

食品安全问题近几年被炒得沸沸扬扬，深得大众的关注。近日，爆料出皮鞋老酸奶、皮鞋胶囊，似乎皮鞋已经成为我们日常生活中“不可或缺”的重要食品原材料；几乎同时山西爆出知名饮料游离余氯超标；再远还有麦当劳销售过期食品、苏丹红、注水肉、三聚氰胺奶、污染桶装水等。虽然居民生活水平已有极大提高，但是每日入口的食品却不能够让人放心。

美国食品安全监管体系分为联邦、州和地区三个层次。三级监管机构采取专业人员进驻食品加工厂、饲养场等方式，从原料采集、生产、流通等各个环节进行全方位监管；并与之相配涵盖食品产业各环节的食品安全法律及产业标准，也有具体的法规。一旦被查出食品安全有问题，食品供应商和销售商将面临严厉的处罚和数目惊人的巨额罚款。

翻开我国食品安全法的法律责任篇章，粗略浏览得出的结论是经营问题食品最重刑罚不过几千至几万罚款以及吊销营业执照、行业禁入等。我国食品安全问题，任重而道远。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 案例

汽车企业服务品牌建设

- 汽车企业为什么要建立自己的服务品牌
- 如何建立汽车企业自己的服务品牌

■ 观点

浅谈我国校车的现状与未来（一）

- 目前我国校车发展存在的几点问题
- 国外校车的发展现状
- 对我国校车的几点启示

■ 简讯

2012年一季度EQC研讨会在京召开



Hot Words

- wolf-like animal : 疑似狼动物
- spirulina products : 螺旋藻产品
- overuse of antibiotics : 抗生素滥用
- world crude oil prices : 国际原油价格
- social welfare cemeteries : 公益性公墓



汽车企业服务品牌建设

关键词：汽车企业、服务品牌、建设

一、汽车企业为什么要建立自己的服务品牌

随着汽车市场竞争日益激烈，客户越来越重视4S店的服务水平，为进一步提升客户满意度，变被动服务为主动服务，减少客户流失，增加企业整体竞争力，汽车企业需要建立自己的服务品牌。

内部环境

- 厂家对客户满意度越来越重视；
- 前期已经开展的各种提升客户满意度的行动。



外部环境

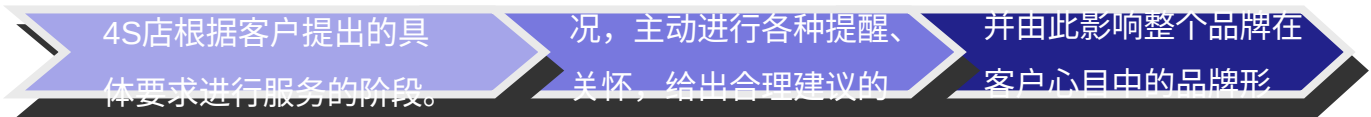
- 汽车市场竞争越来越激烈，客户越来越看重服务水平；
- 部分主流品牌已经开始建立独立的服务品牌，如上海通用“别克关怀”，上海大众“Techcare”。

为客户提供服务可以分为被动服务、主动服务、形成服务品牌三个阶段，目前大多数汽车企业处于变被动服务为主动服务的阶段，终极目标是形成独立的服务品牌，并由此影响整个品牌在客户心目中的品牌形象，提升整体品牌竞争力。

被动服务

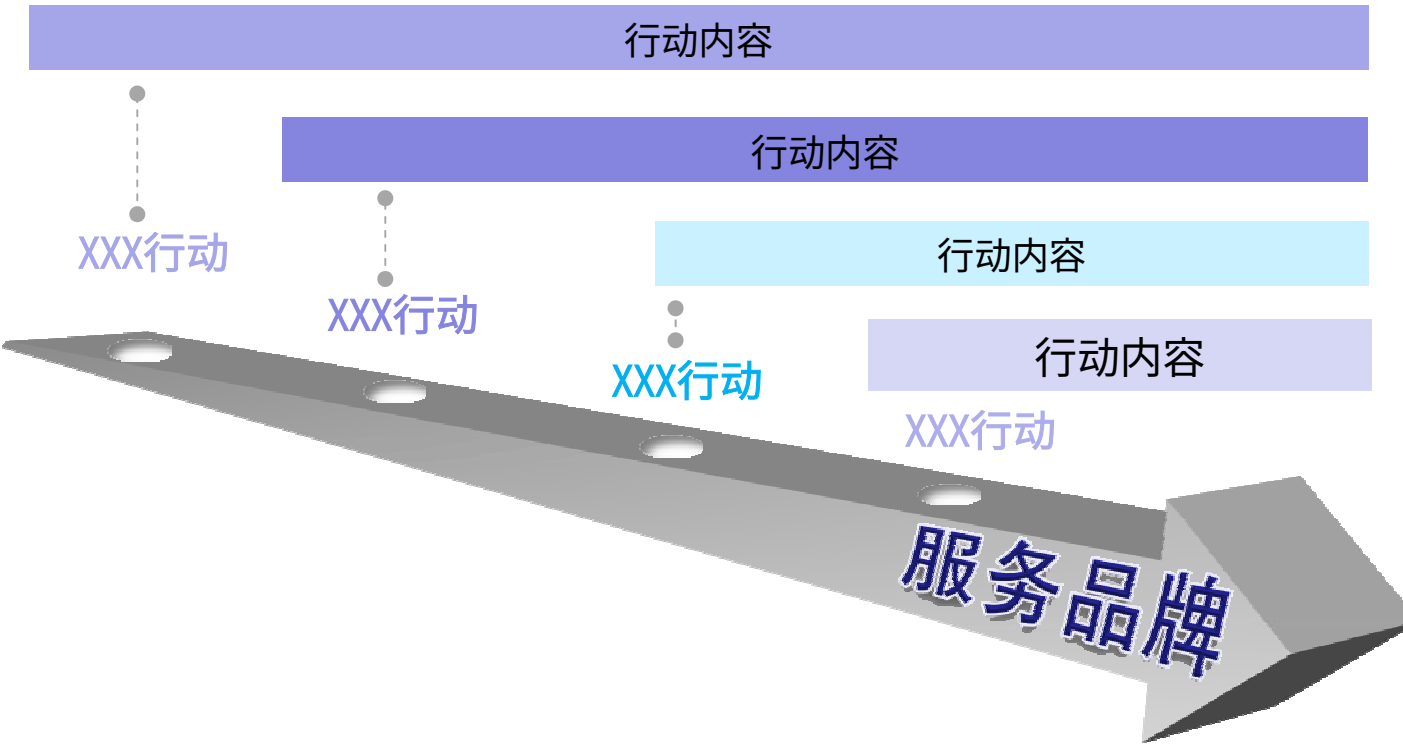
主动服

服务品



二、如何建立汽车企业自己的服务品牌

以前期已经开展的各种提升客户满意度的行动为基础，借鉴已经形成服务品牌企业的经验，汽车企业逐步建立起自己的服务品牌，提升整体品牌竞争力。



别克用10年的时间，打造了“别克关怀”这一独立的汽车服务品牌。

- 2002年11月：上海通用推出别克关怀（Buick Care）服务品牌；
- 2003年：推出“别克关怀”健康中心，将“免费健诊”活动纳入其中；
- 2004年11月：全国同步启动“菜单式保养”服务；
- 2004年12月：首家推出“星月服务”；
- 2007年2月：全面启动“客户经理制”，让满意更进一步；
- 2008年2月：发起别克关怀“橙丝带”行动，建立别克公益性活动平台；
- 2009年3月：将全年四次季节免费健诊升级成六次免费健诊；
- 2010年4月：推出用心打造的创新服务平台-360度全方位关怀，所有别克车主均有机会无偿享受精品服务；
- 2011年11月：别克关怀成立10周年。



• 更多信息，请联系：

王文利 专项研究事业部

Tel: (86 10) 67160390

Fax: (86 10) 67120669

E-mail: wangwenli@pamri.com

浅谈我国校车的现状与未来 (一)

关键词：校车，现状与未来

近年来，随着经济结构的调整，城镇化程度不断提高，一方面农村小学、初中被裁撤、合并，进而使多数孩子上学距离变远。另一方面，城市人口膨胀，交通拥堵问题逐渐突出，接送孩子除了是家长的负担外，对学校附近交通也造成较大压力。由于上述原因，导致校车需求日益增长。但是由于我国在校车发展与管理方面缺乏经验，特别是近两年来发生了多起恶性校车事故，引发了社会的广泛关注和孩子父母对安全的担忧。

一、目前我国校车发展存在的几点问题

从目前国内校车发展的实际情况来看，主要存在以下几个突出问题：

1) 相关法律法规不健全

现阶段，在校车问题上，国内没有专门的法律法规，只有2007年发布的《机动车运行安全技术条件》，2010年发布的《专用小学生校车安全技术条件》和《校车标识》。

2) 车辆不达标，专业校车少

不少地方的校车都以微客、普通公路客车和公交车辆等类型的车辆运营，甚至大量使用报废及翻新车辆，专用校车数量很少。这些车辆本身不是专门为运送学生而设计，从安全性能上来说，远远不能保护自我防护能力较弱的学生。各地“黑校车”超载现象及安全事故不断发生，安全的专业校车亟待推广。

3) 校车运营管理模式不统一

在校车管理上，教育、公安、交通等部门实行的是共同管理、共同负责，然而最大的弊端就是导致无人管理、无人负责。校车究竟隶属哪一个部门，在公安、教育、交通等部门没有明确的职权分工。

目前各地校车经营模式多种并存，主要有学校自营、政府购车学校经营、无政府补贴的营利性组织经营、有各政府补贴的营利型组织经营四种，其中学校自营和无政府补贴的营利性组织经营占的比例相对较大，但是各地情况也很不均衡。

4) 校车分布不平衡，超载现象普遍

校车市场在各地的差异化受到当地经济水平、政府政绩工程、区域交通特点等多种因素影响，如果在全国推广，各地响应的程度会有巨大差异。

存在数量严重不足的问题，尤其是在农村地区，超载现象无处不在。“34座的校车挤118名孩子”、“19个座位的客车搭载79名小学生和学前儿童”等报道随处可见。

二、国外校车的发展现状

1) 美国：客车设施卡车骨架

美国校车为醒目的黄色、卡车头加巴士车身，看上去结实又稳重。要求校车必须有“客车的设施，卡车的骨架”。

资金来源：美国中小学校车的资金，主要通过发行市政券筹集，同时各级政府财政对校车产业给予补贴，每年每个学生的校车补助为400多美元。

管理机构：在美国，国家、州以及当地政府共同管理着校车服务。联邦政府负责发布规范以及校车安全各方面的底线。偶尔，国会也会出台新的法律如《校车安全修正案》来影响整个产业，更为日常的控制来自于州政府层面。目前，有超过500部法律以及众多的要求被各州记录在册来管理校车产业的方方面面。通过联邦车辆安全标准，联邦政府控制着校车的制造，保证他们能够达到安全标准。而校车一旦上路，则由州的法律、规范来管理了。（未完待续）

2012年一季度EQC研讨会 在京召开

北京环亚市场研究社作为专业的汽车市场研究机构，拥有多年汽车渠道方面的研究经验，受神龙汽车有限公司委托，从2000年开始为东风雪铁龙开展EQC满意度调查，2006年起，环亚开始为东风雪铁龙和东风标致同时开展EQC满意度调查。

2012年1月，北京环亚正式启动双品牌新EQC调查，EQC调查从此进入了一个新的阶段。在3个月电话调查访问的基础上，2012年4月11日，东风雪铁龙及北京环亚市场研究社的相关人员在北京召开了新EQC研讨会，双方就新EQC一季度结果进行了深入的沟通研讨。



• 联系环亚：

Add：北京市崇文区广渠门南小街领行国际中心3号楼 1单元5层 100061

Tel: (86 10) 67120526/36 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: client@pamri.com