

打造中国SUV第一品牌

广汽三菱产品、服务齐头并进



成都车展上,广汽三菱董事长卢飒表达了对消费者的期望和承诺:“用专业的产品和服务,造中国最好SUV,打造中国SUV第一品牌。”近期广汽三菱频传喜讯,新帕杰罗·劲畅正式下线,新劲炫ASX荣膺C-NCAP五星安全,加上从8月30日起率先实施国家汽车三包规定,广汽三菱正以行动实现对消费者的守望和承诺。

专业产品:造中国最好SUV

产品是企业的立身之本,广汽三菱的企业理念明确指出,以专业、安全、优质的汽车产品,创新汽车生活,守护绿色地球。一年来,广汽三菱充分发挥“SUV世家”的优势,相继推出新劲

炫ASX和新帕杰罗·劲畅两款产品,不仅速度在业内罕见,产品水准也领先同级别车型。

专业意味着对消费者需求的洞察,伴随着SUV市场的快速增长,兼顾商务、家用用途的商务越野型SUV有望成为潜力巨大的新兴细分市场。9月12日,新帕杰罗·劲畅正式下线,新帕杰罗·劲畅首创“商务越野”的概念,对外观、空间、内饰和安全等方面都进行了大力度的改进,并保留帕杰罗级的通过性,将满足消费者对商务和越野的双重需求。新帕杰罗·劲畅拥有领先同级别的最长尺寸、最大动力、最强越野、最耐久等4宗“最”,加上20.88万元至30.88万元的定价,有望改写7座SUV车型的市场格局,抢占商务越野SUV的市场先机。

专业服务:打造中国SUV第一品牌

随着消费观念的日趋成熟,做好汽车品牌尤其是售后服务品牌的建设刻不容缓。为打造中国SUV第一品牌,广汽三菱除了推出专业的产品,服务措施也齐头并进,将在丰富

多彩的汽车生活中不断为消费者创造愉悦。

从8月30日起,广汽三菱率先执行国家《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(简称国家汽车三包规定),较国家规定提前了一个月。这种“敢为行业先”的举动,充分展示了广汽三菱对消费者的关怀,以及保障消费者权益的责任心。

广汽三菱率先推出汽车“新三包”服务并不是偶然,与其“专·心服务”的理念息息相关,“专”指专业的服务精神,“心”代表“安心、贴心和放心”,“专·心服务”则寓意以专业的精神,带给客户最安心、贴心和放心的服务。

为了把“专·心服务”理念落到实处,早在第一款车型新劲炫ASX上市时,广汽三菱就推出了售后服务“三大承诺”:1、客户可享受领先国内同级别车型的原厂5年或10万公里(以先到者为准)超长期限保修政策;2、售后服务常用零部件价格与进口劲炫相比下浮20%;3、对特殊事件中遭受恶意破坏造成的自身车辆损失及乘员伤害给予全面保障的“安心无忧”保险政策。(芳芳)

去集藏博览会感受中国外交发展史

对于普通百姓来说,“外交”这个词总是带着些神秘的色彩,令人感觉遥不可及。不过,如果你在9月26日到北京展览馆身临其境地感受2013中国国际集藏文化博览会,那一枚枚方寸大小的邮票,或许会让你对“外交”的意义有更深层次的了解认识。

博览会主办方之一、中国集邮总公司负责人介绍,通过邮票、邮品来展示新中国成立60余年来的外交成果是博览会的一大亮点。尤其值得一提的是,在前期的筹备过程中,主办方得到了外交部的大力支持。“届时,包括外交封、联合发行的邮票等在内的邮品将整体呈现在观众面前,脉络清晰且系统性地为观众呈现60余年来新中国外交发展史。”

此次博览会的各类展品将让人目不暇接,其中与外交相关的部分主要分为3个板块。重头戏当属新中国成立60华诞之际外交实寄封的集体展示。“这部分主要展出的是当时中国驻外国大使或大使馆工作人员,为表达对祖国60华诞的美好祝福,从各自所在国寄回祖国的实寄封。”相关负责人表示,“这也是此次展示的重中之重,不仅能跟博览会的内容、主

旨相呼应,体现出我们国家这些年来的外交成果,还能作为一份有特别意义的礼物献给即将到来的国庆,因此非常有意义。”

据悉,展出的这部分外交实寄封,来源地基本囊括了五大洲。而除了考虑地域分布的齐全以外,主办方还特别从收藏爱好者的角度出发,在展品的选取中考虑特色与代表性。“大使馆所使用的基本都是官方用封、公务用封,这种大规模的集中展示是非常难得一见的”,相关负责人透露。

除了邮票,非洲纸币专题的展示是又一个值得观众与收藏爱好者关注的板块,为期4天的展会中,将有大使馆工作人员亲临现场,手把手地为观众模拟演示赴非洲游玩护照申请的全部流程。

倘若经过上述观摩、互动活动,观众还觉得意犹未尽,那么,在非洲特色艺术品展示区里,观众还可以选择自己心仪的物品带回家。“这个区域中所展出、销售的每一件作品都是非常有特色的,其所展示的内容从服饰、舞蹈等多个方面反映出非洲文化独一无二的魅力,值得细细品味”,相关人士介绍道。(张伟)

LAND CRUISER“寻路天下·贝加尔湖”活动圆满结束

近日,LAND CRUISER 车主俱乐部2013年度大型越野体验活动——“寻路天下·贝加尔湖”在北疆明珠满洲里精彩落幕。主办方一汽丰田为活动的完美收官及LAND CRUISER 车主俱乐部成立7周年举行了庆典仪式。一汽丰田的相关领导、贝加尔湖之旅的全体车队成员70余人齐聚一堂,共同分享了车队凯旋的喜悦和LAND CRUISER 车主俱乐部成立7年来的点滴精彩。

8月10日,LAND CRUISER“寻路天下·贝加尔湖”车队正式发车,历时15天,横跨中、蒙、

俄三国,全程约5000公里。它的完美收官,为LAND CRUISER 车主俱乐部大型越野体验活动树立了重要的里程碑,为LAND CRUISER 60余年的传奇与辉煌开启了新的篇章。它再一次展现了LAND CRUISER 车主勇于挑战、关爱自然、团结协作的群体形象,再一次呈现了LAND CRUISER“挑战极限 珍爱自然”的越野精神和品牌文化价值,它所引领和倡导的集探险、越野、环保及公益于一体的全新时尚生活方式,定将在业内产生积极和广泛的影响,从而成为更多消费者的理想之选。(小雨)

叶建新水墨青花作品展将在国家画院举行

近日,“擎匠之门——叶建新水墨青花作品展”新闻发布会在京举行。

记者从新闻发布会上获悉,10月9日,中国传媒大学将在中国国家画院美术馆为叶建新举办“擎匠之门——叶建新水墨青花作品展”。届时,将有120幅叶建新的水墨精品力作和40件青花瓷器与观众见面;期间,由中国书店推出的大型画册——

《叶建新作品集·水墨青花卷》将在全国同步发行。据叶建新的经纪公司华夏和谐艺术品公司总经理李庆一介绍,叶建新的作品符合艺术品价值构成体系所包括的全部要素,当前正处于价格洼地,近几年的市场交易趋势上升势头很猛,不但被更多的投资人和收藏家看好,而且将进入“新艺术银行”业务体系进行流通。(陆伟)

入门中级车市场新老交替 成都车展直击新捷达/新凯越/东风标致301



说起今年车市的关键词,“入门中级车”当仁不让。相比15万元以上各级别市场零零散散的新车上市,8万元到12万元价格区间集中了多数厂商的大量火力。继上半年新捷达、昕锐上市之后,东风标致301又在成都车展惊艳亮相,入门中级车市场一时间百花齐放,精彩纷呈。

新捷达 老名声带新产品

全新捷达在外型设计上延续了德国大众轿车的前沿设计理念并结合最新的造型设计哲学:前大灯配以当下流行的黑色底衬框、精

致大气的镀铬格栅、前后保险杠的设计与简洁硬朗的车身融为一体,使前端、翼子板与侧身的结合更加完美。在内饰设计上,融入前卫、时尚、创新的元素,与车内其他配置形成了统一的内饰风格,舒适且美观。在车型尺寸方面,全新捷达长/宽/高分别为4487mm/1706mm/1470mm,轴距为2603mm。使得车内空间更加宽敞,乘坐更加舒适,更加符合中国消费者对家、商两用轿车的需求。

新凯越 不凡生活新动力

新款凯越的车身尺寸并没有发生变化,轴距依旧是2600mm,长宽高分别为4515mm/1725mm/1445mm。相比老款,别克改款凯越前脸变化比较明显,包括采用一体式下进气格栅,格栅装饰栏也有所改进,效果看上去层次感更强。此外灯组线条圆润饱满,同时灯腔内结构得到升级,加入日间行车灯等时尚设计元素。在高配车型上,电动天窗、真皮座椅属

于比较吸引人的配置,值得一提的是,选装中出现Voicelink语音控制信息系统,绝对是同级别车型中难得一见的新鲜玩意。

东风标致301 新生代的新选择

东风标致301定位于“新生代品质先锋中级车”,这款“新生代品质先锋中级车”刚一亮相便让人刮目相看。东风标致301的长宽高分别为4442mm/1748mm/1476mm,并且2652mm的轴距超过同级车型,满足了国人想要拥有大空间的购车要求;并且还拥有容积为506L的行李箱,在同级别车型中也较为可观。除此之外,东风标致301还搭载了定速巡航、智能钥匙这些高级别车才有的配置。延续了标致3系安全性高的传统,配备了包括ESC、ABS和4个安全气囊在内的安全装置。

通过分析,小编对这“两老一新”在未来A级车市的表现充满了期待。“老将”对“新兵”不知会擦出怎样的火花,只有等东风标致301正式上市后,我们再来比较他们的战绩吧。(王丽)

东风日产双品牌全面接轨汽车“三包”政策



国家“三包”政策的全面执行,无疑是东风日产带给客户产品品质保障的“双保险”。

业内专家表示,适逢“金九银十”这一传统销售旺季,有汽车企业在九月“抢跑”国家“三包”政策,实属情理之中。但像东风日产

这种在2013年1月汽车“三包”政策出台之前就响应号召的主流车企,更值得肯定和赞赏。以汽车“三包”实行为契机,将有助于东风日产在产品品质和服务质量上精益求精,进一步为消费者创造价值。

“更高标准”+“成熟流程” 东风日产做得更好

更高的标准和成熟完善的流程,是东风日产执行汽车“三包”政策的两大特点。

“当别的企业还把‘三包’停留在概念和纸面上时,东风日产已经有近1年的实际操作经验。因此,我们比别人更加了解消费者需要什么,也拥有更加成熟、高效、便捷的操作流程,能为消费者节省时间与精力,切实免除后顾之忧。”东风日产市场销售总部副部长杨嵩说。

为了满足消费者的真实需求,东风日产以积极和负责任的态度,在国家既定的“三包”政策上,提出了更高的执行标准。

在产品包修期上,东风日产延续了“3年或10万公里”的长效包修标准,高于“三包”政策规定的“3年或6万公里”;高端车型楼兰、贵士,更可享受“4年或10万公里”的超长包修标准。

在消费者普遍关注的“退换车折旧补偿费用系数”上,东风日产本着“客户至上”的理念,采用了全行业最低的补偿系数——0.5%。根据国家汽车“三包”相关规定,消费

者退换车需根据“[(车价×行驶里程)÷1000]×n(n为折旧补偿系数,数值范围在0.5%至0.8%间,由车企自定)”来支付车辆折旧的补偿费用。东风日产采用0.5%这一最低值,可有效减轻消费者负担,真正体现了“客户至上”的理念。

此外,在空气滤芯、空调滤芯、燃油滤清器、火花塞、轮胎、遥控器电池等易损耗零部件的质量保证期上,东风日产也优于行业的平均水平。

除了拥有更高的“三包”执行标准外,东风日产也具备了完善、成熟的执行体系。东风日产售后服务部在执行“7天包换”时就已成立了专项小组,并开设从终端到总部的绿色通道,能够及时响应、处理消费者的诉求,客户满意度达到100%。

任勇表示:“我们始终坚信,汽车‘三包’政策会促进中国汽车产业的良性发展,实现车企与消费者的共生共赢。无论是去年推出‘7天包换’,还是现在与国家政策全面接轨,都是我们对汽车‘三包’政策最有力的响应。”

行胜于言。务实的行动者,往往更容易赢得消费者的信赖与尊重。(杜威)



客户至上 “7天包换”全面接轨汽车“三包”

“对东风日产而言,自9月1日起执行‘三包’政策并不是真正意义上的提前,而是与国家有关政策全面接轨。”东风日产副总经理任勇表示:“因为我们已经把工作做在了最前面。”

如其所言,尽管国家质检总局发布的汽车“三包”条例要求车企在10月1日起正式施行,但东风日产凭借对产品品质的高度自信和对消费者负责任的态度,早已做好准备:早在2012年4月,东风日产就推出了3年10万公里延长保修政策,覆盖NISSAN和启辰双品牌;2012年11月22日,东风日产更率先发布“品质无忧承诺”,成为业内首个推出“7天包换”服务的合资车企。

随着东风日产“7天包换”与汽车“三包”政策全面接轨,必将有更多选择东风日产品牌的消费者享受到更全面、完备的售后服务保障。

同时,东风日产以395道检测工序、全球标杆工艺,成就了趋零故障的卓越品质,其生产制造水平在日产全球制造体系中数一数二,连续斩获日产全球标杆工厂、日本能率协会“工厂管理奖”等多项殊荣。对于

