

>>> 车速递

旭致荣威 W5 “丈量边关 致敬英雄”活动启动

近日，备受越野爱好者追捧的跨领域专业 SUV 荣威 W5 “丈量边关 致敬英雄”活动再次启动。在此之前，荣威 W5 特地在郑州成立了“丈量边关热血车友训练营”，期待能通过这种方式招募到更多喜爱旅游、勇于探险的车主共同参与。

作为荣威品牌旗下的首款 SUV，“跨领域专业 SUV”荣威 W5 凭借其专业级的强悍通过性、极限越野性和超强安全性，上市以来赢得广大 SUV 越野爱好者的青睐，尤其是 2011 年开始举办的“丈量 960 万平方公里的土地”系列活动，更是引发了众多车主和媒体的兴趣。去年下半年，荣威 W5 在众多媒体的见证下，走过边关雪海冰湖，穿过长城大漠飞沙，行遍岭南盎然秋色，览尽闽南大海无垠，用实际行动证明了身为专业 SUV 的绝对优势所在。

“荣威 W5 边关行热血车友训练营”作为丈量活动的招募站，将不同于以往的车主活动，它是一种真实的考验。参与训练营的车主们不仅要考查身体素质、考验行车技巧，更要模拟艰难道路路况，挑战互动环节，智慧与勇气并存的胜利者才能参与到真正的丈量活动中来。

黄奎

车膜贴了不到一年，就开始褪色、起泡，将好好的车玻璃弄成了大花脸。近日，王女士反映，她的车膜是买车时经销商送的，号称价值 1800 元，真没想到这么快就出了问题。

随着车市升温，购车者不断增多，进而准备去贴膜的车主也越来越多。于是关于贴膜出现的问题也屡屡发生。那么，怎样才能良莠不齐的市场上挑选到品质好的车膜？在贴膜的过程中又该注意哪些方面？我们邀请业内专家来给大家讲讲。

记者 谢宽



贴膜别光迷信品牌

挑选：别迷信品牌

说到怎样挑选车膜，专家的第一句话居然是“千万别迷信品牌”。

“原因很简单，现在很多品牌的车膜都是贴牌生产的，自己并没有生产工厂。而且越是名气响的品牌，仿冒的人越多，消费者如果一味迷信名牌，一不小心就会贴到假膜。”在专家看来，市场上的车膜如果要分类的话，只有两类。一类是高档膜，具有隔热、隔紫外线、防爆、防炫光的功能；一类是劣质膜，但不具备上述功能，还会因为含有甲醛、苯等有害成分，给健康带来危害。

至于怎么鉴别高档膜和劣质膜，专家说，照着以下几点做。

第一是望。可以要求经销商裁一小块膜下来，对着光亮的地方照一照，清晰度高的就是好膜，劣质膜看上去有一种雾蒙蒙的感觉。第二是闻。撕开保护层后，劣质膜闻起来有一股刺鼻的味道，而高档膜采用的是环保胶，基本上没什么味道，或是一股淡淡的胶水味。第三是摸。高档膜摸上去有厚实平滑感，劣质膜则很软很薄，缺乏足够的韧性，容易起皱。第四是擦。可以带一点酒精或是汽油，擦拭一下膜的表面。劣质膜一擦很容易

褪色，高档膜则不容易褪色。

注意：深色膜并不好

汽车玻璃太阳膜对于车主来说，意义不仅在于隔热、隔紫外线，还可以在汽车挡风玻璃破碎时，形成一层保护膜，防止破碎玻璃飞溅造成的伤害，这也是太阳膜所具有的安全意义。

但在市场上，销售最好的是深色太阳膜。而实际上这种膜并不好。

据专家介绍，车膜主要会影响交通安全，特别是一些透光率不高的遮阳膜，在光线较暗或傍晚时分，不利于司机观察车辆周边的情况，特别是行人、非机动车辆的通行情况，容易引发交通事故。而有些车辆贴一些像镜面一样的反光膜，这种膜在阳光的照射下，会干扰紧后面车辆司机的视线，容易引发追尾事故。一般来说，在车的两侧玻璃上张贴深色或反光膜的车辆都不可能通过“透光率”这个标准。

以上由威佳别克温情提示



郑东新区·威佳别克

地址：郑东新区商都路（中州大道东300米）

销售：0371-559 11111

服务：0371-5555 0111

网址：<http://www.weijibuick.com>

有问必答

问：汽车的扭矩指什么？

答：活塞在汽缸里的往复运动做有一定的功，单位是牛顿(N)，在每个单位距离所做的功就是扭矩，单位是牛·米(N·m)。

扭矩是衡量一个汽车发动机好坏的重要标准，现在评价一款车有一个重要数据，就是该车在每小时 0~100 公里的加速时间，而这个加速时间就取决于汽车发动机的扭矩。

一般来讲，扭矩的最高指数在汽车 2000~4000 转的转速下能够达到，就说明这款车的发动机工艺较好，力量也好。在开车时想加速就可加速，有较强的推背感。

问：年度审车的详细流程是什么？

答：1. 在服务大厅里领取车辆年审表，按规定填写，并将拓印下来的车架号、发动机号粘贴。

2. 将车辆开到外检窗口，按顺序停放，准备好验表、行驶证，等待外检。

3. 外检完毕后，有改外观，发动机舱脏污，未携带紧急停车牌(就是三角架)、灭火器，贴满了防晒膜等现象，将无法一次顺利通过外检。

4. 初检下线后，领取打印结果，按打印出来的不合格项目，去认真进行维修，因为还有复检等着你。

5. 完毕后，去服务大厅交钱，有车辆审验费、初检上线费、复检上线费、外检费等费用。

6. 最后一步，将车辆保险单原件、复印件，车主身份证复印件，行驶证，交款的收据等一并交入窗口内，等待打印年审合格的标签就好了。

郑州交警支队 张克

J.D.Power 发布 2012 年中国汽车销售满意度研究报告

东风日产逆势而增，蝉联非豪华品牌冠军

任勇：企业的领先不应只是销量领先



“能证明一个企业是否领先，不仅在于销量，也在于服务质量。”在谈到日前东风日产蝉联 J.D. Power 2012 年中国汽车销售满意度研究 (SSI) 非豪华品牌冠军时，副总经理任勇反复强调，高品质的销售服务质量是企业 2012 年逆势上扬的关键。

领先行业 56 分，同比增长 17 分，东风日产完成双超越

中国汽车销售满意度研究报告 (SSI) 是由 J.D. Power 亚太公司发布的权威调研。该调研是针对购车后 2~6 个月新车车主进行的，根据客户在交车过程、交车时间、经销商设施、销售人员、书面文件、交易条件和销售启动七个方面的感受经历，衡量出最终结果——中国消费者的新车购买体验满意度。SSI 总分为 1000 分，分数越高，表明消费者对购车过程的满意度越高。

8 月 13 日发布的 2012 年中国汽车销售满意度研究报告 (SSI) 显示，由于零售网络扩张和市场放缓之间的脱节，造成经销商销售压力增大和熟练人员短缺，导致中国总体新车购买体验满意度下降，2012 年总体销售满意度为 841 分，与 2011 年相比下降 6 分。

在去年的 SSI 报告中，东风日产以 880 分的总成绩夺取非豪华品牌冠军，比 847 分的行业平均成绩多出了 33 分。今年，东风日产逆势而增，不仅完成了对行业的超越，更顺利完成了对自身的超越：其以 897 分的总成绩蝉联非豪华品牌的冠军，同比增长 17 分，比行业平均成绩领先了 56 分。

诚然，作为备受消费者信赖的企业，东风日产自成立以来就一直致力于追求超越期待的客户价值体验。其坚持采用的日产 NSSW 全球“九段全程”标杆销售服务，更是囊括客户开发、接待、咨询、产品介绍、试车、协商、成交、交车、售后跟踪九大步骤，消费者从进入专营店开始，一直到车辆交付，9 个环节都能享受到无微不至的全程服务。

而针对熟练人员短缺的状况，东风日产也积极推进销售人员培训，不仅在理论上全程强调“九段全程”服务理念，更从 2005 年开始就举办销售精英大赛，由行业专家、消费者以及权威媒体作为评委，让销售人员在实战中提升销售服务能力，并有效运用到实际工作中去。

东风日产市场销售总部副部长杨高告诉记者，真正的销售服务就是要实现“我卖车”到“客户买车”的转变。当别人都在绞尽脑汁考虑如何把车卖出去的时候，东风日产已然用优质的产品和服务打动消费者，让他们愿意买单。“此次东风日产能蝉联非豪华品牌冠军，既是意料之外，也是情理之中。”

企业的领先不只是销量的领先

2011 年伊始，中国车市一改之前“井喷式”的发展速度，正式进入“微增长”时代，市场竞争日益激烈。加上当前国内市场上汽车产品同质化现象愈发明显，购车体验的好坏将成为消费者达成购车成交的重要判断指标。

诚然，在中国车市高速发展之时，一些汽车厂商本着“有车不愁卖”的心理，充分享受卖方市场所带来的福利，服务却被有意无意地忽视了；而一部分着眼于品牌建设、颇具战略眼光的厂家，却用服务在客户满意度方面精耕细作。而其中，东风日产差异化、专业化、全面化的服务，已然成为行业的标杆，并在很大程度上促进了销量的提高。在今年中国“微增长”的背景下，东风日产旗下 NISSAN 与启辰双品牌 1~7 月累计销量达到 52.5 万台，同比增长达到了 18.5%，大幅度高于行业平均增速，其中销售服务的助力不可小觑。

值得一提的是，2012 年是东风日产全新品牌启辰进入市场的元年。而在启辰产品销售过程中，东风日产不仅为其建立了独立的销售渠道，并且专门为其打造了具有国际水准的销售服务标准 VSSW——该体系在目前领先的合资品牌服务体系基础上，针对客户需求进行了优化和重构。启辰品牌的服务将由“客户至上”原点出发，达到与当前主流合资品牌相同的水平。因此，选择启辰品牌的消费者同样能够享受到比肩日产全球销售服务标准的待遇。

可以说，东风日产对销售服务“领先一步”的重视，是其在车市低迷背景下依然保持销量和服务口碑逆势增长的核心所在。随着中国汽车市场的不断成熟，汽车厂商如果不再在服务领域下功夫，将会被日益增长的市场需求无情抛弃。而东风日产在提升销售满意度上的努力，已然成为其保持强势增长的助推器，助力企业达成今年的百万销量目标。