

广州本田实现价值回归

价值回归-产品

在产品方面，按照产品技术引进与世界同步并适合中国国情的原则，广州本田一开始就引进世界当前的最新技术，并且技术不断滚动发展，保持与世界水平同步。广州本田推出的雅阁、飞度、奥德赛、锋范等系列轿车，在环保、安全、节能方面，都处于国内同级别车型中的领先水平，把世界最新的产品技术带给中国的消费者。

在生产技术方面，广州本田黄埔工厂拥有一条国内最高水平的柔性化生产线，可以共线生产雅阁、奥德赛、飞度和锋范四大系列产品。这在国内是屈指可数的。广州本田是根据生产规模发展的不同阶段，根据工艺的变化，综合作业环境、人的作业程度、最佳成本、最佳匹配度、质量保证等多种因素，充分合理发挥员工和机器的作用，力求达到人和机器的最优结合。目前，广州本田黄埔工厂的生产线可以达到单线双班日产1000台，平均每51秒生产一台车，这是目前国内的最高水平。

广州本田在设计这条24万辆的生产线时，经过深入研究，使得机械化设备具有很高的柔性，尤其是在“刚性”最大的焊装车间，广州本田的焊接线可以完全适应不同平台的不同车型；一般工厂的一个机器人就固定一种焊枪，而广州本田的特制机器人已经预先设定了不同的参数，在每换一个车型和多个车型的焊接当中，都可按需要更换不同形状的焊枪。

产品与世界同步的理念，保证了广州本田产品的高品质。在C-NCAP碰撞测试中，广州本田旗下产品取得了优异的成绩，第八代雅阁获得轿车类第一个五星+评价，奥德赛成为MPV车型中第一个五星车型，思迪轿车获得四星评价，新一代飞度获得五星评价。一系列成绩都是广州本田产品先进技术的体现。

价值回归-品质

广州本田没有设立单一的品质部，把质量管理职能落实到形成产品质量的各相关部门。广州本田不光注重产品生产过程的质量控制，而且在国内率先把质量管理向供应商和市场两端延伸，并推行全员全过程质量管理。

首先对零件的采购，本着同呼吸，共命运的严格控制零部件质量理

念，广州本田对零部件供应商的选择依照严格的流程进行，在质量、价格、交货期、研究开发能力、管理水平和生产技术等六方面（QCDDME）进行综合评价，再根据评价结果选择合适的供应商。通过这些措施，严格控制零部件质量。其次在全员中推行“不制造、不放过、不接受不良品”的“三不”原则，从自己做起，对上下工序负责，真正做到质量是生产出来的。

广州本田以追求“世界最高品质”为目标，在引进Honda先进质量管理标准的同时，结合自身实际情况，建立了GHQS质量保证体系，也培养了自己的质量管理队伍。广州本田设立检查主任技术者和质量标准委员会，独立行使对质量问题的否决权，对质量进行监控。广州本田质量提高中心每天召开质量例会，对生产现场的质量问题快速反应和解决。

目前，广州本田的产品质量水平是本田所有海外工厂中最高，部分零件精度还超过日本件的水平。装车一次交验合格率均达95%以上。

价值回归-服务

广州本田率先在国内导入以人为本、售后服务为中心，集整车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈四位一体的特约销售服务模式。通过提供舒适的购车环境、专业健全的售后服务、纯正的零部件，使用户从买车到用车的全过程都得到卓越的服务。同时，广州本田还通过对经销商的管理延伸、服务支持与与顾客的长期良好合作、互利互惠的关系来谋求共同发展。

在售后服务方面，围绕着如何更好地提高顾客的满意度，广州本田也有多项创新，例如：在国内第一个开展服务双周活动以及售后服务技术技能竞赛；在国内首个推出双人团体快修体制；创新导入24小时紧急救援机制等等。广州本田与全国160余家供应商一起，构建了更加高效的供应链体系，从源头上保证产品品质，为消费者提供更为优异的产品。2008年第八代雅阁的推出时，广州本田宣布第八代雅阁将享受“整车三年或十万公里保修服务政策”，随后推出的新车型飞度、锋范都相继享受此政策。广州本田此举不仅确立了服务新标杆，也是基于对产品品质、可靠性的信心向消费者作出的承诺。

■记者 马艺芳 整理

众泰吹响“汽车下乡”集结号

随着财建[2009]153号《第一批汽车摩托车下乡生产企业名单及产品目录》的正式出台,“下乡政策”带来的市场效应迅速蔓延开来,各大厂商开始跃跃欲试,这使得竞争激烈的汽车市场再次上演了一场没有硝烟的“战争”。作为入选名录之一的自主品牌新锐众泰汽车,也当仁不让地发起系列下乡攻势,吹响了进军二三级市场的集结号。

记者了解到,此次下乡攻势,是众泰在结合企业自身特点的基础上,迎合二三线市场消费者需求,围绕核心人群,陆续开展“渠

■记者 何尚武

天津一汽威志再战节油极限

自从2009年2月开赛以来,关于威志创造新节油记录的消息就接踵而至。威志车友节油极限挑战赛东莞站比赛中,爆出90公里油耗仅为2.13升的惊人成绩。日前,在最近展开的湖北站比赛中,记录则被刷新为百公里油耗2升,天津一汽的这种频繁挑战自我的行为也被调侃为“跟自己过不去”。

据了解,威志车友节油极限挑战赛是天津一汽在牛年的第一个全国性赛事,也是2009年初汽车市场启动最早规模最大的终端活动之一。早在广东东莞拉开战幕时,媒体就做了报道,因为这次挑战赛与一般的竞技不同:参赛选手全部是威志车友,参赛车辆

道下乡”、“产品下乡”、“服务下乡”、“政策下乡”和“文化下乡”等多项活动,“汽车下乡是一个系统工程,要真正使二三线市场消费者得到实惠。”众泰相关负责人特别强调。

据众泰相关负责人介绍,早在年初,众泰就制定了“千县工程”规划,计划在未来半年时间内,建立县乡一级众泰红色根据地,即实施渠道下沉,通过精耕细作,在县乡一级区域建立起众泰的销售服务网络,全面覆盖二三线县乡市场。

对于车友的热烈反应,威志生产企业天津一汽仍以一贯的低调作风示人。当记者例举出威志车友节油极限挑战赛爆出的比赛数据时,天津一汽有关人士表示:节油挑战赛是节油竞技比赛,但也是天津一汽为车友搭建的互动交流平台。

据悉,威志凭借NBC平台技术性能和口碑,已经成为消费者心目中低能耗、高品质精品小车的典范。

■记者 何尚武

北斗星当选微轿满意度冠军

日前,华鼎奖“2008中国汽车品牌顾客满意度调查”结果隆重揭晓。昌河铃木北斗星以794分的总成绩,一举夺得“中国微型轿车满意度调查第一名”荣誉,再次“星”光闪耀微型车市场。

“中国汽车品牌满意度调查”是中国汽车界规模最大的第三方满意度调查活动。2008中国汽车品牌满意度调查历时6个月,从全国26座城市的21356名消费者获得的第一手资料统计得来,对50个汽车品牌在“销售满意指数”、

“售后服务满意指数”以及“新车质量满意度”等方面的表现进行综合评价,评选出“品牌综合满意度”奖项。

从北斗星、爱迪尔和福瑞达等车型的市场表现来看,昌河汽车正以“中国精美小排量汽车制造专家”的形象赢得业界和消费者的普遍认可。而昌河汽车总经理周世宁也直言:“昌河汽车将不遗余力地在产品创新上精耕细作,展望更加远大的未来。

■记者 何尚武

1956年7月14日,中国人自己制造的第一辆汽车——“解放”牌载货汽车从长春一汽总装线上盛装下线,中国的汽车工业从此开始起步;1984年1月,中国汽车的第一个中外合资企业——北京吉普诞生,中国汽车工业进入了合资高潮;1997年3月,奇瑞公司在安徽成立,国内汽车自主品牌逐渐发展……50年后的今天,中国汽车产业已从简单的产品竞争到品质、服务、口碑等全方位的竞争。在国内汽车消费突飞猛进之时,在品牌及外形两大因素之外,“价值”已开始主导消费。但在品牌充斥的市场环境中,消费者何以理性、清晰认识到产品的价值?如何才是理性消费?

在众多汽车厂家中,广州本田无疑是经历尤为特殊的一家。从1999年到2009年,广州本田走过了10年路程。2009年3月26日,广州本田雅阁轿车累计销量已经突破88万辆,这是国产中高级轿车累计销量的一个全新纪录。88万销量以及88万中国精英阶层足以体现和说明——雅阁的价值,广州本田的价值!