

# 上半年车市投诉上升 汽车质量跑不赢销量?

2000年中国汽车产销量不到200万辆,而2009年中国汽车产销量突破1300万辆,超过美国,成为全球第一大市场。数量的增长,带给消费者最大的利益是车价的大幅缩水。汽车行业从“卖方市场”进入“买方市场”。但由此而来的消费投诉大幅上扬,凸显了中国汽车消费环境的弊端。

“据中国消费者协会的统计数据显示,2010年上半年的汽车投诉大概有6482件,比去年同期上升了55.6%,上升速度居投诉排行榜第5位。其中,经销商与厂商相互推脱导致求告无门、权威质量检测鉴定缺失、维修保养价格不透明、销售过程中侵害知情权等问题高居投诉榜单前列。

### 现状1:销量升 投诉增

在2010年上半年的投诉案例中,汽车维修、售后服务、行销合同三方面的投诉最多。可以看出,在销量飙升的同时,汽车的售后服务却呈现相对滞后的局面。

2009年,汽车延长保修服务陆续在全国各地启动。这一项颇为叫“好”的服务举措,却受到市场冷遇。时隔一年多的今天,依旧响应者寥寥。额外费用的缴纳和服务内容的有限,是消费者产生抵触情绪的根本原因。

在北美的汽车市场,一般厂家会提供5年10万公里的保修期限。但国内的厂商都在约定俗成执行着差不多2年6万公里的质保期。在超过质保期限后,通过缴费的方式换来的

“保修”实际上更像“二次投保”,将延长产品质量保证期的服务,打造成了投保产品维修期的概念。而且,在这项服务里,因为没有明确告知免除项目,很难确保所有维修项目都可实现免费修复或更换。

另外,销售过程中忽悠消费者、4S店维修价格不透明、车企与经销商的互相推诿等“老生常谈”的问题,也真实地描绘着中国车市销量飙升光环下的阴影。

**现状2:重价格 轻服务**  
在现今的中国汽车消费市场,价格仍旧是消费者下单的决定性因素。尤其是在经济型车以及微型车市场,价格更是影响市场份额的有力推手。

因为消费者对价格的关注高于品牌以及服务品质带来的影响,所以车企以及经销商只能通过不断压薄利润投入到新一轮又一轮的“价格战”中,无形中忽视了对服务品质更全面和细致的提升。同时,一款车若降价频繁且幅度较大,也会直接影响其在二手车市场的价值,即保值率,从而损伤消费者利益。

### 现状3:维权被“踢皮球”

张先生在购买某品牌轿车一个月后,车辆发生自燃,半边车身损毁。车企的质量检测人员通过一系列现场查证,给出了一张“自燃事件与整车质量无关”的报告,将张先生的索赔要求转交至保险公司。于是一轮保险公司、车企以及经销商之间互相推诿的“好戏”让张先生跑断了腿依旧求告无门,而为了保护现场,那辆烧毁一半的新车在小区门口整整停了半个月。

类似张先生这样被“踢皮球”的投诉案例不在少数,而根源正是权威检测与监督机构的匮乏令事故检测成为了“一言堂”。(金霖)

# 汽车广场

汽车家电新闻部 主办  
每周三出版

主任:李树政  
电话:0376-6202051 13939719317  
邮箱:xywblsz@126.com

## 2010车市年中收官

# 雅阁双冠加冕中高级车市“王者”

销量超过82000辆,上牌量超过80000辆。在刚刚过去的2010年上半年,雅阁再度勇夺中高级车市上半年销量、上牌量双料冠军。

2010年已经过去大半,虽然国内汽车市场在整体上持续了高速增长态势,但对于雅阁来说,这却是一个不平凡的半年。雅阁仍然一路乘风破浪、排除艰险,以无可争议的优势夺得中高级车市销量和上牌量双料冠军。

要获得有竞争力的产品实力,就必须做大量踏实的细致工作。雅阁的成功,无疑正是得益于广汽本田在这款战略车型上持之以恒的精湛工艺。以“精品战略”著称的广汽本田,无论是在设计研发、生产制造、内部管理、产品质量、销售网络的建设和销售队伍、员工的培训等方面,都为雅阁做好了工作。

“技术魅力”是第八代雅阁赢得消费者青睐的一大利器。作为拥有34年历史、历经八代进化、畅销全球的车,雅阁的沉稳、大气早已根植人心,但雅阁却不满足于此,坚持不断向更高性能挑战,引领着汽车发展的趋势。

第八代雅阁代表了“前瞻科技和激越力量”完美融合。超越级别的车身尺寸令车内空间同样宽敞舒适,让驾乘者尽享尊贵感受;而多应用于豪华轿车的先进VGR可变变速比传动系统让雅阁舒适大气之余更增加了畅快的操控感;高强度钢材的广泛应用,“六位一

体”的安全装备让雅阁成为唯一获得C-NCAP五星+评价的中高级轿车……

不断对产品性能的极致追求,使得雅阁总能吸引人们的关注并获得青睐。10年间购买三代雅阁的德国车主HJ.Cohausz说,我是德国人,但对好车的欣赏却不应有国界之分。在雅阁相伴左右的日子里,它并没有给我机会去找更合适的车。

正因为深谙此理,广本在战略车型雅阁的品质方面更可谓是孜孜以求。每辆雅阁车都体现着广汽本田严谨的造车理念,出厂前都将接受极为严格的检测,以顾客的角度进行9个领域135个质量项目的评价,总检查项目达到600多个,确保每台雅阁都拥有100%合格的高品质。同时,配合整车销售、售后服务、零部件供应等各环节为所有用户带来高品质、安心的使用体验。

2008年,第八代雅阁开创了国产车型享受“三年或十万公里”保修时代。“三年或十万公里”这一比肩豪华轿车的保修政策,不仅展示了广本对雅阁品质的高度自信,更充分显示出雅阁高人一筹的产品可靠性。

车主陈光山从1993年驾驶雅阁至今已经走过100万公里无大修的路程,一路见证了雅阁传承始终的可靠品质。他说,路走得越多,才会明白一台车靠得住最重要。(邓艳)

## 【汽车保养】

# 夏季行车慎防爆胎和自燃

夏季高温行车容易出现爆胎、自燃等各种交通事故。汽车维修保养专家提示,为防止汽车在行车途中出现爆胎、自燃,夏季行车应该经常对汽车进行安全检查,特别是轮胎的气压、线路的检测尤为重要。

东风日产售后维修部经理介绍,要想防止汽车轮胎爆胎,在行车前对汽车轮胎胎压非常重要。领航者自驾游俱乐部负责人介绍,夏季自燃的汽车很多是因为线路短路,出现火花引起自燃。检查汽车线路是防止汽车自燃的重要步骤。比亚迪沙朗4S店服务总监介绍,车主在使用的过程中,最好把不使用的插口配件拔出,避免导致高温,出现短路和自燃的情况。

此外,平时开车前要注意,如果有发动机漏油、底盘漏油、油管老化破裂等迹象,请到专业的维修店或4S店维修。行车前还要注意清理车上打火机、香水等易燃易爆物品。而小孩玩的放大镜等玩具,应及时清理出去。(姜明)

# 靓车T台



捷豹

# 福特汽车计划将所有车型推向中国市场

美国福特汽车公司总裁兼首席执行官艾伦·穆拉利26日表示,将把所有车型推向中国市场。

穆拉利在当天于纽约举行的2011款探险者(Explorer)运动型多功能车推介仪式后接受记者采访时说:“我们正在扩展在中国的业务,福特将把自己的所有车型带到中国市场。”

福特当天在全美开展各种活动,推广新款探险者。据介绍,燃油的经济性和驾乘的舒适性是这款新车最出众的地方。新款探险者全部在美国制造装配,搭载节能环保的涡轮增压2升4缸新动力引擎。另一个选择是3.5升6缸引擎,这种新配备的引擎比之前的6缸引擎节能20%。此外,新车比

前一款车自重减少45公斤。

穆拉利告诉笔者,与以往的车型相比,新款探险者在节能、安全等方面都有很大提高,这款车有望于2011年与中国消费者见面。

本月23日,福特公司公布季度财报。公司实现连续第五个季度盈利,今年第二季度实现利润26亿美元,在亚太地区的销售同比增长27%,其中中国市场增长近20%。

在中国市场方面,福特今年前6个月新车销售达到历史最高水平,共售出新车近20.6万辆,与去年同期相比增长46%。不过福特在中国的市场份额仅约2%,与同行相比较为逊色。公司正采取包括扩大产品线等手段争夺中国市场。(陈刚 曹一鸣)

## 【汽车装饰】

### 车膜老板自揭黑幕

# 售价千元进价仅40元

张先生两个月前在一家太阳膜店花费800元钱为爱车贴了膜,可不久前车窗玻璃突然爆裂。因没有人有破坏的痕迹,他怀疑是膜有问题。当他找太阳膜店要说法时,老板却坚称玻璃爆裂跟膜没关系,拒不赔付。

车窗爆裂跟太阳膜有关吗?这个行业有哪些不为人知的秘密?日前,某车膜老板向笔者揭露了一些行业内幕。

**玻璃爆裂车膜可能是“罪魁祸首”**  
许多太阳膜都可能出现贴上一两个月后玻璃爆裂的情况。这是因为,劣

质膜靠吸收热量隔热,当热量吸收到饱和程度后,二次反射不行,热量在玻璃表面大量积聚,从而极易引起玻璃爆裂。其实,很多经营者对所售太阳膜的特性并不太了解,所以当消费者贴膜后玻璃爆裂去找时,他们不会承认。“优质的太阳膜隔热不是靠胶中的吸热剂,而是靠分布均匀的金属颗粒或陶瓷颗粒反射出去,所以贴膜时间再久,在阳光下曝晒时间再长,车窗玻璃也不会爆裂。”

**售价近千元,进价仅40元**  
之前,曾有媒体爆料,因为技术问

题,一家贴膜店为顾客先后贴了七遍膜,但仍然有钱赚。贴膜真有那么暴利吗?

据介绍,现在贴膜业界通常的做法是,用一卷1.52米x30米的膜贴18辆至20辆车。不同材质的膜,成本和售价差异悬殊:染色膜,贴膜店的进价一般为400元/卷至500元/卷,以最高价位和最多贴车量计算(以下均按此计算),每辆车用料成本只有25元,贴膜后车窗的市场价格为两三百元;深层染色膜(不含金属),一卷进价为600元至800元,每辆车用料成本为40元,贴膜后车窗的市场价格为1000元之内;深层染色膜(含金属),国际知名品牌的贴膜店进价为7000元/卷至9000元/卷,每辆车用料成本为450元,售价大致在1000元至3000元;磁控减反射膜(金属),进价在10000元/卷至12000元/卷,每辆车用料成本为480元,售价一般在3200元以上。(姜明)

公馆私房菜 武汉菜 西餐 信阳炖菜……

# 信阳汉口公馆消暑服务全面升级

信阳汉口公馆地址位于信阳市北京路金杯财富大厦,营业面积3000多平方米,设有极品豪华包房3间,豪华包房14间,组合式包房8间,休闲散台20余个。主要经营公馆私房菜、武汉菜、西餐、中西融合菜、改良升级的信阳炖菜等。信阳汉口公馆共有四种不同的消费区和消费模式供您选择,消费标准30元/人起。



**极品豪华包房区:**摆放的是国内家私前三甲生产商凤凰量身定做的各式家私,桌面上摆放的是上海APC会议指定餐具生产商提供的骨质瓷,以及餐前为您提供银盆洗手特色服务等,为您提供的是奢华的服务。

**豪华包房区:**拥有和极品豪华包房区几乎同样的家私和餐具,让您享受高档环境和舒适服务的同时,不设定最低消费。让您消费得轻松、自在。

# 招聘

酒店自6月份开业以来得到了客户的一致好评,为了更好地服务于信阳消费者,现面向社会招聘如下人员,期待您的加入!  
**服务员、传菜员:**岗位要求:1.20岁至45岁;2.初中以上学历,女性身高160cm以上,男性身高170cm以上,五官端正;3.有无经验均可。  
**薪酬:**正式工:1100元-1500元/月;钟点工:8元/小时,每天晚上工作2小时至3小时。  
**泊车员:**岗位要求:1.高中以上学历,45岁以下;2.女性身高165cm以上,男性身高172cm以上;3.有无经验均可。  
**薪酬:**正式工:1100元-1500元/月;钟点工:8元/小时,每天晚上工作2小时至3小时。  
**司机:**岗位要求:1.高中以上学历,45岁以下;2.男性身高172cm以上;3.持有B照。  
**薪酬:**1100元-1500元/月。  
有意者每天**14:30-16:00**,携带好身份证原件、个人简历到店内面试。  
面试地点:酒店一楼 联系人:岳小姐 联系电话:**18737622371**



**活动包房区:**红色的羊绒地毯,活动式的高档板房,可以根据您的需要组成数量不等的联通包房,最多可以同时接纳20桌酒席,大气的菜肴让您体验酒席的又一种全新模式,酒席标准980元/桌起。



**休闲服务区:**从8元/碗的炸酱面到功能齐全各式水果茶再到风味各异的冰沙,让您在信阳汉口公馆就能品尝到全国各地特色小吃,不设最低消费。休闲的环境、各式各样的菜肴是您家庭进餐、朋友聚会的好去处。

# 近期优惠:

1. 餐厅积分卡正在热销中,不论金额多少,吃五次送一次。
2. 凡是在本酒店预订酒席满五桌送一桌,仅限午餐。

# 比亚迪半年销量只完成36%

据中国汽车工业协会的数据显示,今年6月份,销量排名前十位的轿车品牌依次是:朗逸、捷达、悦动、桑塔纳、新宝来、比亚迪F3、骏捷、夏利、福克斯和凯越,其中,比亚迪F3由于6月份销量只有1.6万辆,其排名也由首位跌至第6位。

另外,据比亚迪汽车发布的数据,1月至6月份总共销售28.9万辆,同比增长63.5%,其中,比亚迪6月份共销售3.54万辆,环比下跌27.33%,这已是比亚迪连续三个月销量环比下跌。

但即使是在上半年如此表现之下,比亚迪汽车方面仍信心满满地向大众表示:“我们对今年80万辆的销售目标有信心。”

可实际的情况果真如此吗?据中国汽车工业协会统

计,今年上半年汽车产销分别完成892.73万辆和901.61万辆。日前,中国汽车工业协会副秘书长熊传林表示,按照中国汽车工业协会年初的预计,今年我国汽车销量为1500万辆,对于这个数据协会内部并没有调整的意思,这就表示,按照推算,下半年的情况并不乐观。此外,不少行业内专家以及汽车生产厂家最近也纷纷预测,下半年的情况很难预计,如果国家汽车优惠政策没有持续推出或政策没能落实到位,都有可能影响到下半年车市的走势。

但无论如何,尽管比亚迪对其下半年突破51.1万辆的销量成绩抱有希望,但事实证明,市场销量的下挫、经销层面的压力,再加上新车型难以担当重任,比亚迪销量神话随时可以破灭。(崔元苑)