



# 面对困难鼓士气，面向市场抢机遇 全力以赴实现 2005 年新的突破

## ——在公司迎春团拜会上的讲话

尊敬的江苏明都总部领导，尊敬的各位同志：

今天，我们吴江和诚汽车销售服务有限公司全体员工欢聚一堂，共迎农历鸡年新春。在这里，让我代表公司管理团队向全体员工及其家庭成员拜年，祝各位同仁闻鸡起舞，大展宏图，合家幸福。

回顾过去的 2004 年，吴江和诚汽车走过了不平凡的一年。开创之年，变革之年，体现了吴江和诚人勇于创新，与时俱进的气魄。面对始料未及急剧下挫的汽车市场，吴江和诚人知难而进，奋勇直前。我们的销售在市场最困难的时刻，逆市张扬，一举完成了上海通用汽车下达的决战任务。我们的售后服务呈稳定上升的态势，取得了令人满意，令客户满意的业绩。通过一年的运作，我们形成了在座的一支素质好的员工队伍，我们熟悉了上海通用汽车的运作标准，我们加深了对吴江市场的解读，我们加大了对吴江市场的投资力度，“三点一线”——别克黄金消费线已初步形成，我们吴江和诚汽车的知名度不断提高，正在向吴江和诚汽车服务品牌方向稳步发展。这一切成果的取得，是在两位董事长的正确果断指挥下取得的，与苏州和诚，与江苏明都的大力支持密不可分，特别是江苏明都集团总部在十二月份销售决战中体现了强大的综合实力和成熟的市场运作经验。这一切成果的取得，也得益于全体员工的辛勤工作。在此，让我们向董事长及江苏企业总部表示衷心的感谢！向全体员工及家庭表示诚挚的谢意！

展望 2005 年，是吴江和诚汽车发展的关键之年，经过这一年的不懈努力，我们将实现一个心仪已久的目标，就是塑造吴江汽车消费第一品牌——和诚汽车。我们将全面完成上海通用的各项任务指标，整车销

售突破 800 辆，入场台次突破万辆，经济效益同步增长，顾客满意度在江苏区域排名上游，售后要评为三星级服务中心，在江苏明都汽车板块的评比中，要数一数二。我们的目标一定能实现的。实现目标的基础是国家宏观经济环境的改善，从目前的迹象表明，国家及地方政府正出面挽救连续七个月下滑的车市，无论是公司资金贷款还是汽车消费贷款都在逐步恢复增长。在这里要宣布一个好消息：我们和诚汽车的消费信贷得到苏州工行的支持，获准在苏州、吴江三家支行同时开展消费贷款，这样从根本上解决了去年在贷款购车业务上缺少竞争力，导致客户大量流失的不良局面。今天，我可以豪迈地宣布：只要你想购车，贷款手续不是问题。同时，苏州工行吴江支行增加了对我们公司流动资金支持额度，正在考察对我们公司的授信。吴江人杰地灵，富饶美丽，全国百强县市排名第八，蕴藏着极大的汽车消费潜能，根据《吴江市统计年鉴》报告，在吴江现有的三十万家庭中，在今、明两年内能达到购置私家车能力的达三分之一，就是十万辆，目前已有两万多辆，那将有八万辆的净增，这给我们多么大的想象空间，作为国内一流轿车企业的上海通用汽车和别克品牌，在吴江早已深入人心，只要我们做出我们的服务品牌，就一定能在吴江这块市场上做强做大。我们有一个坚强的后盾——江苏明都企业集团，这是我们的目标一定能实现的坚实基础。

我们的目标一定要实现。今年的汽车市场仍然是一个竞争激烈的市场，我们只有全力以赴，才能冲出重围。面对困难，我们须坚定信念，咬定青山不放松，没有随随便便能成功。努力开拓市场，应该成为和诚人时刻思考的课题。开拓无止境，



每天超越一点点，应该成为每个员工自我加压的一个信条。

我们要发扬忠诚、真诚、精诚的和诚企业精神，以诚信立足于社会，以忠诚面对公司，以真诚善待客户，以精诚追求质量。就一定会赢得广大客户的厚爱和市场的回报。我们要更新转变销售理念：“我们不是在卖汽车，而是在帮助顾客买汽车。”要全力提高顾客满意度，要站在客户利益上去考虑，给卖车、养车、修车、用车的客户最佳的服务、最省的时间和最经济的费用。追求超值服务为客户创造最大价值。不仅使客户实现了完全的经济价值而产生心理满足，更重要的是使客户因为我们站在他们这边，使他们实现了自我的人文价值而产生一种心理感动，感动的不断升华就自然形成了对和诚汽车品牌的认同，感动的不断积累，就会自然形成围绕和诚汽车庞大的忠诚客户群，忠诚客户不仅过去和现在为企业创造利润，还能为企业的将来带来价值。

我们要加强企业管理。今年是吴江和诚的管理之年，我们要在站稳脚跟的基础上，全面理顺企业内、外部关系。加强管理的抓手是制度建设，企业制度是企业长治久安的根本所在。完善的制度需要坚实的执行力，我们要求全体员工成为遵守制度的模范，各级管理人员成为执行力的重要保证。在企业制度面前人人平等，形成做事对照制度，不是对照领导的观念，在



全公司要形成公平、公正、执纪必严、违纪必究、讲究效率、高效运转的良性企业动态。不断推进管理创新，今年我们管理工作的重点是“流程再造”，通过流程再造使企业在赢利水平、生产效率、服务质量以及顾客满意度等关键指标上有一个巨大的进步，最终提高企业整体竞争力。流程再造是变传统的职能为中心为以流程为中心。全面梳理我们企业活动的各个环节，在以顾客为导向的思路下整合流程。

我们要不断推进企业文化建设。让弱势文化变强大，让零散文化变系统，让优秀文化变卓越。我们要在二月份正式发布吴江的企业文化的核心部分——口号篇，让我们的企业精神和企业价值观、客户观、工作观等深入每一个员工的心灵，变成我们工作的内在动力和思想源泉。在企业文化建设中，我们要

汲取母公司——江苏明都企业集团的企业文化精髓，进一步融入到江苏明都大家庭中，尽快让游离于龙城之外的吴江和诚成为江苏明都的一条蛟龙。

我们要全面推进和诚服务品牌建设。未来的市场竞争已从低级的价格竞争演变为最高形态的品牌竞争。“一流企业卖品牌”，“二流企业卖产品”，“三流企业卖价格”。只有着力打造吴江和诚的服务品牌，才能在残酷的汽车市场竞争中掌握主动权。品牌建设是一个系统工程，品牌是无形资产，是公司价值的最重要组成部分。品牌是质量管理、客户关系与企业形象识别的重要内容。品牌又是企业观念、企业文化的结晶。我们必须从企业发展战略的高度来认识，提升品牌价值与效益。这里我号召全体员工为吴江和诚品牌建设献计献策，贡献聪明才智，贡献激情与力量，为吴江和诚服务品牌享誉吴江大地作出自己的努力。

各位同志，回顾过去的一年，我们豪情满怀，展望现实的今年，我们信心百倍。在江苏明都企业集团总部的指挥下，在上海通用汽车的全力支持下，经过我们吴江和诚全体员工面对困难鼓士气，面向市场抢机遇，全力以赴，就一定能实现2005年新的突破。谢谢大家！

——陶总

## 新春团拜会发言词

尊敬的江苏明都集团总部领导、尊敬的公司各位领导、各位同志：

大家晚上好！我代表公司售后服务中心全体员工预祝大家新春快乐，在新的一年里事业更上一层楼。在过去的一年里，售后服务工作得到了公司各位领导的指导和支持，在全体员工的辛勤努力下，已经逐步走入正轨，在吴江市场上逐步打出了和诚汽车的品牌，在客户中形成了良好的口碑，从2004年4月份试营业起至年底，实现维修入厂7000余台次，完成营业收入470万元，顺利地完成了公司制定的经营目标，在此再一次向各位领导、各位同事表示衷心的感谢！

回顾公司去年走过的历程，可以讲是不平凡的一年，可以讲是成功的一年。公司建立之初，是一张白纸画图，从无到有，从弱到强，特别是在下半年整个汽车销售市场低弥的状态

的销售业绩在吴江地区还是保持领先地位，完成了上级品牌公司的指标要求，同时这为售后服务整体运作带来了稳定的客户保有量，入厂台次从开业之初的10辆左右上升到目前的30辆以上，在短短的8个月左右实现了翻三番，在此谨代表售后全体员工对销售部所作的辛勤工作表示衷心的感谢！

总结去年的整个售后服务工作，我们不难感到有压力。这压力从何而来，一方面上级品牌公司由

于各汽车生产厂家竞争激烈，对其产品销售的延伸服务、售后服务不断赋予新的内容和内涵，使整个售后服务工作提升到了一个新的高度，品牌公司为此推出了一系列的关心关怀服务，而要将品牌公司的关心关怀让客户能够真切地感受到，售后服务必须不折不扣地认真执行与传递，每一个工作环节和细节都会对服务产生很大影响，无形中提高了对售后服务工作的要求；另一方面，在市场区域里，各家销售、售后服务店为了提升自身形象、提升市场竞争力，在客户关怀服务、经营方式理念上新形式层出不穷，使得服务店和服务店之间也必须要以服务领先、革新经营理念才能取得商机。

鉴于以上种种原因，在新的一年里要圆满完成公司董事会制定的售后工作目标，必须把公司的售后服务工作提升到一个更新更高的层次，找出目前存在的一些薄弱环节，完善企业的各项制度，提高员工的素质。售后服务人员对主机厂汽车新技术、新装备必须掌握所需的基础知识，技术能力得到定期的提高而适应售后服务市场需要；在企业管理及服务水平上继续完善，树立真正的优质服务意识；健全

内部质量保证体系，加强质量管理基础工作，尤其是在规范行业行为，全方位服务等方面；推广运用资源共享和信息互补等现代化管理理念，在深度和广度上缩小与一流企业之间的差距；利用最完善的管理制度、最现代化的管理方法、最精确的管理数据分析、最良好完备的服务争取到更多的客户，在竞争中立于不败之地。结合公司目前正在实施的制度化要求，积极



配合公司各项管理举措，在这个管理年中赋予我们吴江和诚服务品牌更丰富的内涵，平时注意打造与维护自身的品牌，加强企业文化建设，提升全员服务意识，构建完整的服务体系，通过全体员工的努力，共同创建一个集品牌、个性和服务等于一体的吴江和诚“4S”店！

再次预祝各位领导、各位同事新春愉快，谢谢大家！

——售后·沈云

## 本月销量 排行榜 (前三名)

排行	姓名
第一	李慧华
第二	吴正凤
第三	徐峰

### 企业文化——口号篇

#### 一、企业精神：

忠诚、真诚、精诚。

#### 二、企业宗旨：

诚信为本、顾客至上。

#### 三、企业目标：

一流管理、一流人才、  
一流服务。

#### 四、企业价值观：

创造价值、服务社会。

#### 五、企业发展观：

技术立身、质量立企。

#### 六、企业学习观：

崇尚学习、终身学习、  
学以致用。

#### 七、企业工作观：

热情服务、激情工作。

### 2005 年，简单而快乐

岁之末是冬天，冬天是守望的季节。在我们收获秋天的同时，也期盼着下一个春天的播种。

2005 年的春天已悄然来到我们身边。又一次陌生的，2005 年的春天已悄然来到我们身边。又一次陌生的，单向度的旅程开始了，不知道明天将面对怎样的风景，会有怎样的挫折，有怎样的惊喜，但我们要清晰地了解——走在路上，就不能停息，更不能回头。

就在 2004 年的最后的一个星期，遥远的印度洋起了飓风，数十万人顷刻葬身于大海，更多的人无家可归，在如此巨大的灾难面前，生命的渺小和短暂使得我们不得不用更简单的人生哲学去面对。

2005 年，希望吴江和诚的员工能够更简单一些，更快乐一些，能够更多享受我们带来的简单思想，快乐的灵魂和健康平安的人生。至于吴江和诚的每一位同仁，类似苛刻的状态不会有所改变，只有如此，才能给生命赋予更多虔诚的心灵。

2005 年，吴江和诚的开拓之年，管理之年，微笑将赋予更新的意义。新的一年开启新的希望，承载新的梦想。

冬天过去了，春天来了！

——财务·冯春仙

## 回顾与展望

辞旧迎新的时刻，每个人都会总结过去一年的得失并从中吸取经验和教训，当然更会对未来寄予一定的希望和设定明确的目标。回首 2004 年，对我、对公司、更广的说对于整个车市来说，都可以用一句话来形容“让我欢喜让我忧”。喜的是，作为一个与公司共同成长的员工，有更多的时间来充实和完善自己，与新的环境和人员磨合得更顺畅，更重要的是在转行踏入卖车行业时，正好赶上了车市火红末尾，体会过加急费和被客户跟踪要车的喜悦。在优越感和喜悦感还未尝尽，接踵而至的却是喜及生忧。凯越的红火也没有照亮低迷的车市，下半年的车市受到进口车宏观因素的影响走入低谷。好像一夜之间消费者都进入了理性销售行列，体会着不断被客户拒绝的无奈。

有人说“车市的竞争时代来临了”。喜过了，也忧过了！作为优秀的销售人员来说，我们及时调整了心态找准了自己的方向。人无远虑，必有近忧。在 2005 年里做了一下规划：

- 1、配合完成公司的总体目标。
- 2、作为一个销售人员来说，卖车是第一目标，提高自己的专业水准和帮助新的销售顾问提高业务水平。
- 3、加强对细分市场和目标客户定位上的研究，更有力地支持销售的突破。
- 4、俗话说“天时不如地利，地利不如人和”，望各部门对销售顾问的工作更加予以配合和支持，共同努力，营造和诚新面貌、新口碑！

——销售·钱卫娟

## 新春致词

尊敬的江苏明都总领导、各位领导、各位同志：

伴着新年的喜气，我代表公司销售部全体人员真诚地向大家道一声：新年快乐！并祝大家身体健康，万事如意！

2004 年过去了，携着辉煌，载着收获，在各位领导的关怀和各部门的工作支持下，我们销售部齐心协力圆满地完成上海通用及公司的销售指标。CSI 客户满意度总体指标在苏州地区名列前茅。2005 年一月，在厂方车辆资源不足的情况下，销售部完成销量 60 多台，超出了公司制定的 50 台销售计划。同样，在广告宣传上，市场部做得非常成功。和诚别克这个品牌，已深深地在影响吴江每一个市民。琅琅上口的一句话，买别克汽车去吴江和诚！

一滴水，无法汇集成浩瀚的大海；一棵树，无法形成广袤的森林；一个人，同样无法成就非凡的功业。回首销售部的风雨历程，我们之所以能够发展壮大并拥有今天的辉煌，靠的是我们吴江和诚各位员工的竭尽全力，携手并肩。

冬的严寒冻结不了我们前进的步伐，因为我们的团队中有这么多火热的心。销售部的许多人告诉我，之所以选择吴江和诚作为事业，正是因为看中了在吴江和诚同舟共济的精神无所不在，每天迎接我们的是大家庭亲切而热情的氛围。看到大家脸上的微笑，我已感到春天的气息，明媚和多彩就在眼前。

销售部今天的壮大和精彩，是因为大家平凡而伟大的奉献，我真诚的感谢大家，也希望大家在吴江和诚这个家外之家找到快乐、幸福、成就发展。更要求大家让自己的卓越能力和杰出才智，在吴江和诚这个大舞台上寻找最绚丽的焦点，展现自己，成就自我。

为了明天，还需继续努力，不断更新理念，坚定意志，提高素质，发扬团队精神，以质取胜，以优得上，独占鳌头。请大家记住：“凝聚产生力量，团结产生希望！”“人是要有一点精神的，只要你坚忍不拔，决不低头，不畏困难，勇往直前，您就会成功！”

——销售·仲伟权



## 比你更关心你



市场竞争日趋激烈和残酷，暴利的时代已经不复返，部分 4S 店关门歇业，而幸存下来的，也是步履维艰，利润也大不如从前。为此，汽车生产厂家和经销商纷纷采取应对措施，普遍采取了价格战略，想要通过降价来抢占市场，但是降价战略的作用空间越来越小，因此，单靠降价来赢得市场并不是长久之计。

车界有句名言：“第一批车是由销售人员卖出的，而后的车是由良好的服务卖出的”。大多数消费者在选购车时，会考虑到是否有完善的售后服务。因此，通过良好的服务来带动销售才是明智之举。

不久前有位朋友告诉我，他的爱车到某 4S 店更换机油，后来发现停车场地地上有一堆油污，检查后才发现原来是油底壳的放油螺丝没拧紧，漏机油了。他想自己是新手新车遇到这种事，心里不是滋味。后来，他宁愿多绕远路到售后服务质量好的别家店去维修和保养。还有的客户抱怨，他们最怕爱车被所谓的“车医”“误诊”，把零件拆了装，装了卸，动不动换配件，该换的不换，不该换的换，充分考验了客户的耐心，问题却仍未解决。其实，购车是一次性消费，而使用和维修才是长久的。有了良好的售后服务，才能留住老客户，赢得新客户。

4S 店应居安思危。交车 3 天后，服务后七天内，要对客户进行回访，调查客户满意度（一个满意的客户会引发更多的潜在客户）。只要客户需要救援，无论何时何地，都要以最快的方式去救援。维修人员要努力提高维修技术，作出精确诊断后方进行维修。热情微笑服务，“比您更关心您”。逐步完善销售与售后相渗透的理念。这样，4S 店才能在车市的严寒中迎来生机勃勃的春天。

——办公室·王丽娟

## 别克车市的降价

新年伊始，上海通用汽车售后服务品牌“别克关怀”即重拳出击售后服务市场，宣布下调部分别克车型零配件价格，以答谢消费者长期以来对别克产品的支持和厚爱，调整后的配件价格将在全国别克品牌授权售后维修中心统一执行。

本次零配件价格调整涉及别克君威(含原别克车型)、凯越和陆上公务舱 GL8 三个车系共 505 件配件，包括常用易损件，如雨刮片、避震器等车主易更换的配件，及前机盖、前叶子板和前后门等在事故中较易受损的事故件，平均降幅近 21%，其中最高降幅达 50%。调整后的常用零配件价格在同级车中极具竞争力，在继续体现别克产品售后服务性价比优势的同时，使广大别克车主享受到最大实惠，更深刻地体验“别克关怀”的温暖。

——配件·任晓

## 配件价格下降 对消费者的好处...

配件价格一直是售后服务中心比较敏感的话题，养车需要的费用中，配件的购买占有相当的比例，爱车出了故障，必不可少的要到经销商处进行维修而配件价格的高低影响到消费者的直接利益，在 2005 年来临之际众多汽车生产厂家宣布自己新的配件体系，这无疑给寒流中的中国车市带来了一丝暖意。



刚进入雄鸡报晓的 2005 年，众多的汽车品牌纷纷打出“降价”的皇牌，而在这降价风中，几家知名的汽车生产厂家率先将步伐迈进了售后服务领域，整车价格下降大自然吸引消费者，而配件价格的降价更是人性化的为消费者着想，买车是一次性消费，然而买车，必定要用车，用车的过程中，必然要维修及保养，这时配件降价的作用就显现出来了，因此下调配件是给消费者带来长远的利益，并不比下调整车价格逊色！

上海通用的经销商给消费者算了笔细帐，以一辆别克君威为例，汽车的日常费用包括：燃油费、保险费、养路费以及维修费用，以每月燃油费用 500 元计算，一年下来日常费用约 1000 元左右，这其中维修费用占 20%，而维修费用中，约 50% 的钱是花在零配件的购买上的，也就是这辆别克君威一年花零配件购买上的费用是  $10000 \text{ 元} \times 20\% \times 50\% = 1000 \text{ 元}$ ，此次上海通用汽车配件的降价幅超过 20%，那么在新车的第一年，就为消费者节约  $1000 \times 20\% = 200 \text{ 元}$  的零件购买费用，这只不过是基本的零件更换，如果出现交通事故，车辆受损面积较大时，这部分的费用将成倍的增加，随着汽车使用时间的增加，需要维修和列换的零配件不断的增加。因此这部分的费用，所占经重也将不断递增，可想而知，零件配件降价，为消费者带来多大的利益与实惠！

——配件·吴小英



## 浅谈车间班组管理

一年多的车间班组管理工作，虽说不长，但我从对管理几乎空白的过去到现在，已基本能认知什么是管理。管理这个名词在我的脑海中已算占有一席之地了，这一年多来在自己的车间管理实践中的摸索，道路弯弯曲曲，高低不平。其中的辛酸、喜悦只有自己才能深刻体会、酝酿、斟酌，为此我将自己车间管理走过的一些弯路和诸位共同探讨，以促进我的成长和进步。

第一，“生于忧患，死于安乐”。从表面上看，一目了然，而其中的内涵、蕴涵的是人在当今竞争日趋残酷激烈的环境里，没有危机感、忧患意识是不行的；如仅仅满足于现状，那只有死路一条，被时代淘汰。在从前的工作中，忧患意识甚少，满足现状的心理感较强，有点成绩可能会沾沾自喜，最后结果就是很难有进步，回头看看这段走过的路，值得好好反思、好好揣摩一下其中道理，古语说得好：“吃一堑，长一智”是很有道理的。

第二，做事缺乏持之以恒。企业家张瑞敏曾说：“把千百遍简单的事做好，做对，就是不简单”。其实，就是指要以持之以恒的态度去做事，我们

每天的工作内容可谓千篇一律，特别是车间一线的技术工人，每天的工作是无差异的，免油加三滤，时间一长，就会产生厌倦，从而很多制度的遵守、卫生的保持、纪律的执行，就会不能长久坚持，在管理上就会缺乏坚持不懈的精神，结果导致某些规章制度就会受到冲击，产生不良后果，使前期的努力化为乌有，只能从头再来，可谓前功尽弃，到头来一无所获，所以我们在做任何事时不能凭一时冲动去做，应用持之以恒的心态去做，才能取得成功。

第三，把握工作效率存在的误区，在做很多事情时要合理分配，统一协调，合理有序利用现有的资源，有令必行，有禁必止，提高全员整体素质，大家共同努力，多听取群众的意见。古人云“闻过叫喜，知过则改”就是指要进步的途径是什么。而作为车间基层管理，只有从一点一滴做好，才能打好基础，图有所展。

最后让我们携手并肩，献计献策，使吴江和诚的品牌响遍吴江大地，“买别克到吴江和诚，修别克到吴江和诚特约服务站”。

**您的满意是我最大的心愿！**

——售后·顾彬



### 吴江和诚 塑造了我……

吴江和诚，给了我成长的空间，让我从初步了解别克到进一步理解别克，再进一步修好别克。最终是赢得客户的良好口碑。

吴江和诚售后部，很多优秀、和蔼的师傅和同事手把手示范、言传身教。有一次，在维修自动变速器出气孔冒油的过程中，大家齐心协力。按照常规，引起冒油的主要原因是两张“丹顶鹤”垫子压得不好，换了还是不行，系统油压正常，但发现油液稍少一点则不漏油，多加一点就漏，且油液液面不稳定，忽高忽低，于是怀疑双金属片液面温控器调进不行。我对自动变速器内部油路和通气道不是那么清楚，但我有个想法：从通气孔向里打气，看出气口在什么地方，油不就知道在哪可流到通气口了吗？于是在请教穆师傅后，在他的指导下，一通气，情况果然就有了转机，在线束座下，有一个大点的孔，再细看有许多小砂眼，我开始以为那个大孔是没问题的，可穆师傅一看就明白了，就看了废件室另一台壳体，确实无孔，再次经过顾领导的技术鉴定，通过网上与通用公司联系，换了壳体，事情得到了解决。

这仅仅才一例，诸如此事甚多，不再列举，但从这些事情可以看出，我维修技术水平在不断的提高、完善，是吴江和诚这个环境孕育了我。

我相信吴江和诚只要有努力学习、积极上进的新人；有技术扎实的师傅；有先进网络技术的领导，团结拼搏，那么，一定能塑造出更多的我……。

——售后·刘思兵



真正的大气，  
不需要多么伟岸的身躯，  
它似仁者，  
山尖、峰顶、  
闭目、负手而立，  
竹海、松林，  
平气、舒眉跣跣。

真正的激情，  
不存在于一颗躁动的心，  
它似智者，  
钟情于流水间的动力，  
疾步在行云下的天地。

# 精神

别克，  
大气沉稳，  
激情进步。

别克，  
心静思远，志在千里！



# 怎样辨认配件的真假

买了汽车以后时不时买点零配件，或进厂维修那是家常便饭，可是一不留神遇到了假冒伪劣配件，吃亏的还是自己，不仅是经济上受损失，也为行车的安全埋下了隐患，而有的车主为了图价格上的相对的便宜，在选购或使用零配件的时候，“廉价”货也是有百弊而无一利的做法，作为一名汽车配件员给各位支上一招，在选购和使用配件是如何支持“正版”，反而进行防“盗版”。

1、看包装，原配件包装一般比较规范，统一标准规格，印字字迹清晰正规，应有产品名称、规格型号、数量、注册商标、厂名、厂址用电话号码等，有的厂家还在配件上打出自己的标记。

2、看外表，合格的零配件表面，印字或铸字及标记清晰正规，既有一定的精度，又有锃亮的光洁度，越是重要的零配件，精度越高，包装防锈防腐越严格，选购时若发现有锈蚀斑点或橡胶件龟裂，失去弹性，或轴颈表面有明显车刀纹路，应予退换。

3、看油漆。不法商人废旧配件经简单加工，如拆、装、拼、凑、刷漆等处理，再冒充“合格品”出售，拨开表面油漆后则能发现旧漆。

4、看工艺。低劣产品的外观有时虽然不错，但由于制作工艺差，容易出现裂纹、砂孔、夹渣、毛刺或碰伤。如汽车缸垫挤压变形，使用时容易引起密封不严而烧蚀，导致漏油、漏气和漏水等现象。

5、看“松动”。由两个或两个以上零件组合成的配件，零件之间通过压装、胶接或焊接成成，不允许有松动现象。

6、看装配记号。为保证配件的装配关系符合技术要求，一些正规零件表面刻有装配记号，比如正时齿轮记号，活塞顶部标记等装配标记用来保证机件正确安装，若无记号或记号模糊，则无法辨认，将给装配带来很大困难，甚至装错。

7、看缺漏。正规的总成部件必须齐全完好，才能保证顺利装车 and 正常运行，一些总成上的小零件漏装，可能是“水货”，容易给装车造成困难，甚至可能因个别小配件短缺，造成整个总成部件报废。

8、看防护层。为了便于保管，防止零件磕碰，零件出厂前都有防护层，如活塞销、轴瓦用石蜡保护，活塞缸套表面涂防锈并用包装纸包裹，气门、活塞等侵防锈油后用塑料袋。选购时若发现密封套破损，包装纸丢失，防锈油或石蜡流失，应予退换。

9、看证件。一些重要部件，特别是总成类，比如化油器，分电器，发电机等，出厂时一般都带有说明书、合格证以指导用户安装，使用和维护。

10、看规格。大多数汽车配件都有规定的型号和技术参数，如选购电器设备时，应注意检查与零件的电压、功率是否一致。

——配件·盛秋风

## 燃烧激情



去年的五月份到现在，整个车市处于低迷的状态，再加之新的品牌、新的车型层出不穷的推出。对于我们的销售工作就提出更高的要求，同时也要承受更大的压力。面对这种情况，勇者挑战困难；懦夫选择逃避、退怯。在同一条件下为何会出现两种不同的结果。我想原因大概是对工作是否有激情吧！

作为销售人员我们每天都要面对拒绝，那么如何去处理好拒绝，调整好自己的心态乃是关键。记得，我曾经在一次走商过程中，遇到这样一件事，在我面带微笑走进一家公司的大厅，递上名片和产品资料时，对方居然当着我们的面将资料撕掉，扔给我，对我大吼道“你给我出去”。想想那一刻感受，用言语真的是难以表达的，心情一下子差到极点，此后一段时间还患上了走商恐惧症。上班时间没精打采。在这种心态下，苦苦挣扎了许久，然而就在这时一张订单到来了，让我重新点燃了希望。或许就是因为有了这一次的遭遇使我更成熟起来，面对困难有一股勇往直前的力量！

因此也悟出了一个答案：生活需要热情，工作需要激情！

只有你工作有了激情，你才会充满动力，不畏困难，点燃你的激情吧，让激情充满你的血液，你的工作就会变成你的一项兴趣，在快乐中工作，让工作成就你的事业，创造美好的明天！

——销售·朱雷亭



### 二月份生日寿星

杨选斌 庞林妹  
郭钱亮 吴春官

在此总经理代表公司祝以上  
员工生日快乐!事业更上一层楼!

