

# 车展团购,您报名了吗?

本报讯 近日,笔者从平顶山日报社夏季车展组委会了解到,为满足市民的购车需求,本次车展联合多家4S店共同推出汽车团购活动,目前已经有不少市民报名参加。

“我比较喜欢一汽丰田的RAV4,帮我报名团购吧。”5月16日,市民马先生通过微信第一时间报名参加了本次车展的团购活动。

“我已经把信息发送到你们的手机上,你们看看我报上名没?”64岁的市民赵先生昨天一

早致电夏季车展组委会询问。

据介绍,自夏季车展开启团购报名以来,雪佛兰、东风标致、别克、进口大众、北京现代等汽车品牌是市民报名团购的热门品牌。

在本次夏季车展的汽车团购活动中,平顶山日报社将联合各大汽车品牌经销商,为消费者提供不同价位、不同风格的全款车型,为购车市民提供最实在、最便捷的购车渠道和最令人心动的优惠价格,参团人数越多,购车优惠力度越大。同时,通过汽车团购活动,各汽车经销商也可锁定属

于自己的潜在客户,从而有针对性地服务特定客户,有效提高服务质量。

据悉,为了满足不同人群的需求,本次车展团购报名方式分为4种:

1.关注公众号“鹰城微车市”回复“团购报名”,点击链接或扫描下方二维码即可报名;

2.编辑短信:姓名/电话/意向车型发送至15603751862,收到短信则报名成功;

3.添加微信号“2271793669”,发送姓名、电话、意向车型,收到

回复则报名成功;

4.发送姓名、电话、意向车型至邮箱2271793669@qq.com,收到回复则报名成功。(牛哲)



团购二维码

## 东南DX3 SRG、DX7试驾结束

本报讯 5月14日,东南汽车在许昌鄢陵花溪温泉酒店举办了东南DX3 SRG、东南DX7试乘试驾会,本次试驾会以“谁是王者”为主题,活动现场吸引了众多消费者的参与。

据悉,作为东南DX3的个性运动款车型,SRG以Sport(运动的快感)、Racing(赛道的激情)、Grand(豪华的享受)的个性特点,在试驾会现场完美演绎了其非凡魅力。东南DX7上市以来,凭借时尚外观、大空间、高配置赢得了消费者的青睐。

为了让消费者更深入地了解DX3 SRG的运动性能,此次试驾会还邀请了专业车手进行讲解和特技表演。车手不管是在直线赛道上进行超车追逐,还是驶入空地完成极限漂移,每一次高难度动作的完成都能引发现场观众的欢呼声,让人对DX3 SRG更加跃跃欲试。★ (包宇飞 牛哲)

## 成功购车可抽奖 油卡、蚕丝被大奖等您拿

本报讯 “本次车展能提前报名吗?”“报名方式是不是还和以往车展的报名方式一样?”“报名就能参加车展现场的抽奖活动吗?”5月15日上午,在车友群,一些车友询问群主有关平顶山日报社夏季车展的相关事宜。

据平顶山日报社传媒集团汽车工作室工作人员介绍,本次夏季车展已经开启团购报名方式。“提前

报名并在车展现场成功购车的车主,凭借购车发票还可以参与车展现场的抽奖活动。”该工作人员告诉记者,此次车展奖品丰厚,有油卡、精美茶具、高档太阳膜等。

据悉,汽车工作室车友群采用自愿加入的方式,为广大成员提供汽车销售与咨询、维修保养、汽车美容装潢、汽车用品选购及保险、二手车、汽车金融分期、用车提醒、自驾游等一系列

汽车服务和异业联盟、会员活动、资源整合、平台搭建等增值服务。有意向合作商家也可以直接拨打电话15603751862与平顶山日报传媒集团汽车工作室联系。直接扫描“微车友”微信群群主“平顶山日报传媒集团汽车工作室”的微信二维码,或者直接在微信上搜索群主微信号2271793669添加为好友后,便会被群主邀请入群。(牛哲)



微车友群群主二维码

## “网红”车型 占上汽近八成份额

从上汽荣威RX5亮相到上汽名爵ZS正式加入,互联网汽车正以迅雷不及掩耳之势席卷国内的汽车市场。而今,在仅一年的时间中,“网红”车型在上汽乘用车中占比就达78%,使上汽乘用车月销量达到4.16万辆。

5月11日,中国汽车工业协会发布4月汽车产销相关数据。2017年4月,上汽乘用车销量达到4.16万辆,其中,上汽“互联网三驾马车”荣威RX5、荣威i6、名爵ZS总销量就达3.28万辆,占上汽乘用车总销量的78.8%。

互联网车型的热销,不仅带动了上汽乘用车的整体销量,同时让上汽成为全球互联网汽车占比最高的车企。

看到上汽乘用车的销量成绩,最先想到的不免是进入市场不到一年的上汽荣威RX5。从它高调进入自主SUV这片红海时,就深陷各品牌“新车”和“改款新车”的竞争环境之中,虽然打着“上汽集团和阿里巴巴集团打造的首款互联网汽车”的名号,但终究是在“怀疑”中入市。

如今,荣威RX5已成为增长最快的互联网汽车,上市9个月便已拥有超过15万的车主,而互联网汽车也成为当下行业发展的热点。仅在4月份,荣威RX5销量就达1.6万辆,处于持续热销之中。同时,“全球首款量产互联网家轿”荣威i6销量达7021辆,“年轻人标配的首台互联网SUV”名爵ZS上市第二个月销量更是高达9768辆。

上汽乘用车的三款互联网车型覆盖了SUV和轿车的主流市场区间,在它们销量持续提升的同时使得上汽乘用车的销量强势走高。相比2016年4月仅有的1.65万辆销量,上汽乘用车品牌同比增长了137%。在这一层面上,可以认为互联网汽车已经成为上汽乘用车的销量主力。

随着互联网和新能源技术的发展,全新的汽车时代即将到来。而上汽乘用车推出的荣威RX5、荣威i6、名爵ZS多款互联网汽车为用户带来诸多智能互联体验,直接促进了“互联网汽车”这一新品类的诞生。

新能源领域方面,上汽已经自主掌握了核心“三电”科技,将继续发展新能源汽车核心技术,推出满足不同用户使用要求的电动汽车产品,为不同续航里程、不同级别车型打造解决方案。

在此基础上,中国是最大的新能源汽车市场,也是最大的应用数据市场,而上汽是当下互联网车型占比最高的车企,也是唯一实现互联网汽车量产化的车企。所以在践行互联网和新能源共同发展之路上,上汽将致力于打造更开放、更注重消费者体验、更具整合创新科技研发能力的“未来智慧出行服务”的解决方案,而不是简单的互联网加新能源。(婉宗)

## 微车友·车讲堂第22期

# 常见的车险事故处理措施有哪些?

本报讯 5月12日上午9点,平顶山日报传媒集团汽车工作室的“微车友·车讲堂”准时开讲。“如果第三者受伤住院,保险公司是否可以垫付医药费?”“事故发生后所有费用都是保险公司垫付的吗?”“自己垫付的医药费,患者却不给发票怎么办?”……讲堂开始后,微友们便开始陆续提问。据悉,当天车讲堂特别邀请中国人民财产保险股份有限公司平顶山市分公司理赔中心的工作人员宋真真为车友进行讲解。

针对每个微友的提问,宋真真都给予了详细解答。“我今天给大家讲解常见的几种交通事故在理赔时需注意的问题和细节。”宋真真特别强调。

据介绍,常见的车险事故及处理措施主要分为以下五种:

1.单方事故且被撞物体不需要索赔。常见的有撞台阶、撞石头等,一般这个时候如果您的车辆影响交通了,可以在保险理赔人员到达前自行对现场进行拍照后将车移到附近。

2.被撞物体(我们俗称第三者)需要赔付。如果第三者损失较大或涉及公共财产,例如路政灯杆、护栏等都会经事故科处理,理赔时需提交认定书和损失发票或收据。

3.大家最头疼的人伤事故。人伤事故分为轻微事故和需要住院的事故。轻微人伤事故保险公司可进行现场调解,不需经事故科。人伤较为严重的事故,车主可直接咨询保险公司的人伤跟踪人员,他会根据不同情况给大家最大支持,帮助大家完成人伤理赔。

4.责任明确的双方、多方事故。常见的如多车追尾事故如A追尾B追尾C,赔偿方式一般为:A车保险负责A车前部损失+B车后部损失,B车保险负责赔偿B车

前部损失+C车后部损失,C车保险不用负责赔偿;另一种赔偿方式为:A车承担3辆车全部损失。

5.责任不明确的双方、多方事故。发生此类事故时可等保险公司现场查勘,若阻碍交通需报警备案,可自行拍摄现场照片,移动现场;双方、多方事故,均承保的有车险,三者险,且均有责任。双方、多方均无异议的且不存在道德风险的情况下,一方愿意承担事故全责,可按照快速处理方式理赔;经事故科进行责任划分处理。满足以下条件可进行“互碰自赔”处理:a.均承保了交强险,b.双方均有责任,c.双方损失均在2000元以下,d.不涉及人伤及财产,e.双方同意互碰自赔处理。

“对于水淹车辆,如果在水中熄火了,千万不要尝试重新启动,否则会造成发动机倒缸。发动机

价格不菲,动辄好几万元,若在没有限制保险的情况下,各家保险公司都不予赔偿。”宋真真特别强调。

据汽车工作室工作人员介绍,该微信群里有汽车工作室长期合作的汽修、汽配商家,他们每周五上午9点在该微信群开设的“车辆知识讲堂”里针对微友提出的关于私家车的养护、维修、使用等过程中出现的任何问题给予专业解答,时间为30分钟,目的就是为了让车主更加合理、正确地使用爱车。微友们也可以在群里分享讨论一些和汽车相关的话题,包括爱车故事、用车生活、所见所闻、所感所想等。专家的一个提醒和建议,微友的一次经验和提议,就可能让其他微友避免在用车过程出现类似问题。

(包宇飞 牛哲)



资料图片



微车友群

**PKCC**  
中国人民保险

人保车险 无忧之选  
中国人的车当然中国人保

立即拨打:4001234567