

东风雪铁龙荣耀聚惠

全新世嘉交 1 万元抵 3 万元

近日,东风雪铁龙全新世嘉凭借全球 300 万用户的信赖和选择,成为雪铁龙、东风雪铁龙品牌首款销量突破 300 万辆关口、稳居全球中级车市主流地位的畅销车型,隆重启动了史无前例的“交 1 万元抵 3 万元”大型让利活动,与更多消费者共享冠军荣耀和激情。

回馈 300 万用户 交 1 万元抵 3 万元

对以底盘科技独步全球,创享人性科技又充满浪漫气质的法系车来说,300 万销量显然是一个前所未有的骄人成绩。此时,东风雪铁龙推出全新世嘉“300 万荣耀版”车型,并举办“交 1 万元抵 3 万元”活动,显然要与 300 万

户同享这一难得的荣耀时刻。

对于国内世嘉保用户来讲,全国网点的“冠军之夜”活动、16 项专业检测 VIP 尊享服务、老客户推荐新客户买全新世嘉同享推荐大礼、全球 300 万荣耀车贴等荣耀大礼,也让 300 万用户尽享无上荣光。

功“底”深厚 驰骋全球

由东风雪铁龙引进国产的全新世嘉出身于名冠全球的雪铁龙 C4,个性的外观、前卫的内饰、优雅浪漫的法式气息,是其给人的最深印象,并因此在美国、英国、意大利、日本等国斩获几十项设计、性能以及年度车型大奖,成

为“雪铁龙全球最成功的令人引以为傲的车型”。不仅如此,在全球市场上雪铁龙 C4 也一直以骄人的销量与福特福克斯、大众高尔夫等并驾齐驱,显现出卓越的竞争实力。

然而更令消费者动容的恐怕是其“法兰西运动小子”的美名,雪铁龙 C4 采用前麦弗逊、后纵臂扭转梁与螺旋弹簧组合的底盘悬挂系统,在行驶中对车身形成有力的支撑,表现出十足的韧性,无论过弯还是并线都非常轻松易控,同时对来自路面的颠簸起到有效缓冲;加上雪铁龙独有的中央固定集控式方向盘、全新 CVVT 可变气门发动机,展现引出引以为傲的运

动天赋。基于雪铁龙 C4 打造的 C4 WRC,配以冠军团队调校,助力车神勒布连续 4 次在 WRC(世界汽车拉力锦标赛)赛场上夺得总冠军。至今勒布凭借雪铁龙车型已获得前无古人的“九冠王”佳绩。

凭借全球 300 万销量,使东风雪铁龙全新世嘉在竞争激烈的中级车市犹如猛虎添翼,以卓绝的竞争实力应对车市的风云变幻,并形成持续强劲的发展势头。有理由相信,与更多消费者分享全球 300 万辆的荣耀之后,东风雪铁龙全新世嘉将乘势而上,聚集更多消费者,再创下下一个百万级的销量新巅峰。

(李颖)

四家车企参与“汽车三包标准”制定

本报综合消息 国家质检总局上周公布了“汽车三包标准”的 186 项国家标准。据了解,这项在今年 10 月 1 日将正式实施的新政有四家车企参与制定,包括上海通用、神龙、奇瑞和广本。

“汽车三包”政策明确,在不低于 2 年或行驶 5 万公里的三包有效期内,包括发动机、

变速器累计更换 2 次后仍不能正常使用等 4 种质量问题可退换货。此外还明确包修期为不低于 3 年或行驶里程 6 万公里,以先到者为准,出现质量问题凭三包凭证由修理者免费修理(包括工时费和材料费)。汽车厂商违反三包规定的,最高可处 3 万元罚款。

(魏学珍)

深圳：汽车停驶奖励办法年内出台

本报综合消息 深圳近日公布《深圳市近期交通拥堵综合治理总体工作方案》。方案中的下半年“治堵 25 条”将立即实施,力求年内见效。同时,为鼓励公交出行和绿色出行,深圳年内将研究出台“停驶奖励政策”。

据深圳交警部门介绍,截至 2013 年 6 月底,深圳机动车保有量为 241 万辆,预计今年年底将突破 250 万辆。从持续的道路交通指数分析来看,目前深圳市域范围内工作日早晚高峰平均车速为 30 公里/小时~28 公里/小时,其中中心城区早晚高峰车速为 32 公里/小时~26 公里/小时,处于基本畅通和缓行状态。与国内同类城市相比保持较畅通水平,但近年来拥堵加剧的趋势十分明显。

其中,由于深圳轨道三期工程已经全面启动施工,全市早晚高峰时段热点片区、路段和关口的交通拥堵状况日趋严重。

为解决这一问题,深圳市交通运输委员会、市公安局交管局、市人居环境委等部门联合公布了《深圳市近期交通拥堵综合治理总体工作方案》。方案中,下半年的 25 条措施包括交通、车辆、公交和道路等四方面内容。具体包括:下半年将在城市中心区或次中心区设定交通严管区,加快黄标车等车辆淘汰,鼓励轻微事故快处快赔,鼓励公交出行和绿色出行,年内研究出台停驶奖励政策及办法等。

(吴燕婷)

中国汽车行业企业社会责任报告发布

本报综合消息 由中国汽车文化促进会牵头编制的《2013 中国汽车行业企业社会责任报告》(以下简称报告)7 月 26 日在京发布。报告指出,近年来我国汽车企业社会责任实践取得了一定进展,但在认识程度、重视程度、参与程度等方面还存在差距和问题,未来履行社会责任有五大关键点。

报告显示,随着中国汽车社会业的快速发展,在政府和相关组织的支持与推动下,近年来我国汽车行业在企业社会责任方面不断倾注力量,在工作深度与效果上获得长足进步。国内众车企在企业社会责任领域积极开展工作并进行有益探索与尝试,2010 年以来,汽车企业履行社会责任普及程度显著提高,由过去只有整车制造企业发布企业社会责任报告逐步向发动机、变速箱等部件制造企业延伸,由外企、央企向民营企业延伸。

报告指出,我国汽车行业履行企业社会责任还处于初始阶段,无论从认识程度、重视程度、参与程度等方面与国际先进企业相比、与国内其他行业相比都存在差距。特别在以下几方面还不同程度存在问题:一是企业社会责任意识淡薄;二是企业社会责任管理体系不健全;三是企业社会责任项目不可持续;四是企业社会责任信息披露机制不完

善;五是企业社会责任报告编制不规范。

该报告对以整车为主的 60 家企业进行了调研,其中国有企业 20 家、民营企业 20 家、中外合资企业 8 家、外商独资企业 12 家,汽车品牌涵盖了国内自主品牌及德、美、日、韩等汽车品牌。此次报告根植整个中国汽车行业,旨在透视我国汽车企业社会责任现状,解析典型案例,展示成功经验,同时总结不足。并在此基础之上,进一步构建中国汽车行业企业社会责任评价指标体系等指导性文件。

中国汽车文化促进会常务副会长兼秘书长杨晨表示,根据本报告的研究结论,未来汽车行业企业社会责任履行有几大关键点:一是提升产品质量和安全性能,二是加快科技创新以提高传统能源效率,减少排放,三是加强科学用车常识的普及以改变用车理念,四是积极开展公益事业,五是从构建汽车文化产业体系、推进汽车文化科技创新,拓展大众汽车文化消费市场、形成多种所有制共同发展的汽车文化产业格局等层面加快发展汽车文化。

本报告为中国汽车文化促进会公开发布的第一份汽车行业社会责任报告,今后,将会以一年为周期定期发布。

(王薇)

商务部下调日产大排量进口车反倾销税

本报综合消息 上周,商务部发布第 42 号公告称,决定自 7 月 18 日起将原产于日产(北美)的排气量在 2.5 升以上的进口小轿车和越野车所适用的反倾销税税率调整为 3.6%,反补贴税税率调整为零。这意味着,商务部在进行了 9 个月的公正审查之后,对日产旗下的英菲尼迪 JX 的反倾销税、反补贴税的合计税率从原先的 34.4%下降到了 3.6%。

早在 2011 年 12 月 14 日,商务部曾发布公告,对原产于美国的 2.5 升以上的进口小轿车和越野车征收反倾销税和反补贴税,涉及通用、奔驰、克莱斯勒、宝马、本田等公司。按照当时规定,日产公司的反倾销税为 21.5%,反补贴税为 12.9%,实施期限为两年,自 2011 年 12 月 15 日起到 2013 年 12 月 14 日止。分析人士称,在此番调整税率后,车型存在降价的可能性。

(魏学珍)



豪华品牌集体掘金定制市场

本报综合消息 随着国内汽车消费的成熟,人们对汽车个性化的需求越来越强,面对不断膨胀的需求,越来越多的车企开始为消费者提供别出心裁的个性化定制服务。这一趋势也从超豪华进口车向国产车转移,个性化订单生产的模式正成为车企竞争的手段之一。

业内人士认为,目前定制化产销在国内尚处于萌芽阶段,由于个性化定制模式对企业的技术及管理能力、经销商的素质以及消费者的认知度和消费能力都提出了更高的要求,因此,个性化定制依然是豪华品牌的专属服务。不过,伴随汽车价格逐渐亲民,汽车定制服务在未来有很大的增长空间,最终也会走进寻常百姓的视野。

记者调查发现,目前奥迪、宝马、奔驰都陆续推出了国产车个性定制服务。在北京京顺宝宝马 4S 店内,一位销售人员告诉记者,目前店内国产车型定制比较多的是 3 系、5 系以及 X1,定制车型的销售比例已占总销量的 10%左右。对于个性定制车型的订金通常会比量产车型多出 10%,而 D 级车将会收取 20%~30%的订金,从下订单到交付需 3~5 个月的时间。

一位正在店内预订宝马 5 系定制车型的消费者表示,对于豪华品牌的定制服务早有耳闻,此次订车也是考虑到个性化的需求。“其实价格上只比标配车型贵了不到 1 万元,而这些都是自己所需要的,因此也愿意等待数月时间。”上述人士称。

在北京博瑞祥云奥迪 4S 店内,该店的销售负责人也表示,目前一汽-大众奥迪旗下所有的车型都可以提供定制化服务。目前订购定制化车型比例已提高到 5%。

一份行业的调查显示,目前购买豪华车的消费者对定制服务的认知度已达到 90%以上,最终购买的消费者比例虽然很低,但都是拥有多辆车的车主,不着急提车并有明确需求,而且平均定制配置的价格在 4000 元以上。

实际上,面对今年豪华车市场的增长放缓,“如何让定制服务成为增长的发力点”,已成为目前所有豪车品牌都在思考的问题,尤其是把持了中国近八成市场份额的三大德系豪车品牌,更是加大了为定制服务本土化的改造。

据悉,规模定制对汽车企业的科技和管理,以及社会化供应链都提出了严格要求。华晨宝马汽车有限公司销售副总裁段建军在接受记者采访时表示,由于个性化需求增多,个性化定制对企业而言无疑在物流、数据处理、生产线调整等方面都是一种挑战。

“原有产品是企业先生产让顾客后挑选,甚至会产生库存和积压,这对企业和经销商都会造成成本增加。”汽车市场专家苏晖表示,定制服务是客户先有订单才投入生产,不仅给厂家和经销商带来了更多的利润,而且还减少了经销商库存,这或许会成为汽车厂商下一个掘金点。

(据《北京商报》)