牌之一,担负着鲜活“派喜”产品品牌和“昌河铃木”企业新的品牌形象的重任。



第四款全球战略车型“派喜”发动机



三大产品卖点诠释“派喜”用车理念

与同级别车型相比,以“温馨个性、时尚跨界”为研发目标的铃木派喜,它的优势显而易见,据介绍,铃木派喜具备三大核心优势:

喜于心——铃木派喜搭载的是铃木具有领先科技1.4L的K14B发动机。此款发动机最大功率为73/5900 KW/rpm,并且在4800 rpm时就能提供134N·m的最大扭矩,在0-100米加速测试中仅用13秒。与此同时,K14B发动机还为铃木派喜提供了理想的燃油经济型,百公里等速油耗仅为4.6L,燃油经济性能位居同级别车前列。VVT可变气门正时系统提高发动机在所有转速范围内的动力性和燃油经济性,并可有效改善尾气排放。具有优良的响应特性,确保高速行驶时的可靠性能。

喜于型——铃木派喜搭载的是铃木具有领先科技1.4L的K14B发动机。此款发动机最大功率为73/5900 KW/rpm,并且在4800 rpm时就能提供134N·m的最大扭矩,在0-100米加速测试中仅用13秒。与此同时,K14B发动机还为铃木派喜提供了理想的燃油经济型,百公里等速油耗仅为4.6L,燃油经济性能位居同级别车前列。VVT可变气门正时系统提高发动机在所有转速范围内的动力性和燃油经济性,并可有效改善尾气排放。具有优良的响应特性,确保高速行驶时的可靠性能。

喜于品——铃木派喜是基于铃木竞速运动(DNA)底盘技术上开发的新产品,并且采用了世界先进的工艺技术作为其质量水平的保障品质。高强度车身、185宽胎和15英寸铝合金轮毂、ABS/EBD、P-EPSC动力转向系统、高科技智能制动(刹车)优先系统及前排双安全气囊同时为铃木派喜获得NCAP新车安全碰撞测试4星级的好成绩。

专家预测,铃木派喜量产面世后将作为经济型两厢车市场的新宠。而铃木派喜的引入也将使昌河铃木产品布局更加完善,派喜也将有助于昌河汽车成为中国汽车市场一支举足轻重的生力军。