



本报讯 作为smart 2011年全新营销攻势的重要组成部分,由梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司发起的smart“城市大行动”活动日前登陆中国北部地区,这是smart品牌迄今为止在中国举行的规模最大、内容最为丰富的路演试驾体验活动。

Smart“城市大行动”集趣味性、竞技性、知识性为一体的场地试驾和充满艺术气息的城市巡游活动给广大消费者带来了全新的smart体验。另外,smart“城市大行动”的参与者将有机会在12月份飞赴洛杉矶观看科比·布莱恩特的NBA比赛。

梅赛德斯-奔驰汽车中国销售有限公司副总裁、北区总负责施瑞特先生表示,“smart进入中国短短两年,就以其独特时尚的设计、节能环保的技术受到了众多smart一族的青睐。2011年前8个月,smart在中国售出近7200台,年度同比增长近300%。北部地区是smart在中国最具战略意义的市场之一,到2011年底smart经销商将增至18家,致力于为北区的smart一族们带来更便捷的选择和更优质的服务。”

(雷冰)

汽车“三包”离我们越来越近

本报记者 张阳

国家质检总局发布《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(征求意见稿)》(即汽车“三包”政策),将于10月下旬召开立法听证会。时隔6年多再次被提上议事日程,表明了汽车三包立法的可能性极大。然而,什么样的故障才能换车,谁来认定责任,保险、购置税又应该怎么退?汽车三包新规在实施上还面临着不小的难度。



制图 毛洁

消费者热盼汽车“三包”

随着汽车保有量的迅速增加,汽车行业的投诉量在逐年上升。中消协统计数字表明,2010年投诉量同比上升幅度最大的商品是汽车,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。在汽车投诉中,因汽车质量问题产生的投诉占五成,而且频频出现汽车召回事件。

由于没有三包规定,消费者购车后遇到质量问题,车商的解决方法往往是“只修不换”,导致消费者维权举步维艰。“在强势的汽车厂家、经销商面前,弱势的消费者经常感到投诉无门。”车友王女士向记者诉苦说,去年她刚买车没多久,发动机就发生异响,到4S店修了至少6次才修好,前前后后花了两个多月时间,既耗时间又耗精力,都女士当时感到身心俱疲。“车子虽然修好了,但现在开起来总觉得没原来那么顺手。”都女士说,如果有了汽车三包,他就可以选择更换车辆了。

从事汽车工作多年的张先生表示,仅有保修和召回是远远不够的,只有汽车三包的实行,才会使消费者的权益得到最充分的保障。

“三包”新草案有何亮点

根据已经公布的征求意见稿,家用汽车产品售出后30日之内,如果出现因产品质量问题而产生的车身开裂、制动系统失效、转向系统失效、燃油泄漏等严重安全性能故障,消费者可以选择退货、更换、修理。

家用汽车产品的三包有效期自销售商开具购车发票之日起计算,整车三包有效期应不低于2年或者4万公里,以先到者为准。主要总成和系统是指发动机、变速器、车身、转向系统、制动系统、悬架系统、前/后桥等;质量担保期应不低于3年或者6万公里,以先到者为准。损耗件及其他零部件的质量担保期达不到整车三包有效期,其所属的总成或系统、零部件名称和质量担保期等三包条款由制造商明示在三包凭证上。

在整车“三包”有效期内,遇到以下3种情况时消费者也可以选择退货、更换或修理。分别是:因严重安全性能故障累计进行了两次修理,仍未排除或又出现新的严重安全性能故障;发动机、变速器、车身因产品质量问题,累计更换总成两次后仍不能正常使用;制造商在“三包”凭证中明示的其他总成或系统,因同一主要零部件产品质量问题更换2次后仍不能正常使用的。

“三包”新草案面临的问题

对草案中的内容,车友议论纷纷,认为多处值得商榷。“是否可以更倾向于消费者一些?”车主高先生说,比如草案要求整车“三包”有效期应不低于2年或4万公里,但这一标准比现在大多数企业执行的企业标准还低。高先生以自己目前使用的上海大众品锐为例,整车质保期就已经达到2年或6万公里,而丰田、现代等品牌汽车的质保期更长。

而汽车经销商也有苦衷。某经销商告诉记者:“4S店其实处境很尴尬,厂家是衣食父母,消费者是上帝,虽然也想为消费者争取权益,但没有法律明文规定,确实很难办。”他还说,汽车出现质量问题有很多原因,到底是零部件、原材料问题,还是用车环境和驾驶习惯等造成,要鉴别确实不容易,退车还涉及税收,非常麻烦。

无论是召回管理条例,还是“三包”法规,在举证难、鉴定机构缺失、配套法规和相关标准缺失等实施环境尚不完善的情况下,都很难在短期内有效改变目前中国消费者维权难的局面。显然光靠一个“三包”还远远不够,而是需要一个体系化的维权机制,一个专业的汽车监管部门,一套完备的法律体系,一个有法可依、执法必严的汽车消费环境。



秋季气候干燥 如何避免人车“来电”

汽车静电反应产生的原因主要有两点,一是人体在接触汽车之前本身就带电了,同汽车接触自然就要放电,而且根据人体质的不同,带电量也不一样。另一方面,空气中的尘埃与车身金属表面相互摩擦产生了电,人一碰车,就会产生放电现象。

在干燥的天气,活动中的人、行驶的汽车都避免不了摩擦,带电现象也就十分平常了。当然人体和汽车所带的电量有限,其电压不足以给车和人造造成严重的后果,但即使是微弱的电流,也会让人觉得不舒服。对于爱车,要简单且直接解决静电式灰尘吸附,秋冬季节车主就不得不多洗几次车了,当然,也还有其他招数可使。

多喝水是从自身内部防止静电发生的较好方式,多饮水可以增加皮肤表层湿度,静电在潮湿的状态下是不会自行发生的。

车内外要减少化纤用品的使用,化纤服装很容易带有静电,特别是在干燥的秋冬季节,更容易带上静电。通常人体在带有静电时并无异常感觉,只有在人体触摸车门等金属类导电物体时,静电才会产生放电作用使人感受到被电击。此外,车内也要尽量少使用化纤类的座套和脚垫,防止下车开车门时遭遇静电“袭击”。多打蜡也是防静电的有效方法之一,打蜡时可以选择防静电专用车蜡。

除了一些应该注意的事项和静电产品,还有几招既方便又实用的防静电小技巧。

有人会在开门开车前先去洗个手,或者先把手放在墙上抹一下消除静电,这不失为一个好方法。条件所限的时候,也可以双手在车上拍一下放完电后再开车门,相比于指尖接触汽车表面,双手直接附上去可扩大接触面积,减弱放电时带来的不适感。

平时在仪表台上放一块湿毛巾,或者定期用喷雾器在车内喷点水,就能达到增加车内湿度,减少车内静电产生的效果。

内循环空调使本身已很干燥的车内更加存不住一点水分。建议半开着窗,身上有些微汗也不要紧,适当促进汗腺的分泌对皮肤反而比较好。

扬子



告别微客 成为帅客 帅客1.5L隆重上市

本报讯 近日,郑州日产汽车有限公司在郑州主会场及青岛、成都、杭州、广州、厦门5大分会场隆重举行了“告别微客 成为帅客”——帅客1.5L全国上市活动,上市价格分别为标准型6.58万元和舒适型7.18万元。与通常的产品上市活动不同,借助此次帅客1.5L上市,郑州日产推出了“微客升级置换补贴大行动”,也就是针对微客升级置换客户给予每台6000元的大额升级置换补贴。借助限时限量的高额升级置换补贴,帅客1.5L标准型售价下探至5.98万元,直接进入高端微客4万~6万元的价格区间。

“微客升级置换补贴大行动”面向全国范围,旨在满足广大微客车主的升级置换需求。活动时间为9月28日~12月31日,在活动期间,有微客置换升级需求的消费者,在原有微客报废或作为二手车转让后,凭相关证明材料便可直抵6000元现金来换购帅客1.5L舒适型或标准型。从

微客升级置换补贴大行动

帅客1.5L舒适型 价格71,800	帅客1.5L标准型 价格65,800
升级置换补贴 6,000	升级置换补贴 6,000
65,800	59,800

郑州日产汽车有限公司

ZHENGZHOU NISSAN AUTOMOBILE CO.,LTD.

而以微客的价格,升级享受到郑州日产帅客“一车三用”的独特魅力。

CDV即“Car Derived Van”的缩写,意为“基于轿车平台的厢式车”,在欧美日等发达国家与轿车、SUV、MPV等并列,是大众非常熟悉的汽车品类。今年5月,国际化CDV NV200经过多轮竞争,从悉数的国际知名品牌中脱颖而出,成为纽约市连续10年的出租车唯一指定车型。由此可见,CDV在欧美的广阔市场和广泛影响力,并已经成为时尚、实用的代名词,成为一个城市发达程度的标志,成为未来车型的主流。

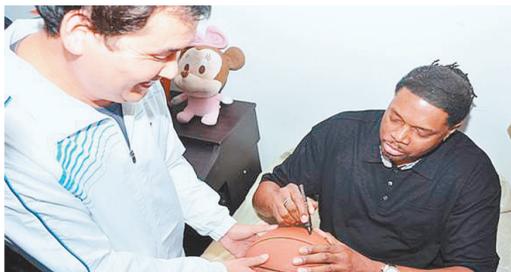
业内人士认为,帅客1.5L的价格与微客产品形成交集,而在产品的安全、舒适和性能等方面竞争力优势明显,凭借宏观政策环境与CDV市场需求逐步升温的推动,帅客1.5L的上市有望产生促进CDV细分市场扩张,并影响微客市场格局转变。(段民文/图)



东风风神携手NBA巨星“家访”粉丝车友

本报讯 近日,NBA巨星萨姆·帕金斯造访东风风神球迷车友宁峰家,宁先生上二年级的儿子难掩心中的喜悦。“帕金斯来我家了,还和我在我们家的风神车前合影了呢!”“我长大了也要学姚明,开中国风神车,到美国NBA打球。”

萨姆·帕金斯,堪称NBA一代传奇英雄,23岁时就同奥运队友迈克尔·乔丹一起拿过1984年奥运男子篮球冠军。他参加完东风风神赞助的NBA大篷车活动后,专程前往风神车友球迷宁峰家中拜访。宁先生夫妇都是老师,买了两台风神车,既是风神的忠实用户,又是萨姆·帕金斯的铁杆粉丝。与自己



的跨国球迷亲密接触,让帕金斯格外兴奋,他告诉宁峰,就像风神品牌由厂家和消费者共同缔造一样,NBA的历史也是那些伟大的运动员和广大球迷共同谱写的。看到宁先生楼下停着

两辆时尚劲酷的风神车,萨姆·帕金斯十分开心。身高2.06米、身材发福的他曾试乘过风神H30 CROSS,对其宽适空间和时尚内饰留下了深刻印象。(刘强)

汽车除味魔盒亮相绿城

本报讯 近日,一种能瞬间分解空气中异味、臭味和有害气体的汽车专用除味魔盒首次在郑亮相。

据了解,该空气净化产品由河南酷雷环保产品有限公司生产,属于非化学香精遮盖的环保产品,主要用于室内环境的异味清除和消毒杀菌,能瞬间分解异味、臭味和有害气体,并持续保持环境空气自然清新。该汽车专用除味魔盒可强效持久分解新车内装饰、皮革、地板所含的甲醛、苯系物、VOC等有害气体;有效抑制车内空气中物品上附着的真菌、霉菌等各类有害菌;清除车内皮革味、烟味、汽车尾气等异味。(文玲)



别克S弯郑州站起跑



本报讯 10月7日,郑州市中原国际博览中心刮起了别克的涡轮旋风。2011年“别克S弯挑战赛”郑州分站赛在此拉开帷幕。据了解,这项国内规模最大、最具影响力的汽车场地挑战赛今年已是第三届,规模从去年的全国29座参赛城市扩大为38座,而著名的魔力环形立体赛道也进行了难度升级,加入美国邦杜兰特赛车学校规定项目“麋鹿测试”。通过6个多月的激烈角逐,最终脱颖而出的76位S弯顶尖高手将前往美国凤凰城,在通用官方认证训练营邦杜兰特赛车学校接受专业驾驶技巧培训,并在世界级赛道上挑战自我。

升级版的魔力环形立体赛道是2011“别克S弯挑战赛”的一大看点。这条仿效世界王中王(ROC)挑战赛所设计的竞赛赛道从2010年别克S弯时被引入,不仅开创了国内同类赛事的先河,同时双车并行竞速也带来无比的趣味性和观赏性。今年还在原有的基础上增加了邦杜兰特培训科目“麋鹿测试”。它在赛道一条小直道末端突然摆设中央障碍物,考验车手驾驶车辆回避障碍物的能力,车手驾车可以选择从障碍物两边任意一侧躲避路中间的这只“麋鹿”,然后紧跟着进入一个蛇形S弯,相当有难度,速度和刹车控制点都需要十分讲究,对于车辆在极限状态下的行驶稳定性和主动安全性更是一大考验。

从2009年举办至今,“别克S弯挑战赛”已在全国举办超过80场,吸引了超过5万人次参加,堪称“国内规模最大的场地挑战赛”,随着赛事档次与规模的不断完善和扩充,这项赛事已成为目前国内驾驶爱好者交流车技的平台。(张鹏)

东风悦达起亚试驾会举行



本报讯 10月6日,“驾驭大师力作 镜鉴设计之美”,2011年东风悦达起亚K系列大型试乘试驾郑州站活动在河南汽车公园揭幕。这项持续三个月、跨越全国60个城市的试乘试驾活动,将为消费者带来一场别开生面的东风悦达起亚的品牌体验盛会,全面展现K5精英格调新典范和K2都市悦行派的产品主张,分享起亚K系列动感、年轻、时尚、精致的车市潮流。

据东风悦达起亚郑州经销商介绍,本次试乘试驾活动的最大亮点来自全球首创的“试车镜”,消费者可驾驶K系列的车型在长17米、高近3米的“镜墙”前驶过,能够使驾乘者的感官最大限度地体验到K系列产品简约直线条设计理念和独特的未来感,进而达到与起亚K系人车合一“时尚自信”美的享受。活动方指出,镜者鉴也,以铜为镜可以正衣冠,以史为镜可知兴替,以车为镜可悦千里。东风悦达起亚独具匠心的“试车镜”旨在为消费者提供人、车、镜三者结合的全新动感视觉享受,充分体验起亚设计大师彼得希引领国际潮流的全新设计理念,更深刻的领会起亚“激情超越梦想”的品牌价值。

据了解,自彼得希入主起亚,起亚就从一个“物有所值”的品牌,进化为一个有“设计价值”的品牌。K5和K2分别荣获2011红点设计大奖和IF设计大奖。同时,K2两厢车将于今年11月上市,东风悦达起亚高层表示,“K5、K2、K2两厢车以及年度改款车将共同支撑起2011年的产品建设体系。”(张磊)