

商用汽车新闻

□周刊 □2019年1月7日~2019年1月20日 □2019年第1、2期 □总第605、606期 □国内统一刊号 CN11-5506/U □邮发代号 80-517 □订阅热线: 010-88138144 □定价: 6元

主管: 人民日报社 主办: 《中国汽车报》社有限公司、中国汽车工程研究院股份有限公司



宇通CL6, 宜客宜商宜旅, 有效满足多种市场需求。

贯通式行李舱 超宽车内空间 一体式触控中控台

微信扫一扫 微信公众账号

400-659-6666

法士特: 经营指标创新纪录 增速跑赢重卡行业

■ 商车

“砥砺前行50载, 初心不改再启航”。过去的2018年, 是陕西法士特汽车传动集团有限责任公司发展史上具有里程碑意义的一年。企业全年产销变速器90万台, 同比增长9.6%; 出口创汇同比增长45%, 不仅实现全年生产经营完美收官, 产销指标增速跑赢重卡行业。同时, 全面超额完成年初计划目标任务, 再次创造了企业历史最好发展纪录, 以各项经营指标连续16年名列中国齿轮行业第一、重型汽车变速器年销量连续13年稳居世界第一的优异成绩, 为改革开放40周年和企业建厂50周年献上厚礼。



2018年是法士特发展史上具有里程碑意义的一年

新能源、智能化产品的研发和推广取得不断突破, 为企业高质量发展、加快国际化步伐奠定新的基础。

规划 2019 对标国际 补足短板

当前, 改革开放的大门越开越大, 复杂多变的市场环境呈现出国内市场国际化、国际市场国内化的趋势, 各行各业均在探求国际化发展之路。

为确保“5221”战略目标的顺利达成, 法士特全面开展“全员全面对标国际一流及实物质量对标国际化产品(双对标)”活动, 将

(下转2版)

盘点 2018 成果丰硕 信心满满

作为企业“创新驱动年”活动的开局之年, 法士特深度聚焦产业变革和行业趋势, 认真践行国家“五大”发展理念, 围绕“品质革命”和“效能革命”为中心, 落实“八大创新”, 践行“五大提升”, 打造“三心”员工队伍, 铸造“四律”干部铁军; 经受住了市场、环保、成本、质量、服务等全方位的考验, 充分满足了广大客户对量的需求、对质的追求、对价格的诉求、对细分市场的要求; 全面超额完成2018年各项目标任务, 实现了企

业在科技创新、产品研发、市场开拓、对标国际、品牌建设、技术改造、成本管理和企业文化建设等各方面的长足进步; 形成了结构调整不断优化、科技创新活力迸发、市场开拓不断发力、“两化”建设扎实推进、文化建设卓有成效、人员素质高效提升的高质量发展新局面; 达成了全年生产经营再创历史新高纪录、行业领先优势持续保持的计划目标。

凭借科技进步和自主创新, 法士特全力打造国内一流的科研机构和技术创新体系, 国家级企业技术中心综合排名位列全国第97位,

始终位居中国齿轮行业领先水平。并成立英国创新中心, 大力推进“科技兴企、人才强企”战略, 专利授权数量已达千余项, 助力企业以发展成就和品牌荣誉为改革开放40周年和企业建厂50周年献上厚礼。荣获中国工业大奖表彰奖, 登上中国工业界最高领奖台; 首次跻身国内国际汽车零部件“双百强”行列, 加速迈向高端、跻身国际; 举办科技表彰暨创新发展推进大会, 描绘“3331”战略目标宏伟蓝图; 第800万台重型变速器成功下线, 市场保有量站上新高度; 中轻卡变速器基地在宝鸡顺利

落成, 发展空间更加广阔; 1810集成化AMT自动变速器首发, 填补了国内技术空白; 荣膺“全国企业文化建设最佳实践企业”称号, 实现企业文化与生产经营双轮驱动的不断发力。

“天道酬勤, 玉汝于成”。荣誉和成绩都是拼出来的、干出来的。经过“创新驱动年”活动的深入开展, “两化”建设的持续推进, 法士特不断激发生产、管理、技术、服务等领域的创新力和创造力, 进一步促进全体员工解放思想、深挖潜能, 使公司信息化、智能化覆盖范围不断扩大。



法士特液力缓速器

重载下坡制动好 挣钱安全又高效

法士特 为您的成功传输强劲动力

从众多大奖里解读 宇通客车品牌的内涵与外延

■ 商车

宇通客车的发展过程,伴随着种种荣誉。那些光彩印记不仅没有消散于时光之中,反而随着改革创新的不断向前而熠熠生辉,越发清晰。

经过不断历练,敢于人先、敢于创造、敢于担当、敢于奋斗的宇通客车,已被诸多有影响力的大奖与荣誉包围。

从被选为“海峡两岸最会为股东赚钱的企业”、被评为“中国500最具价值品牌”、连续15年上榜“中国企业500强”、连续5年入选《财富》杂志“财富500强”到获“2018全国新能源公交车性能评价赛”8项大奖再到摘得“中国工业大奖”……每个奖项与荣誉,都彰显着宇通作为行业领军企业的被肯定和认可。

用行动与智慧 塑造荣誉

不忘初心,方得始终。一直以来,宇通客车始终坚持与时俱进,勇立潮头,不断用行动丰盈品牌,既为自己赢得了掌声、荣誉与声望,也为行业留下了最美的时代记忆。一项项技术、一辆辆客车、一个个奖牌……全景式铺展开了宇通创新发展的精彩画卷。

数十年来,宇通客车瞄准“安全、节能、环保、舒



宇通客车的发展历程伴随着种种荣誉

适”的方向强势发力,自主进行了核心与关键技术攻关创新,不断推出满足客户需求的系列客车产品,引领行业快速发展。目前,宇通已形成了5~18米、国内84个产品系列、海外68个产品系列的完整产品链,覆盖公路客车、城市客车、校车、专用客车等各个市场。

伴随着中国制造崛起的时代洪流,宇通精心研发的新能源客车、专用校车以及T7公商务用车,填补了我国客车领域多项空白。特别是在2016年1月8日,宇通客车凭借《节能与新能源客车关键技术研发及产业化》项目,获得2015年

度国家科学技术进步奖二等奖,成为我国新能源汽车领域第一个获奖的汽车整车企业,这也成为我国战略性新兴产业发展过程中的重要里程碑。

前进没有终点,宇通习惯了朝着锁定的方向不停地奔跑。宇通恪守“PSC创新法则”,即坚持前瞻性(Proactive)、系统性(Systemic)、客户价值(Customer-oriented)。同时,随着城市化进程的深入,宇通客车以新能源产品为核心,推出城市公共出行整体解决方案,将“环保”和“智能”融入人们日常生活中,致力于让互联网科技时代人

们的生活更加美好。

随着时间的推移,宇通获得的各种奖项越来越多,数不胜数。但荣誉面前,前行不止。宇通并没有因为任何一个奖项而停留脚步,对宇通来说,荣誉是对过去成绩的肯定,也是对未来不断进步的一种激励与鞭策,时刻督促着其为更美好的出行去努力。

耀眼的业绩 为荣誉加冕

一路驰骋,一路荣耀。各种奖杯与宇通市场销量的节节攀升,相得益彰。除了拥有许多“金杯银杯”外,宇通还获得了用户的良好口碑。

碑。在宇通眼里,有形之奖项与荣誉固然重要,但更弥足珍贵的还有行业的认可、市场的肯定及用户的信任。

面对市场和客户需求的不断变化,宇通不断以更高标准来提升自己,以全球化的视野来规划与发展。多年来,持续创造具有质量、服务和成本综合优势的产品,是宇通竞争优势的源泉;不断培育忠实客户,是宇通事业长青的基础;不断提升员工的职业化素养,是宇通持续发展的不竭动力。三者的有机结合,构成宇通的核心竞争力。

在多重智慧与力量的共同推动下,“宇通制造”已誉满全球,赢得市场的积极反馈。2017年,宇通销售大中型客车67568辆,新能源销量24865辆。其中,出口大中型客车8412辆,连续15年蝉联国内大中型客车销售冠军,占全球销量的15%以上。目前,宇通客车的销售服务网络已覆盖欧洲、独联体、美洲、非洲、亚太、中东等全球六大区域。在委内瑞拉、俄罗斯以及中国澳门、中国台湾等40多个国家和地区,实现了批量销售。

在新能源客车推广方面,宇通更是展现出惊人的爆发力和后劲儿。截至目前,宇通新能源客车已在全国334个城市累计推广近10万辆,并批量出口到法国、智利、保加利亚、冰岛、中国澳门等国家和地区,助力着全球城市公共交通向绿色智能方向发展。

无疑,出色的市场表现与众多殊荣的获得,充分展现出宇通客车傲立全球的强大综合竞争力。同时,也为“以客户为中心,为客户创造更大价值”的理念注入了新的时代内涵。

未来,宇通将继续以谦虚的态度心系客户,不断“变”与“闯”,为“中国制造”赢得更多的荣誉与自信。

■ (上接1版)

国际一流企业作为标杆,从企业生存的高度明确发展优势、劣势,找出差距,分析原因,制定并逐步实施改进措施和追赶战略,不断提升企业经营管理水平、发展质量和经济效益,实现高质量、高效率、高素质发展。

2019年,是新中国成立70周年,是全面建成小康社会关键之年,也是法士特深入推进“创新驱动年”活动、奠定全面学习对标国际基础、历经50年跨越发展再出发的一年。法士特将始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,牢牢把握改革开放、“一带一路”等各项政策机遇。继续落实创新驱动发展战略,围绕“双对标”活动,常存危机意识。加快补足短板,全面提升企业自主创新能力,研发出符合行业发展需求的产品。为

用户持续创造价值,保持技术领先和发展优势,积极抢占市场制高点,确保企业在市场竞争的浪潮中立于不败之地。实现企业高质量创新发展目标,为中国汽车工业发展和地方经济社会建设再作新贡献。

商用汽车新闻

版权所有,如需转载,请务必注明“转自《商用汽车新闻》”

□主管:人民日报社
□出版:《中国汽车报》社有限公司
□记者:周静 王宣(实习记者)
□美编:刘向前 毛磊
□新闻热线:010-88129709
□传真:010-88129709
□邮发代号:80-517

□主办:《中国汽车报》社有限公司 中国汽车工程研究院股份有限公司
□社长:何伟
□副社长:刘一乐(实习记者)
□社址:北京市海淀区阜成路115号(北京印象1号楼2门4层)
□广告热线:010-88152946
□广告经营许可证号:京海工商广字第8038号
□定价:3元

□出版日期:每周一
□出版人兼总经理:余春瑜
□校对:付建生
□邮编:100142
□订约热线:010-88152946
□国内统一刊号:CN11-5506/U
□印刷:北京华耀印刷有限责任公司

金旅领航者首获美国优良设计奖

■ 郑毅

2018年12月，美国Good Design Awards优良设计奖名单公布，金旅客车的旗舰产品——领航者名列其中，成为首个获得该奖项的中国客车产品。

美国优良设计奖(GOOD DESIGN AWARDS)于1950年设立于美国芝加哥，是全球最为知名、历史悠久的国际设计大奖之一。本次第68届优良设计奖评选中，领航者从全球46个国家的900多项设计作品中脱颖而出，获得交通类设计奖项。奖项评委会介绍称，领航者这款产品让人看到了设计者对于车辆细节的洞见。过去那些不被重视的元素都被重新解构，在这辆车上重新彰显魅力，极大地改善了乘客体验和舒适度，是一款兼顾了设计感与实用性的优秀作品。

拒绝平庸 追逐梦想

回顾改革开放的40年，“中国制造”已经成为中国最令人瞩目的一张名片。我国的客车行业也在潮流中奋勇向前，向世界展现“中国制造”的实力。作为国内客车制造业的翘楚，金旅在2003年便开始了海外市场的布局，也从此开始了国际化的发展战略。经过十多年的发展，金旅已经拥有丰富的海外拓展经验，在全球120个国家和地区实现销售，累计出口客车超过6万辆。但这远远不够，要实现企业的“国际化”，让“中国制造”被海外客户正确解读和认可，金旅需要一把能够划破全球高端客车市场的利刃，一款真正代表“中国制造”、能够与国际顶尖的厂商同台竞技的高端客车产品。这款产品正是领航者。一款历经3年研发、集聚中



金旅领航者

外100多位研发人员倾力打造的商务级客车。它的背后，是金旅客车不甘平庸、追逐梦想的故事。

成为客车行业在设计、品质和制造的标杆，这是领航者开发项目初始时金旅的目标。就如同C919大型客机是所有中国航空人的梦想，领航者就是金旅的梦想客车，它是金旅近30年造车经验的积淀和升华。如果用一个词来概括领航者研发制造的全过程，那就是“不妥协”！

以内饰为例，领航者的目标就是树立业内的新标准，改变客户对于国内客车的认知，让每一位驾乘者都能从视觉、触觉、嗅觉和听觉等各个方面感受到发自内心的愉悦。为此，开发团队全盘否定已经成型的方案，多次推倒重来。在CMF(表面处理工艺)工程中，研发团队借鉴飞机商务舱、豪华房车、豪华酒店等内饰的设计元素，对灯光效果、触摸感等细节不断完善。全车氛

围灯、无钉化内饰布置、软包缝线工艺、超纤材料皮革，电镀3D仪表台纹路，全新的人机工程学的乘客座椅。通过重构这些细节，不仅让整体设计更具层次感和深度，更为乘客带来视觉和触觉上的优良体验。

在“领航者”的研发制造过程中，不妥协的原则贯彻到了设计、工艺、生产每个环节：设计方案不满意，退回去重新做；零部件不达标，退回去改进；样车细节不过关，退回去返工。也正因为每个环节都不妥协，让领航者的品质达到了新高度。

突破自我 领航未来

过去的中国客车在模仿中前进，而金旅的领航者则对这一状况大声说“不”。在整个开发过程中，有太多行业“第一次”。

领航者流畅的车身设计，带来的是更低的空气阻力系数，一般客车风阻系数为0.7~0.8左右，而领航者

风阻系数低至0.548。凭借兼顾了安全、能耗与美观的外观设计，领航者斩获了“海峽工业设计大奖赛产品设计金奖”，并在2018年获得了欧盟外观专利，这也是金旅客车获得的第一个欧盟外观专利。

在内饰方面，领航者国内独家采用内饰三层顶结构，全球首次仿照家装吊顶装饰采用中顶车内结构，彻底颠覆过往国内客车的设计理念。除此之外，领航者首次真正引入了驾驶环境安全的设计理念，严格遵照国际上最严格的标准进行开发。比如，领航者的驾驶视野，前视野满足了国际最严苛的以色列1500mm的遮挡盲区要求。

在主动安全领域，领航者更是应用了目前最前沿的智能安全技术，包括车道偏离预警系统、前向防撞预警系统、AEBS紧急制动系统、疲劳驾驶预警系统、夜视系统等等。积极的主动介入、即时自动预警、实时的远程

监控，让领航者构建出了一个以智能科技为核心的主动安全体系。2018年，领航者凭借出色的安全性能，成为《中国客车安全评价规程》(C-SCAP)评出的中国首批五星安全客车。

智造先驱 通达全球

作为一款“国际化”战略下应运而生的产品，领航者自问世以来就在海外市场崭露头角。2017年10月比利时客车博览会，领航者迎来了自己的海外首发。展会期间，客户的惊艳赞叹和问询络绎不绝，国外的顶尖厂家也重新认识了中国制造的实力。

阿联酋的客户在看到领航者后，宁愿等待好几个月的交付时间甚至加价，也坚决一次性订购了11辆领航者。这其中还有一个小故事：由于领航者的动力和NVH技术非常出色，以至于首次验车时，客户赞其与其的保时捷是一个水平。在沙特，领航者加入麦加朝觐人员的运输服务，这也成为了沙特当地配置最高端的中国客车。在新加坡，搭载欧六发动机的领航者刚刚面世，便受到了用户们的追捧。

同样的故事还发生在菲律宾、巴林、加纳等其他海外市场。不知不觉中，高品质的“中国制造”已经在人们的心中生根发芽。对于金旅而言，领航者不仅仅是一款树立全新标杆的旗舰车型，更是一场蓄势待发的革命、产品品质提升的号角、国际化征途上的一块重要拼图。

未来，金旅将用不断突破自我的精神打造高品质的客车产品，向着世界一流的客车制造商这一目标稳步前进。

携手2019厦马 新30年金龙客车继续奔跑向前

■ 商车

1月6日上午,2019厦门马拉松在会展中心鸣枪开跑,来自全球30多个国家和地区的近3万名跑者,在全球最美马拉松赛道上奋勇向前,完美展现了顽强拼搏、永不放弃、勇于挑战的马拉松精神。

作为赛事全球高级赞助商(唯一指定赛事专用客车),金龙客车自2003年开始,相伴厦马走过了15年历程。2019年,在企业发展新30年开局之年,金龙客车再度携手厦马,以马拉松精神驱动企业创新前行。同时,金龙客车跑团以“金龙蓝,未来蓝”主题亮相赛道,铿锵有力的步伐,彰显了金龙客车面向未来、为更美好的大众交通而永不止步



自2003年开始,金龙客车相伴厦马走过了15年历程

的坚定决心。

面向未来 科技创新不止步

从面朝大海鲜花盛开的环岛路到穿越古今风情

的鹭江道;从洋溢着青春气息的厦大到美丽如画的白鹭洲,在2019全新升级的厦马赛道上,金龙客车来自各部门的精英跑团身披“金龙蓝,未来蓝”的战袍,担

当公司形象使命,在规模最大的厦马竞驰赛道,成员们意志刚强,挥洒汗水,不断挑战自我、超越极限,迎接最终的冲刺。

2003年,厦门马拉松首次开跑。当时正值金龙客车15周年,金龙客车已成为厦门工业的一面旗帜,其创业精神与“挑战自我、超越极限、坚韧不拔、永不放弃”的马拉松精神高度契合,由此促成了金龙客车与厦马的合作。马拉松精神根植在金龙的发展进程中,如今金龙客车已发展成为中国客车行业龙头企业,并且带领中国客车工业走向世界。三十而立的金龙客车,也因坚持自主创新、勇于拼搏的创业精神,实现了从本土走向世界

的完美“蜕变”。

作为中国客车自主品牌,30年来,金龙客车始终以跑者的心态在努力奔跑,践行龙头企业责任,引领中国客车工业实现高质量发展。特别是近年来,在汽车产业智能化变革大潮下,金龙客车再次走在行业前沿,成为智能转型的先行者、引领者和赋能者。加速科技创新,为更美好的大众交通而“创新前行,因您而动”。

尤为值得一提的是,2018年,中国首款量产L4级无人驾驶巴士金龙阿波龙批量投入商业化运营,正式拉开无人驾驶服务大众交通的序幕,奠定中国汽车工业新的里程碑。

(下转5版)

广告

天润曲轴
TIANRUN CRANKSHAFT

打造天润百年基业

构建国际化动力零部件基地

地址: 山东省威海市文登区天润路2-13号
网址: <http://www.tianrun.com>
电话: 0631-8982126

□ 邮箱: lixiaofei789@foxmail.com

潍柴动力 荣获国家科技进步一等奖

■ 商用车

1月8日上午，2018年度国家科学技术奖励大会在人民大会堂召开，隆重表彰2018年度国家科学技术奖获奖者。潍柴动力“重型商用车动力总成关键技术及应用项目”荣获国家科技进步一等奖。

国家科学技术奖由国务院设立，是中国最高规格的政府奖，旨在奖励为科技进步作出突出贡献的公民、组织，每年颁发一次。这是潍柴动力继荣获中国质量奖之后所获得的又一重量级奖项，也是全国机械行业（本次）唯一一个科技创新一等奖。潍柴动力董事长谭旭光表示：“这份荣誉，是对我们10年来牢记习总书记教诲，心无旁骛攻主业的最大褒奖，是对潍柴数十年来扎扎实实搞创新、坚持不懈科研攻关的巨大肯定，是潍柴人落实国家创新驱动战略、实现科技强企的最有力证明。我们用实力和担当撑起了中国重型商用车行业自主品牌的脊梁。”

2008年5月8日，习近平总书记视察潍柴时勉励企业，在打造民族品牌、建设创新型国家的道路上再接再厉，再创佳绩。10年来，潍柴始终牢记总书记的嘱托，心无旁骛攻主业，扎扎实实搞创新，聚焦产品，迈向高端，擦亮民族品牌。

潍柴动力此次获奖项目“重型商用车动力总成关键



潍柴动力荣获国家科技进步一等奖

技术及应用项目”，就是潍柴动力10年自主创新的集大成者。其动力总成，由潍柴发动机、法士特变速器和汉德车桥组成，是重型商用车的核心和关键。基于动力总成一体化的思想，在动力总成运行规律、整车道路排放控制、系统可靠性开发与评价、专业化研发与制造等4个方面实现了技术创新突破。经专家鉴定认为，项目“总体技术居国际先进水平，其中，动力总成的变斜率踏板特性控制技术，达到国际领先水平”。

行业研究表明，动力性、经济性、排放特性和可靠性提升，是重型商用车行业的世界性难题，其重要原因，是动力总成三大核心部件独

立研发制造，缺乏一体化研究，发动机的性能优势无法得到最佳发挥。

在成功引进奥地利斯太尔项目，经过十几年消化吸收和自主创新积淀，潍柴走向了自主开发道路，成功开发出了我国首款具有自主知识产权的WP10/12系列蓝擎国三电控共轨重型发动机，特别是自主研发的电控ECU核心技术，从根本上突破了国际垄断。

2005年，潍柴战略收购湘火炬，整合旗下陕汽重卡、法士特变速器、汉德车桥优质资产，首创全球“重型柴油机+变速器+车桥”动力总成黄金产业链商业模式，打造了全球首家动力总成研发基地。为了推动项目

研发进程，近10年，潍柴发动机板块累计研发投入150多亿元，并在潍坊、上海、济南、西安和美国芝加哥、德国亚琛、日本东京等地搭建起全球协同研发平台。与德国博世、奥地利AVL、清华大学、斯坦福大学等全球知名科研院所、企业建立深度合作。整合全球资源，协同技术研发，最终形成的全系列重型商用车动力总成产品，形成了我国大批量、多品种、个性化、高品质的独特优势，实现了向客户单一提供发动机转为向客户提供动力总成系统的跨越。

潍柴动力“重型商用车动力总成关键技术及应用项目”，突破和掌握了重型商用车动力总成设计研发和产业化前沿核心技术。培育了自主的产业链和高水平的研发团队；建成了内燃机可靠性国家重点实验室和国家商用车动力系统总成工程技术研究中心等4个国家科技创新平台；引领了全球商用车动力总成行业技术发展，使我国商用车核心技术牢牢掌握在自己手中。

近3年，潍柴的动力总成产品累计实现销售收入912亿元，新增利润109.4亿元。产品广泛应用于重型商用车各领域，已成为国内主流卡车和客车企业产品的

标准配置，取得了巨大的经济效益。项目产品每年节约燃油1037万吨，减少CO₂排放3266万吨，为我国节能减排作出了巨大贡献。

该项目彻底扭转了我国缺少重型动力总成核心技术的困局，支撑自主品牌重型商用车独占国内市场99%的份额，并批量出口，形成了我国重型商用车动力总成在全球的竞争优势。习近平总书记称赞潍柴10年发展，交出了一份亮丽的成绩单，沉甸甸的！

荣获中国科技领域最高奖项后，1月8日下午，潍柴在国家会议中心举行潍柴动力13G发布暨卓越动力总成上市仪式，推出了中国商用车动力总成的最高配置，重新定义中国商用车新标准。该系统搭载了具有最先进指标的潍柴13G加强版发动机以及最优配置的法士特1810集成化AMT自动变速器和汉德HDZ425单级减速驱动桥。

其中，潍柴动力13G加强版发动机，进一步挑战可靠性和寿命新高度，B10寿命180万公里，保养里程12万公里，功率最高可达650马力，最大扭矩2650N·m，最大扭矩转速延伸至950r/min，其可靠性、油耗、噪声、轻量化等指标均领先行业竞品；法士特1810集成化AMT自动变速器，实现机械硬件与电控硬件的深度集成，提升系统性能和可靠性，相比国内现有AMT，具有明显的技术优势；HDZ425单级减速驱动桥，重量较竞品同类产品轻10%以上，传动效率与国际车桥水平相当，较竞品同类产品高出3%。该款卓越动力系统，实现了动力性与经济性的最佳匹配，将以高端指标、高可靠性和高品质，为广大客户提供最具竞争力的产品，持续引领未来大马力商用车的发展方向，实现中国商用车动力系统在全球的突围与超越。

■ (上接4版)

护卫蓝色星球 践行公益不停步

相伴厦马十余载，金龙客车始终不遗余力践行社会责任，为厦马注入绿色健康、科技环保的新内涵。从金龙纯电动赛事服务用车到遍布全城的金龙新能源公交环保便捷的大众出行，护卫厦门蓝、厦马蓝，让这场世界级赛事更具魅力。

2019年，厦门马拉松成为全球第一个加入联合国环

境规划署“清洁海洋”计划的马拉松赛事，倡议“清洁海洋”，将环保公益融入赛事每一细节，提高公益水平。本届赛事使用可降解材料替换一次性塑料杯，致力于打造减塑行动的标杆，影响更多的马拉松赛事，最终实现“零塑”的目标。

金龙客车在成功做好大赛用车服务的同时，积极践行社会公益责任，组织员工参与到“清洁海洋”的行动当中。由金龙员工和党员志愿者组成

的“清洁海洋”小分队，在环岛路海滩上用实际行动清除海洋垃圾，同时也希望借厦马的广泛号召力唤起公众对海洋垃圾的关注，从生活做起，减少垃圾，以自己的行动守护着这颗蓝色星球。

追求美好大众交通之路，是场永无止境的马拉松。凭借30年的研发能力和制造实力，在中国客车工业的赛道上，未来金龙客车将以马拉松精神驱动企业创新前行，助力中国汽车产业再向新里程。

国六实施再引讨论 推迟无关重型车

■ 本报实习记者 刘一乐

日前,国家发改委等七部委联合发布公告称,自2019年1月1日起,全面供应国六标准车用汽柴油,同时停售低于该标准的车用汽柴油。

虽然这是国六标准势不可挡的前奏,但时下,国五车型仍旧是市场主力。以深圳市为代表的多个城市推迟实施国六标准,加上市场走势不明朗等原因,消费者心里不免忐忑,纷纷选择持币观望。通常年底都是汽车销售旺季,可刚刚过去的2018年,各家厂商和经销商的网点前都门可罗雀,让原本就萎靡不振的汽车市场更加萧条。

众所周知,我国为实施国六标准,生态环境部与国家市场监督管理总局曾联合发布过两个公告,分别是2016年12月的《轻型汽车污染物排放限值及测量方法(中国第六阶段)》和2018年6月的《重型柴油车污染物排放限值及测量方法(中国第六阶段)》。

其中,“轻型车国六标准”要求国六a和国六b分别于2020年和2023年实施。“重型车国六标准”要求国六a将于2019年7月1日对燃气车辆实施,2020年7月1日对城市车辆(城市公交车、环卫车、邮政车等)



目前,重型车国六实施时间并无变化

实施,2021年7月1日对所有车辆实施;国六b将于2021年1月1日对燃气车辆实施,2023年7月1日对所有车辆实施。

这是全国统一实施国六标准的最后时限,同时,对大气环境管理有特殊需求的重点区域,可提前实施国六排放限值。《商用汽车新闻》记者梳理后发现,尽管最近一段时期各重点区域相继推迟实施国六标准的“提前时间”,然而大多是针对轻型车提出的,对于提前实施“重型车国六标准”的时间并未

改变。

以惹得舆论关注的“深圳市推迟国六标准时间”为例,2018年11月1日,深圳率先实施柴油车的国六标准,成为了我国首个实施国六排放标准的城市。2018年12月24日,深圳市人居环境委员会、深圳市公安局交通警察局发布《关于轻型汽车执行第六阶段国家机动车大气污染物排放标准的补充通知》,将汽油车“国六标准”推迟至2019年7月1日。2018年12月25日,媒体从深

圳市公安局交通警察局证实,柴油车国六标准的落地时间并无变动。

无独有偶,2018年11月9日,广州市政府召开常务会议,审议通过《广州市提前执行轻型汽车国六排放标准工作方案》,将原计划从2019年1月1日开始执行的轻型汽车国六b排放标准推迟至3月1日执行。其中,重型汽车(总品质3.5吨以上)仍执行国五排放标准。

值得一提的是,2018年8月发布的《京津冀及周边地区2018~2019年秋冬季

大气污染综合治理攻坚行动方案》(征求意见稿)中曾提出,自2019年1月1日起,北京、天津、河北、山东、河南省(市)提前实施轻型汽车国六排放标准。

实际上,这一意见虽然在网上传播甚广,却并未被采纳。北京市最终确定,直接进入国六b阶段,自2019年7月起,公交、环卫行业实施重型柴油车国六b排放标准;自2020年起,其余车辆实施国六b排放标准。这一时间与2018年7月14日北京市政府发布《关于全面加强生态环境保护坚决打好北京市污染防治攻坚战的意见》中所述实施时间一致,因此并不能算推迟实施国六标准。

“重型车国六标准”,是移动源污染防治的“生死线”,标准的执行有望协助大幅改善环境质量。虽然车企在产品升级、市场布局上需要时间,但随着年底商用车企业年会的举行,不少部分品牌都发布了最新国六产品,预计2019年,汽车市场上符合国六标准的商用车将遍地开花。

因此,对重型车有需求的消费者大可不必被干扰,根据自己的实际情况和原定计划选购相应的产品即可。

中通客车召开“大干一季度”动员大会

■ 孙敬明

1月2日上午,山东重工集团召开“大干100天,实现首季开门红”动员大会。董事长谭旭光总结了集团2018年发展成就,对集团2019年预算目标和具体

分解任务等作出了重要指示和安排。谭旭光向集团全体职工发出动员令,号召各单位全力以赴抢订单、夺高产,确保超额完成一季度预算目标,为全年持续高质量

发展奠定基础。

2日下午,为深入贯彻集团会议精神,响应集团号召,中通客车召开“大干一季度,实现开门红”动员大会。会上,中通客

车党委书记、总经理孙庆民对董事长讲话精神进行了宣贯,并对公司各系统一季度工作作出了具体要求和安排。

孙庆民指出,各单位

要振奋精神、分秒必争、鼓足干劲大干一季度,实现主要指标增长30%,赢得开门红,为2019年的“三次创业”攻坚战打好

华菱星马：2019年目标28000辆

■ 本报记者 李晓菲 文/图

“在这里，呼吸的每一口空气都是改革开放、创新发展的气息。”在1月8日举行的华菱星马汽车集团2019年度商务大会上，董事长刘汉如这样说道。

深圳是华菱星马的“福地”，这个改革开放最前沿城市道路上随处可见的“CAMC”，既是华菱星马洞察市场先机、品质深受认可的体现，也是其全力开拓市场、力争补齐短板、实现上量的“野心”象征。

将2019年商务年会地点选在深圳，既是对改革开放的致敬，也是华菱星马提振士气、亮剑市场的一次“练兵”。

同比增长 16.22% 收官 2018

2018年，华菱星马很“低调”。刘汉如说，华菱星马一直在打基础、积蓄力量。

推出新产品、筹备国六、批量交付新能源订单、加大力度开拓市场建设网络……2018年，华菱星马的“准备工作”遍及产品、市场、服务的方方面面。

在此次商务年会上，华菱星马汽车（集团）股份有限公司总经理助理葛晓生，对华菱星马过去一年的工作进行了回顾和总结：

1. 混凝土搅拌车、自卸车、天然气车等传统强势细分市场，呈现快速增长态势；

2. 多次获得有重大影响力的批量市场订单；

3. 新能源汽车实现了批量销售订单；

4. 一批新产品开发相继取得新进展，并即将投放市场：H9大马力低地板牵引车、华菱重卡新内饰车型，汉马7.8升、9升、11升、13升国六发动机，新型随车吊、矿用自卸车、环卫车等；

5. 深入推进营销管理体制变革，加强销售渠道



华菱星马2019年商务年会场外展车

建设；

6. 重点产品市场推广得到加强；

7. 积极解决市场问题，用户满意度提高；

8. 海外市场开发和营销服务体制改革取得新进展；

9. 公司各部门对市场的支持力度不断增强；

10. 配件储备力度不断加大，服务效率不断提高，用户满意度进一步提高。

刘汉如所说的“打基础工作”的成果，也在市场上得到了体现。

2018年，华菱星马重卡订单21773辆，同比增长16.22%；专用车上装销量13095台/套，同比增长26.01%；搅拌车销量8559辆，同比增长40%；汉马动力产销量累计突破60000台。

2018年，重卡市场起伏动荡，火爆的开年和乏力的“金九银十”，几乎拉平了一年的动荡，华菱星马最终以领先行业的增幅跑赢了行业，这是“稳基础”成果的体现。

2019目标2.8万辆

“不稳定因素太多，2019年，卡车市场很难预测。”提到对2019年市场的预测，刘汉如表示很难研判，但是，他也预感到，2019年将是“难熬”的一年，市场的洗牌或许就在这一年。

在年会现场，他勉励华菱星马的销售团队，要走出去精准聚焦核心用户，要到“战场”上与竞争对手拼订单。

产品是销售团队市场拼杀的“武器”，2019年，华菱星马将聚焦华菱重卡、汉



年会现场展出的汉马动力国六机型

马H7/H9物流车、汉马动力的产品优势，将星马搅拌车、汉马H7/H9牵引车、华菱渣土自卸车等优势发挥到极致。上半年，汉马H9低地板500/550马力牵引车将批量投放市场，完成驾驶室内饰升级的新华菱重卡和新H6车型，将切换投放市场。

售后服务方面，2018年，华菱星马服务网络进一步完善。2019年，随着蓝天保卫战、国六实施等一系列政策的实施，新能源纯电动车等新产品的全面推广，华菱星马售后服务技术培训

也将进一步走向完善。2019年，售后服务将邀博世、伍德沃德等世界知名供应商的专家参与培训指导，做好新技术储备团队力量，进一步提升服务商及办事处技能水平，增强用户的认同感。

在综合分析市场前景及自身优势之后，2019年，华菱星马在坚持稳中求进、坚定不移继续推进营销服务体制改革、聚焦优势产品、抓住重点细分市场、把握市场新机遇、开拓新市场、进一步扩大销量、提高市场占有率的营销思路下，制定了2019年销售目标：重卡销售28000辆，搅拌车10000辆，占比35.71%；牵引车8000辆，占比28.57%；自卸车8000辆，占比28.57%；载货车2000辆，占比7.14%。专用车上装销售15550台/套；海外出口2000辆。

虽然2019年卡车市场依旧风云变幻，但是，正如刘汉如所说，市场对所有参与者都是公平的，谁都有机会。而坚持走技术这条路的华菱星马一定有发展。

北奔重汽: 2019年2万辆 2021年扭亏脱困

■ 本报记者 周静文 / 图

1月9日,以“创新、跨越、共赢、共享、赢在2019”为主题的北奔重汽2019年度商务年会,在“鹿城”内蒙古自治区包头市的香格里拉大酒店举行。

2019年,北奔重汽将通过国内、外贸、军品市场发力,在创新、跨越、共赢、共享的主题思路下,确保实现1.8万辆整车销售目标,并力争达到2万辆。

这对于现场几百位来自全国各地的经销商代表、服务商代表来说,无疑是一次格外振奋的商务年会。

3年脱困,定了!

北奔重汽党委书记、董事长范志平在会上回顾了北奔重汽2018年的得失。

刚刚过去的2018年,是北奔重汽战略转型的“调整年”,特别是6月兵器集团对北奔领导班子进行了调整,新班子围绕“质量效益可持续”发展要求,“调思路、建机制、夯基础”。

2018年,北奔重汽以特定市场、大客户和军品占位提升为代表的战略战术调整取得实效;以国六产品、新能源车具备切换和销售为代表的科技创新实现新突破;以“蒙晋”和“华东”两个特区成立及与包钢包铝大客户战略合作为代表的市场拓展实现新发展;以市场化债转股为代表的企业破壁突围举措“尘埃落定”实现企业发展的新转机;以“个个都是经营体,人人都是经营者”管理理念的导入,促使管理创新新突破。

“决战2019”、“赢在2019”。基于宏观经济态势和行业发展形势分析,北奔重汽在统筹国际国内及行业发展大势的基础上,围绕公司“3年扭亏脱困、5年



范志平

实现良性发展”的目标,提出了2019年确保1.8万辆、争取2万辆的销量目标。

范志平指出,2019年,北奔重汽将围绕“实现产品全生命周期价值最大化”的经营理念,重点在精心组织好军品订货生产;着眼长远发展,加快产品升级换代;大力推进军民融合发展;集中资源专攻特定市场;全力支持外贸转型升级;推进自主经营、激发活力等方面进行突破。

破局之势,已显现!

北奔重汽党委副书记、总经理汪宝营在商务年会上作主题报告。报告分析了重卡行业发展趋势和机会,介绍了2019年公司市场发展整体思路及措施,2019年销量目标及市场策略。

2019年,北奔重汽将调整客户和市场定位,收缩战线集中力量,确立实施“重点突破特定市场”策略;转变经营理念,重构系统措施,支撑市场策略得以实施实现;国六产品纵深推进,进

程可控;系统解决制约成本的突出问题,持续优化供应链,支持市场化定价策略与竞争;坚决落实质量制胜之策之措,以品质口碑赢得客户和渠道,支持市场恢复和发展;推动公司“生产组织”向“履约组织”转变,提高履约交付能力和效率。

2019年,北奔重汽将着重围绕排放安全法规,轻量化、电动化、智能化和网联与共享,进行科研开发立项。

“北奔首批国六车型公

告已公示,第二批样车已下线,正在同步进行公告认证、试验验证、三高标定,74款国六车型将在2019年6月前全部具备销售条件。”汪宝营表示,2019年,北奔将坚决实施营销系统改革实践,并以产品经理制为主线,实现研发贴近市场,发挥研发销售的协同力量,将“缩减产品、统型产品、升级产品、法规产品”产品策略调整到位。

“多年困境未压垮北奔重汽,在新一届领导班子的



V3ET 至尊版国六车型

带领下,形成了全新转型发展思路和方略,并在几个领域重大项目上实现突破。破局之势已现,发展前景值得期待!”汪宝营说。

同舟共济,追梦!

北奔重汽总经理助理、营销公司总经理齐玉兴作了营销工作报告,坦诚地面对问题与不足,沟通了新的一年工作思路,赢得了在场经销商、服务商的认同。

范志平表示,希望经销商和服务商要通过建立良好合作生态、加快合同履行进度、产品价格贴近市场、提高用户体验、保护服务商积极性、加强沟通和交流、创新工作思路及方法,在精诚合作中谋求跨越,共同开启双方合作的新篇章,共赢发展,共享成功,赢在2019。

年会期间,北奔重汽还表彰了2018年在营销一线表现突出的单位和个人。

经销商代表、唐山捷创总经理朱志鹏认为,厂家与经销商之间的关系应该是依靠,而不是依赖,信任换取信任。“加入北奔营销网络后,我们很珍惜销售公司给予的资源政策,找到与自身结合点,以不拖欠、不打折,回报了北奔的信任。”他表示,在充满挑战的2019年,将继续坚定信心,勤奋努力开拓市场,同舟共济来实现“赢在2019”。

此外,北奔重汽通过召开专题会,介绍2019年产品规划路径、车联网功能和可靠性、金融方案、金融产品等。1月10日,北奔重汽还将进行潜力经销商座谈会、服务备件专题会等分会。

与合作伙伴一起,恢复市场、重树信誉与运营秩序,这样的北奔重汽充满希望。

重汽海西：2019年“增量进位”目标2.4万辆

■ 商车

进入年末“年会季”，各卡车生产企业在总结2018年得失的同时，也纷纷标定了2019年的市场目标。纵观卡车市场几大“巨头”的战略部署，面对机遇和挑战并存的2019年，重卡市场竞争的激烈程度已经可以预见。

与此相对比，增量稳定且迅速的轻卡市场，将成为各企业增量进位的“必争之地”。

作为中国重汽布局西南、辐射海外的重要战略部署——中国重汽集团福建海西汽车有限公司（以下简称“重汽海西”）于12月30日召开了“中国重汽-豪曼汽车2019年商务大会”，在总结2018年全年工作的同时，对2019年工作进行了部署和规划，力争为中国重汽集团2019年全年目标的完成提供有力支撑。

2018年：同比大增41.36%创历史纪录

会议强调轻卡板块已经成为中国重汽新的增长点，下一步还要迅速成为中国重汽全系列战略转型的新业务。

“2018年，海西公司紧紧抓住产业升级机遇，实现弯道超车，紧跟市场趋势，形成海西特色，圆满地完成了2018年经营目标，实现生产同比增长22.90%；销售同比增长41.36%。其中，国内销售增长50%以上，实现营业收入14亿元，再创海西汽车发展历史新纪录。”重汽海西相关领导指出，过去一年，重汽海西成绩的取得，得益于广大经销商、服务商、用户以及社会各界的共同努力和帮助，感谢大家的付出。

福建海西地处珠三角、



商务大会现场

长三角和中三角经济带的叠加区域，“一带一路”海上丝绸之路起点，辐射东南亚，区位优势明显。销售定位以闽浙粤赣周边1000公里的8省为目标市场，是东南沿海唯一的商用载货车整车制造企业。

这是重汽海西所独有的区位优势，利用这一竞争优势，重汽海西在市场上取得了不错的成绩。2018年，轻型载货车在福建、河南、广东、云南等有所突破；工程车在福建、江西、湖南、湖北等区域保持继续上量；专用车在广东、福建和湖北等地有所突破。会上，重汽海西相关领导表示，“不仅要在销量上有所突破，还要为将来可持续发展打好基础，必须要关注各产品在当地的市场占有率。”

2019年：多方发力确保2.4万辆目标

面对机遇和挑战并存的2019年，重汽海西认为，这是企业发展至关重要的一年，是实现新跨越、再迈新台阶的机遇。

新的一年，重汽海西一要全面落实“轻卡提升战略”，完成产销2.4万辆目标，实现增量进位；二要打赢国内营销五大攻坚战；三要实施“高端产品、中端市场、产品差异化，亲人服务”经营战略；四是确保实现“两个差异化”，向高端轻卡迈进。要从产品、市场、服务全方位发力，促进全年任务目标的实现。

产品是企业出击市场的“武器”，在产品层面，重汽海西2019年将重点聚焦围绕10+1+2个主推产品：做好与终端市场对接工作，与市场全面接轨，与竞品做好

比较，建立起性价比优势，围绕细分市场，突出优化动力系统。

同时，围绕主推车型提升做好全方位保障工作，做好产品设计提升、质量提升、交期提升和售后服务及时性和有效性提升，突出豪曼品牌高端品质。

重汽海西相关领导表示，要打赢特色产品攻坚战，做大优势产品，做强特色产品，扩大特色优势产品销量。例如，H5系列8×4水泥搅拌车、轻型智能渣土车、建筑轻型工程车、城市物流用车等。

在市场层面，重汽海西

2.4万辆目标中，海外销售目标4000辆。2019年，重汽海西要坚持“走出去”，增强国际市场竞争力，打赢国际销售攻坚战。

会议中，重汽海西领导指出，“针对重点国家市场‘走出去’定义产品，了解不同区域市场政策法规、工况使用环境、客户需求等，进行认真对标，通过精准定义产品，提高市场竞争力。”

同时精简出口产品资源，规划出口主销车型缩减至55个；清晰定义各款车型适用工况、载重、车速及市场定位，提高产品适应性；固化出口车型配置，提升关键总成质量管控能力，提高产品竞争力。

对于2019年海外市场4000辆目标，重汽海西表示，有信心和决心完成。

对于国内市场20000辆目标，重汽海西将在聚焦产品之外重点提升网络渠道数量和质量。2019年，国内新开渠道要达到100家，确保销售渠道达到600家，为国内销售目标的实现提供有力支撑。

服务层面，2019年，重汽海西将着重通过提高客户满意度实现品牌提升，全面贯彻“客户满意是我们的宗旨”的核心理念。

具体表现在：各个网络都要加强服务意识。终端客户对品牌了解是靠企业网络维护的，各网络要强化服务意识，提升自身形象，要做到热情服务，给客户的支持，以方便客户为己任。

对于新的一年，重汽海西已经做好战略部署。同时，面对2019年卡车市场最大的挑战——国六实施，重汽海西也已经列好时间表。新年新气象，2019年，期待重汽海西的新发展。



展车



车企服务大比拼

商用汽车新闻

陕汽重卡荣获 “售后服务创新引领奖”

■ 本报记者 周静



重卡行业的市场竞争日趋激烈,竞争也已从前期销售业务慢慢转入后期的服务,这对售后服务工作提出了更高要求。从产品突破、营销突破到价值突破,陕汽重卡正在从过去简单的产品销售+售后维修向多元化服务转型。

近年来,陕汽重卡“贴心服务”不断创新,推出了保姆式、管家式服务等更加贴心的服务模式,以创新思维引领行业服务新标准,赢得了更多客户的认可,在《商用汽车新闻》主办的“车企服务大比拼”品牌活动中荣获“售后服务创新引领奖”。

创新 永不止步

在“贴心服务”品牌十几年的发展过程中,陕汽重卡已建立起1200余家一级服务网络,3000家二级服务网络,全面覆盖陕汽重卡的百万客户。

比起服务体系建设和服务能力提升,陕汽重卡服务模式的持续创新,更值得称道。

关注客户运营全过程和产品全生命周期,陕汽携手潍柴、西康、法士特、汉德等黄金产业链成员集中优势服务资源,充分深化配合,齐心协力共同打造陕汽重卡

全生命周期的全产业链集成式服务平台。

2016年底,陕汽重卡在国内率先推出了全新“你用车 我养车”的产品全生命周期价值服务模式——TCO托管服务。这实际上打破了原有的产品保修期的概念,不仅消除了客户车辆高效运营的后顾之忧,还减少客户车辆维修与保养的困扰,提升车辆出勤率,更节省了大部分维修成本,受到很多集团客户的欢迎。

以陕汽贴心服务同盟会为平台载体,陕汽“贴心服务”将持续扩大托管服务的

(下转15版)

商用车新网

Http://www.cvnews.com.cn

深度原创 全媒体平台发布





福田时代：客户不拘小节 服务也要做到最好

■ 本报实习记者 王宣文 / 图

内蒙古，中国北部边疆，地貌以蒙古高原为主体，地形开阔，地广人稀。置身于一望无际、一览无余广阔天地中的内蒙人，形成了豪放、耿直、豁达的性格特征。

位于内蒙古自治区东部的赤峰市同样也是如此，赤峰人性格多豁达爽朗，大方而不拘小节，奔放粗犷，热情外向。

在这样的地方从事服务，应该是一份相对舒服的工作。但是面对《商用汽车新闻》记者的采访，福田时代在赤峰的经销商——赤峰市通阔汽车销售有限责任公司总经理李海霞却说，“正是因为客户的不计较，所以我们要做更多、要做更好。”

最精细的布局

走进赤峰市通阔汽车销售有限责任公司，说明来意，李海霞首先带《商用汽车新闻》记者来到专门的服务站售后区域。是的，专门的售后区域。不同于其他汽车4S店内客户接待与车辆维修车间距离较远，李海霞将服务站所有售后服务所需区域都集中在一起。

首先，便是宽敞明亮的客户接待室，主要负责接待前来进行车辆维修保养的客户。福田时代“全程无忧”的售后服务品牌张贴在室内最醒目处，时刻提醒福田时代售后服务人员，以保障客户行驶路上“全程关爱 一路无忧”为己任。同时，接待人员前方两棵高大的绿植，也给这间宽阔的办公室带来了勃勃生机。

客户接待室右侧，是配件库所在。初见其所在时，记者本以为只是一个小房间，打开却发现别有洞天：



李海霞

十几排货架上整齐地摆放着维修配件。工作人员骄傲地告诉记者，配件库备有维修所需的所有配件，易磨损的小配件存放数量较多，大型不易坏的配件至少也会储备一到两个，从来没有出现过客户来修车却因配件不够耽误用车的情况。

从客户接待室后部的大门可以直达车辆维修保养车间，省时省力，既节省了客户从客户接待室到维修车间的时间，也节省了维修师傅从配件库拿取配件的时间。

此外，值得一提的是，客户接待室的前方，就是赤峰市通阔汽车销售有限责任公司的财务室。李海霞之所以将财务室安排在售后维修区，就是为了最大程度的节约了客户维修后缴费的时间，从细节上为每一个客户着想。

最精细的接待

在参观客户接待区的同

时，李海霞也向记者介绍了她的售后服务之道。

她眼中的赤峰卡车人，虽外形给人以粗犷厚实之感，而内心却宽容敦厚。是赤峰凛冽的寒风、漫长而寒冷的冬季，养成了赤峰人粗放豪迈的性情。

李海霞告诉记者，在赤峰，几乎没有客户会要求服务站上门维修，只要车辆不是彻底不能驾驶，都会开车到服务站进行维修。另外，当李海霞通知购车的客户来服务站进行保养时，也几乎没有客户会认为理所应当，而是不断地向李海霞道谢。每当遇到这样的事情，李海霞都会默默提醒自己，要提供更好的服务来回报这些可爱的客户们。

对于李海霞来说，想要做的事情自然不能只立flag。以推广“福田e家”APP为例，在对新事物不是很敏感的赤峰，李海霞推广的难度可想而知。在购车或是车辆维修保养时，李海

霞和工作人员都会向客户介绍“福田e家”APP，客户不会使用，便一遍一遍地向客户介绍获得红包和积分的方法。李海霞告诉记者，她真的很希望客户都下载“福田e家”APP，这是好的资源，希望客户能够合理利用起来。

采访中，业务熟练的李海霞便打开了手机向记者介绍“福田e家”APP。在“福田e家”APP里可以获得现金红包和积分，现金红包可以兑换成实实在在的人民币，积分则可以在服务站兑换免费保养、购买配件等等。

最精细的维修

看过了服务站售后布局，关注售后服务的记者当然不会放过售后服务中最重要的维修车间。

还没进入车间，一首京剧剧目《苏三起解》就传入了记者的耳中。原来是服务站的维修师傅高威正哼着小

曲儿在维修车辆。

走到高威身旁，记者随口问道：“师傅，这车怎么了，哪里有故障了？”

“油门踏不下去喽。”高威也随口答道，没等记者提问原因，他便继续说，“油门线进水了，这都是夏天进的水，不过夏天不碍事，冬天一冻就出问题了。”语毕，便对身旁关注维修进程的车主说道，“等下我给你处理好油门线，再给你换个胶皮套好好密封一下，明年就不进水了。”

一番忙碌之后，车主谢过高威，便心满意足地驾驶着自己的爱车福田祥菱离开了。这时，记者才有机会同一直忙碌的高威交谈。

高威是内蒙古自治区通辽蒙族人，从1992年来到赤峰之后就一直从事车辆维修工作，目前已经修车26年。

高威告诉记者，经常会有客户在维修车辆时向他提问车辆出现某种车况是什么原因，有的时候客户是因为一个问题来修车。但是随着客户提问的车辆问题越来越多，他就顺手帮客户解决好了其他几个车辆问题。同时高威也有一个原则，就是在车辆维修时，不仅要把车辆修好，还要杜绝以后再出现同样的车辆故障。高威说：“货车司机都不容易，车辆故障会耽误工作，要尽量避免。”

“全程关爱，一路无忧”，在东部、在西部，在汉族、在蒙族，面对不同的客户，福田时代始终坚持“全程无忧”的服务理念，经由赤峰市通阔汽车销售有限责任公司这样的服务站不断串联，由点到线、由线成网，构造出一张完美的服务网络，将服务做到最好。

时隔13年上新

东风天龙、天锦两块金字招牌 再次生辉

■ 本报记者 余春瑜

2019年1月6日,东风品牌新一代东风天龙KL重卡、东风天锦KR中卡上市活动在武汉客厅·中国文化博览中心举办。

上市活动现场,东风汽车集团有限公司董事长、党委书记竺延风宣布,新一代东风天龙KL重卡、东风天锦KR中卡正式上市。2019年,东风建厂50年,东风商用车全新一代中重卡成为东风人献上的首份大礼,是东风商用车全价值链奉献给客户的匠心之作。

随着新一代中重卡的上市,东风商用车宣告步入“五大平台商品”共网销售的新阶段,成为国内中重卡商品线覆盖最全、产品最丰富的卡车制造商。

这五大平台,分别是东风天龙旗舰KX、东风天龙VL、东风天锦VR、东风天龙KL、东风天锦KR。随着五大平台共网销售,东风商用车在商品力上达到了一个前所未有的高峰。

过去辉煌 铸就今天的期待

提起东风天龙、东风天锦,想必卡车行业的人都不会陌生。

作为东风商用车,自2000年后,顺应时代变化以及物流运输业发展和转型升级从而推出的第四代产品,东风天龙于2006年5月上市就大获成功。凭借出色的经济性、亮丽的外观、高可靠性、高效率、低自重等特点,迅速成为国内运输市场的首选产品,上市至今12年,创造了单一品牌销量达到76万辆的奇迹。

在国内,有许多天龙村、天龙镇,还有许多天龙车队,它们都是东风天龙的忠实拥趸,有些村镇天龙保有量超过80%,品牌首选东



上市活动现场

风,车辆首选天龙。

在重卡市场,东风天龙毫无疑问成为了东风商用车的一个金字招牌。

在中卡领域,东风天锦同样是金字招牌。为了向用户提供更加精准的运输服务,天锦于2008年4月上市,以亮丽的外观、卓越的动力性、经济性和改装便利性,获得市场的广泛认可,当年就为北京奥运会提供服务。至今,在环卫车市场连续数年市场占有率第一,被誉为改装之王,创造了中型卡车平台产品的传奇。

这些加诸在东风天龙、东风天锦上的荣誉,让用户对于新一代东风天龙KL、东风天锦KR的推出倍加期待。

时隔13年,在用户的翘首以盼中,新一代东风天龙和东风天锦终于来了。

全新一代平台 实现全面升级

请记住这3个数字:5年、15亿元、3500人。

新一代东风天龙KL、东风天锦KR历时5年精心开发,投资15亿元,从而实现了全面的升级,这是对欧洲一线品牌的升级。为此,东风商用车投入巨大,超过3500人的中外团队,沿着智能化、网联化、电动化、轻量化、共享化等五化技术方向;同时来自合作伙伴沃尔沃方节能、安全、可靠、NVH等技术支持,让新一代东风天龙KL、东风天锦KR紧跟国际技术潮流,品质也有了充分的背书,从而形成以“可靠”为最大卖点的技术特性。

借新一代产品上市之机,东风商用车发布了以“可靠”为核心的东风卡车价值主张,即可靠的商品、可靠的运营和可靠的服务,这三者的有效结合,将进一步向全产业链印证:东风商用车是一个值得信赖的、可靠的合作伙伴。

具体到产品上,可靠体现为省油、高效、舒适、安全,从而为用户带来顶级的盈利能力和最佳的驾乘

体验。

经济,东风天龙KL、东风天锦KR采用全面升级的自主总成、发动机热管理、低风阻设计、东风VECU电控、低滚阻设计、直接挡+小速比的传动匹配、驾驶员评价系统等六大节油技术,较同级别竞品省油5%~10%,年节省油费3万~5万元。

高效,通过动力性和车速的提升,每月可多跑一两趟,多拉多赚。拉长保养间隔,减少保养频次,节省计划内的停车时间,变相提升了运营时间。

舒适,主要体现为平顺性和如同轿车般的操控性,源于沃尔沃的技术支持和精心的底盘调校以及拥有自主知识产权的自动变速器技术。

安全,被动安全具备满足欧洲最新版的ECER29-03要求,实现同级别制动距离最短。主动安全配置包括LDWS、FCWS、TPMS、BSD、全景影像、疲劳监测、

AEBS、ACC、LKA以及基于应用场景的L3/L4自动驾驶技术等,都将实现应用。

五大平台齐发力 助力目标达成

经过此次全面升级,东风商用车中重卡商品达到历史最丰富的阶段,开启了五大平台共网销售的时代。

其中,天龙旗舰KX定位为最高端的车型,与东风天龙KL、东风天锦KR共同构成了品质型产品序列,满足用户对更高品质产品的需求;而东风天龙VL、东风天锦VR,则主打价值型,满足对性价比更在意的用户的需求。

之所以如此区隔,源于物流行业的变化和挑战,中国物流结构的变化,导致用车需求随着改变,呈现出组织用户对品质和服务的要求不断提升,他们不再单纯注重一次购车成本,反而更看重企业所能提供的解决方案和整体服务。与此同时,行业从高速增长转向微增长;市场从增量转向存量增长,这对企业战略规划、经营模式、资源保障、营销模式等都会造成影响。都必须提早作出相应的调整与安排,才有可能实现有质量的可持续增长。

基于上述对用户和行业的研判,东风商用车加速技术升级,不断推出满足客户不同需求的商品、运营和服务,五大平台也由此应运而生。

2019年,携五大平台,东风商用车将朝着20.8万辆、后市场30亿元的目标再出发。毫无疑问,作为主力军,新一代东风天龙KL、东风天锦KR将在其中发挥重要作用,成为东风商用车参与国内中高端市场竞争的利器。

欧曼超级重卡2019款的进化“图谋”

■ 本报记者 余春瑜

“模块化、轻量化节油技术”、“一键启动”、“全程守护”、“超级重卡”……当这些词汇闪现在你眼前，你是否觉得这辆卡车已经完成了进化？

当卡车司机说出“一直开车，别的不用管，会不会显得我很懒？”、“油耗子都不用防了，会不会被人说心太大？”、“什么都要讲究，会不会显得我太小资？”……你是否觉得这名司机在“退化”？

一个进化，一个退化，这就是欧曼超级重卡2019款产品的“图谋”——通过五大进化、全面升级来让卡车司机在运输过程中少操心，做到更安心、更舒心，把人从繁琐的劳动中、琐碎的操心中、乏味的操作中解放出来。

日前，以“高效进化超级重卡”为主题的欧曼超级重卡2019款上市仪式在广州举行。会上，福田戴姆勒汽车正式发布欧曼EST-A 2019款、欧曼EST 2019款、欧曼GTL 2019款全系产品，以节油、可靠、安全、舒适、智能五大进化优势及用户全生命周期定制化服务，提供满足物流全行业、全工况的一体化解决方案。

欧曼超级重卡2019款的五大进化

五大进化全都针对卡车司机的痛点而来，货主催货紧或者没有货源、被拖欠运费、遇上“油耗子”、车辆半路出故障、未知安全风险、高强度工作身体出现不适症状等问题，每一件都让卡车司机感到害怕。辛辛苦苦一整年，许多卡友却感觉今年跑车不如去年，真正赚到口袋里的钱少得可怜。

欧曼超级重卡2019款直击卡车人面临的痛点，通



欧曼超级重卡2019款

过向效率要效益，助力客户成功，为用户打造面向未来的市场竞争力。

这五大进化具体体现为：智能进化，达到L2级自动驾驶体验；安全进化，从而实现全程守护；出勤进化，实现全时出勤；节油进化，更优的TCO；舒适进化，开车更少疲惫。

欧曼超级重卡是如何做到的？

以节油为例，在节油可提升的空间越发趋小的情况下，欧曼超级重卡2019款，是通过体系节油来实现更优的TCO，通过区分典型路线、分工况路谱采集进行全新标定，经济转速扩大到900转，从而做到不同工况下更有针对性、更省油。同时，欧曼超级重卡2019款搭载由福田康明斯与福田采埃孚变速器组成的超级动力链，2000巴的XPI超高压喷射技术，燃油雾化好，燃烧更充分；Leakness保压技术实现精密的油量控制，提升燃油效率；LBSC智能转速控制系统，实现70%工况都在低油耗区间。同时，整车经过空气动力学优化设计，风阻系数仅为0.564，

行业更优；配装低滚阻、无内胎子午线轮胎，有效降低行驶阻力，实现整车燃油效率提升10%。

产品进化 践行科技 以人为本

科技越来越进步，人可以越来越懒，尤其随着人工智能的出现和普及，这种情况会更明显。但科技终究要为人服务，进化的目的是以人为本。

从这一点就可以看出，客户是全程参与到欧曼超级重卡2019款产品开发中。深入挖掘用户的需求，欧曼超级重卡2019款做到了从用户中来到用户中去，从重点行业市场调研、全程跟车调研到开发过程用户参与评审，欧曼在不同的阶段征询用户意见，从而打造出让用户更舒心的产品。

欧曼技术人员举了一个例子：色彩搭配。可不要小看驾驶室的色彩，这可是经常被忽视的大问题。一天当中司机有16个小时要在车上度过，长期面对一个颜色很容易疲劳，如果色彩搭配不当、不和谐，这种疲劳

感会更甚。为此，欧曼超级重卡2019款产品与国内顶尖高校色彩流行趋势专家合作，制订了三套色彩方案，从中广泛征询用户意见，让用户实际感受和体验，选出用户感受最好的色彩，就是如今在2019款公路车上应用的“蓝色+灰色”的商务风格。

这样的人性化提升还有许多，在内饰布置上，很多细节都让人有眼前一亮的感觉。按键布置均在伸手可及的地方，储物空间更加合理、更有序，烟灰缸、暖壶、水杯、卡片各归其位，卧铺两侧还有放置IPAD、手机的支架，方便司机娱乐、休息两不误。

驾乘体验，也是体现舒适性的一个重要方面。为此，欧曼超级重卡2019款产品从座椅阻尼、变速器软轴设计、三级减振系统三方面进行了系统匹配，标配换挡助力器，换挡手劲轻，噪声也同步降低，这些细节不亲身感受，就不能体会到欧曼的用心。

更舒心的同时更安心

《商用汽车新闻》记

者注意到，在欧曼超级重卡2019款产品中，还展出了一款达到L2级别智能驾驶体验的欧曼EST-A 2019款，实现了智能和安全的双重进化。疲劳监测系统、360°全景影像、FCW+LDW……均在欧曼超级重卡2019款高端产品上实现了搭载，解决了疲劳驾驶、视觉盲区带来的多重安全隐患。iBrake发动机制动与液力缓速器，可有效减少刹车次数，避免刹车过热，制动失效。

与此同时，通过车联网技术的全面应用，欧曼超级重卡2019款做到了安全和智能的同步提升。以Super Fleet 2.0智能车队管理系统实现车机互联升级，可远程诊断和启停，依托定位系统了解车辆定位、车辆追踪、轨迹回放等服务，时刻掌握车辆动态；在运输过程中，运行全流程节点的实时成本数据、实效数据监控、异常的自动识别和上报等任务报告输出，提供可视化管理和支持，以智能进化提升运输效率。

此外，ADEPT智能驾驶辅助技术，可动态管理扭矩输出和空挡滑行，自动运用载荷、速度、路况坡度传感技术，自动调节发动机输出的转速、功率和扭矩；结合智能制动管理、坡道辅助等技术，让驾控更智能、更安全、更高效。

可以说，当司机驾驶着欧曼超级重卡2019款上路时，他就不再是一个人在战斗，而是体系在支持、辅助他的运输路途，累时有人辅助，困时有人提醒。所以难怪有人直呼：欧曼要把司机宠坏了。可是记者想说，通过品质的全面升级来为司机服务、为物流行业降本增效，让运输更安全、让家人更安心，这样的宠坏可以多一些。

10年专注 他们与重汽商用车彼此成就

■ 本报记者 周静

有这样一南一北两家重卡经销商，虽然远隔千里，却都证明了：只有专注，才能走得更远。

从2009年开始，无论市场风云变幻，他们都只专注于做一件事：销售中国重汽商用车公司的品牌卡车。

坚持是因为信心

10年间，重卡市场几经起伏，如坐过山车。但山西如意通汽车销售有限公司总经理张文云，从2009年就认准了与中国重汽商用车销售部的合作，内心里从未动摇。

“以诚待人者，人以诚待之”。中国重汽商用车销售部以诚信相待，赢得了张文云的回报。自卸车的大起大落，难免欠款、坏账较多，资金压力巨大。但该厂家的款，山西如意通从未拖欠过。“我们如意通能走到今天的规模，就是靠真诚。那时候确实难，可是我们也肯定要讲信誉，自己想办法解决。”

痛定思痛，山西如意通下定决心转型公路车市场。

让张文云有信心的，不仅是对行业趋势的理智思考，更因为背后有中国重汽产品支持。

他对《商用汽车新闻》记者表示，中国重汽产品升级之后，性能、安全、经济、可靠等多方面领先于行业的汕德卡，动力系统升级的新斯太尔D7B，都得到了吕梁、朔州等晋中地区用户的认可。

2013年，汕德卡上市之后，可靠性等综合性能媲美进口重卡，又在购车成本、售后服务等方面凸显国产重卡优势。在大车队购车理念转变以及进口重卡客户车辆更新之际，汕德卡成功实现了“替代进口”。“2018年



张文云

在山西吕梁地区成功大批量导入汕德卡燃气车。吕梁大客户经过实际使用，对汕德卡非常认可，2018年就一次性采购了50辆。”张文云介绍说。

60余项技术升级之后的新斯太尔D7B，以欧洲标准和高性价比，续写了老一代卡车人心目中的“斯太尔”传奇。张文云认为，新斯太尔在山西短途煤炭运输细分领域里很有竞争力。

随着越发严苛的环保政策在山西省逐步落地，未来国三车辆淘汰趋势明显，张文云对天然气车型非常看好。

山西如意通针对煤炭运输市场成功导入了“芯动430”产品。所谓“芯动430”，包括汕德卡燃气车、斯太尔燃气车，因配装430马力的燃气发动机，质量过硬、动力强劲而赢得了用户口碑。

经过10年的积淀，张文云对未来信心十足，“2019年，重汽商用车产品将实现配置优化，绝对是利

好。我们计划加大售后和金融的服务力度，提高用户满意度，争取2019年销量再上一个台阶，达到300辆也不是没有可能。”

切入从危化品开始

昆明长顺达商贸有限公司，2009年底加入中国重汽商用车销售部的营销网络，成立了云南第一家重汽商用车4S店。

昆明长顺达董事长郭艳红向《商用汽车新闻》记者表示，“之前，我们销售过中国重汽商用车的金王子、黄河少帅、豪卡等品牌工程自卸车，但受各种因素影响，经营并不理想。一直到2013年，我们盼到了中国重汽最高端的产品——汕德卡上市。我感觉前景非常好，全面转向公路车。”

昆明长顺达成为全国首批汕德卡经销商后，从第一年仅售出8辆车到近两年超过300多辆，销量增长速度非常快。

市场切入点，就在危化品运输领域。

郭艳红给记者分析：因



郭艳红

为对于车辆安全、可靠性方面的要求比较高，以往危化品运输客户多倾向于选择进口重卡。汕德卡上市后，以比肩进口重卡的品质和贴近中国市场的价格，成为安全可靠需求强烈这部分用户的“新选项”。

从长顺达自营的危化品运输及物流业务开始，率先批量采用汕德卡危化品运输车，成功地带动了兄弟物流企业的跟进，进而推动了云南省内危化品运输车的安全品质升级。现在，汕德卡已经确立了行业引领位置，成为云南省内危化品行业推荐车型。

而从危化品运输开始，汕德卡逐渐在各细分领域分别发力，在整个云南的单桥车型中占到了70%以上。

“在云南，用户就是喜欢买好的产品，低端产品几乎没有市场。汕德卡在重卡市场里就相当于乘用车的奔驰、宝马，很受客户欢迎。”郭艳红认为，销量增长最关键的，还是汕德卡产品特点符合云南区域市场需求。“云南山路崎岖，大家都说，驾

车一个小时里，有50分钟都是在打方向盘。汕德卡‘强项’突出：大马力加液力缓速器，动力足、速度稳定、制动安全，深受云南用户的认可。”

举例说，云南有一家物流公司主要从事粉粒物料运输，通过了长时间的考察、试用之后，选择了汕德卡C7H。“那家公司2017年采购了80辆，2018年50辆，2019年应该也有超过50辆。”郭艳红表示，产品质量过硬，加上金融、售后服务等整体解决方案，让很多客户成为汕德卡的忠实“铁粉”。

走到与中国重汽商用车销售部合作的第10年，郭艳红对未来充满期待——2019年，他期待着汕德卡推出更强产品力的新品，期待着在工程车领域的增量，期待着运输高端市场的拓展，期待着服务建设对于客户满意度的提升。

在经销商看来，中国重汽集团组建新一届领导班子以后，更接地气、更看重问题解决的效率，“合作共赢，迈向高端”。未来，彼此之间的成就一定更大。

福田时代助力赤峰市政府节油大赛

■ 本报实习记者 王 宣 文 / 图

2018年12月25日~26日，由内蒙古自治区赤峰市总工会、赤峰交通运输局主办的“福田时代安全杯”节油驾驶技能大赛（以下简称“节油大赛”）在赤峰市松山区火热开赛。作为本次大赛的协办单位，福田时代不仅为大赛提供了比赛车辆福田瑞沃 ES5，还携福田祥菱、福田时代 M3 等产品一一亮相。同时，福田工作人员也在现场见证了赤峰节油冠军的诞生。

两天的比赛中，通过对选手行车前准备、驾驶行为、油耗表现以及用时的多方面考核，来自赤峰左旗的赵大伟以总成绩 92.83，获得“福田时代安全杯”节油驾驶技能大赛冠军。

高品质车辆 快速打开赤峰市场

《商用汽车新闻》记者在现场了解到，赤峰市经济传统上以农业、畜牧业为主，随着赤峰市政府对物流市场越来越重视，对赤峰市物流市场起到了积极的刺激作用。本次比赛参赛选手遍布赤峰市各旗县，以政府行为推动市民对物流市场的关注。

本次大赛比赛用车福田瑞沃 ES5 于 2018 年 10 月份进入赤峰市场，目前已经取得了不小的市场突破。福田瑞沃 ES5 整车采取黄金智能匹配的动力传动系统，使得车辆具有爆发力强、起步



比赛用车福田瑞沃 ES5

加速快的特点；同时，在整车轻量化的加持下，福田瑞沃 ES5 具有更好的燃油经济性，是一款高效安全的物流专业用车。

福田时代京津冀大区业务总监臧超表示，福田瑞沃 ES5 定位于中长途运输，可加装仓栏车箱、封闭车货箱、普通平板车箱等，满足配送、冷链、蔬菜运输等不同用户的多元化需求。细分领域上，臧超在赤峰市场更加看好福田瑞沃 ES5 仓栏车，地广人稀的赤峰，畜牧业发达，面向整个华东地区运输牛羊，仓栏车市场前景十分光明。“对于福田瑞沃 ES5 在赤峰市场的销售，公司十分看好，

相信，福田瑞沃 ES5 一定能以其高品质赢得赤峰物流用户的喜爱。”臧超在采访结束后告诉记者说。

2018 年，在《商用汽车新闻》主办的第十一届中国国际卡车节油大赛上，福田瑞沃 ES5 以其出色的性能，获得中卡组节油冠军，节油冠军出征节油大赛，碰撞出的火花令人期待。

内蒙大汉 为瑞沃 ES5 点赞

记者现场了解到，参赛选手大多驾驶过福田车辆，当问及他们对福田车辆的驾驶感受时，无不称赞道，福田车辆动力性强、

舒适性高。但提到比赛车辆福田 ES5，参赛选手们大多表示没有驾驶过。但正是这第一次驾驶，福田瑞沃 ES5 就凭借其优势，让这群内蒙老司机们圈了粉。

参赛选手田爱军告诉记者，自己已经开卡车 22 年，自小就爱和车辆打交道，修过车、养过车，可以说市面上的所有主流卡车都驾驶过。谈到节油经验，田爱军更是说得头头是道，他表示，节油一定要“眼快、手勤”：“眼快”，就是要时刻关注路况，对路况进行预判，做到心中有数；“手勤”，就是及时加减挡，尽量保持车辆处于最低经济转速区。赛后，

田爱军向记者表示，福田瑞沃 ES5 舒适性非常好，驾驶体验方面根本不输自己日常使用的国外进口车。

获得本次节油大赛冠军的赵大伟，是第一次驾驶福田瑞沃 ES5，问及这次驾驶感受时，赵大伟表示，福田瑞沃 ES5 给他最大的感受，就是动力强劲。本次节油大赛评分所占分值最高的，就是油耗成绩，赵大伟本打算牺牲时间以换取低油耗，但福田瑞沃 ES5 出色的动力性能，让他在低油耗的情况下依旧以较快速度完成了整场比赛，让其称赞不已。

值得一提的是，本次比赛的亚军选手纪海波驾驶福田瑞沃 ES5 开出了本次大赛最低的油耗成绩，在场地比赛中共耗油 870ml，但却因操作不当扣分而与冠军失之交臂，遗憾获得亚军。虽错失冠军，但纪海波并不气馁，他表示，这次的节油大赛，让他最欣喜的就是了解到福田瑞沃 ES5 这款车，在天气如此寒冷的赤峰依旧可以开出如此低的油耗，车辆品质十分喜人。

2018 年 10 月，福田时代在山东举办第 500 万辆交车仪式，翻开福田时代发展新的一页。同时，2018 年 10 月，福田瑞沃 ES5 进入赤峰市场，也翻开赤峰中卡市场竞争新的一页，高舒适、强动力、低油耗，福田瑞沃 ES5 必会借此在赤峰物流运输市场大放异彩。

■ (上接 10 版)

参与客户群体，有力推动整个物流运输行业车辆管理模式的变革。

互联 e 路随行

信息化等技术广泛应用，让“贴心服务”更好地适应年轻客户群体的互联网使用习惯，绑定了未来所有重卡服务的客户群体。

在 2015 年推出的陕汽重卡“e 随行”客户智能体验平台，将原售后服务纸质保修手册完全电子化，并增加智能软件增值服务业务：首页宣传、驾驶指南、三包查询、保养智能提醒、一键报修、服务网点查询、电子保修卡、精品配件、零部件查询等客户互联网智能体验功能。

e 随行（手机客户端）平台搭建起车主与司机、陕汽与客户之间的互动沟通交流体验平台，以会员制形式向客户提供全方位咨询、维修、保养服务。到 2018 年，陕汽互联 e 随行智能服务会员已突破 100 万。

值得一提的还有陕汽重卡推出的车联网 + 贴心服

务——“智能自诊断系统”。该系统集成呼叫联络中心平台、车载天行健终端、陕康云系统、DMS 和 e 随行移动终端，利用车联网技术，暖心服务保障提醒主动出击，将车辆故障预防置于服务前端，真正做到汽车服务手段由被动变主动，由粗放变精准，带给驾驶员更便捷、

安全的行车体验。

应该说，陕汽“贴心服务”是贯彻“以客户为中心”服务理念的重要组成部分。陕汽重卡在服务方面的创新实践，不仅是在提升服务水平、服务质量、提高客户服务满意度，更是全面助推价值营销深化落地，以整体解决方案去赢得市场、赢得客户。



内容更精彩

欢迎订阅 商用汽车新闻

全国邮局皆可订阅
邮发代号：80-517
国内统一刊号：CN11-5506/U

主管：人民日报社
主办：《中国汽车报》社有限公司 中国汽车工程研究院股份有限公司
咨询热线：010-88144536
社址：北京市海淀区阜成路115号（北京印象3号楼1门114）