

■在一年前的福岛核电站事故中指挥不当

■导致核电站人员受伤以及严重后果

■日本前首相菅直人被刑事立案

# 瞎指挥 有罪

据日本媒体昨天报道,日本前首相菅直人前天被东京地方检察院刑事立案,原因是他在去年发生的福岛第一核电站核泄漏事故的处理中,由于“瞎指挥”导致1号反应堆氢气爆炸,致使多名核电站作业人员受伤以及严重后果。

报道称,日本大地震和核泄漏事故发生已经一年多,东京、福岛、金泽地方检察院昨日宣布接受5起灾民和市民团体的刑事诉讼。其中东京地方检察院立

案的有3起,除了起诉东京电力公司前董事长胜保恒久和国家原子能安全委员会委员长班目春树等26人之外,当时担任日本首相的菅直人和其他5名大臣等政府高官也遭到另案起诉。

指控菅直人的起诉书称,在福岛第一核电站1号反应堆发生核泄漏后,亲自指挥救急处理工作的菅直人和相关大臣没有采取必要的应急措施,导致氢气爆炸,致使在反应堆附近救险的多名

工作人员受伤。

东京地方检察院决定以“违反原子能等规制法罪”和“业务过失伤害罪”对前首相菅直人等进行立案侦查。而此前官方的日本国会核泄漏事故调查委员会和民间的调查委员会均认定菅直人在处理核泄漏事故中存在指挥不当的问题。

据《法制晚报》



## 小泽一郎: 当选后10年 废弃核电站

日本“国民生活第一”党领导人小泽一郎8月1日在党总部举行记者会,宣布该党主要政策,包括当选后10年内废弃所有核电站等。

70岁的小泽一郎今年7月与追随他的50名国会议员组建新党——“国民生活第一”党,他誓言将减少日本对核能的依赖。

针对日本首相野田佳彦近期关于日本需要核能的言论,小泽1日在新党总部记者会上表示,废弃核能是该党的3

项主要政策之一。“我们掌权后,计划关闭所有的核电站,并对日本的能源政策进行大胆改革。”他还指出,今年夏天截至目前并未出现停电现象,证明日本离开核能也可以正常运转。

小泽还宣布,新党的基本方针是打造全体国民在自立和共生的理念下珍惜生命,并能够安心、安全、安定地生活。他强调,新党将革新日本的社会框架,从根本上进行重构。

据《中国日报》

日本前首相菅直人



## 2012年 J.D.Power 中国售后服务满意度指数发布

# 广汽本田再次强势问鼎 CSI 第一名



### 再获第一 广汽本田 CSI 得分年年提升

J.D. Power 亚太公司中国售后服务满意度指数研究(CSI)已经进入第12个年头。这项研究通过五项衡量因子,即“服务质量”、“服务设施”、“服务后交车”、“服务顾问”和“服务启动”,确定总体售后服务满意度。总体满意度体现为指数得分,满分为1000分。

J.D. Power 亚太公司2012年中国售后服务满意度指数研究(CSI)显示,在连续六年保持稳定上升之后,2012年行业总体满意度是近年来首次出现下降。报告显示,2012年总体售后服务满意度指数得分为832分,而2011年的得分是833分。据分析,过去四年,中国市场新增将近4000万辆乘用车,满意度下降可能是因为服务水平无法跟上中国汽车销量的爆炸性增长。

但引人关注的是,广汽本田维持了高水平的售后服务满意度,得分还呈现逐年提升、稳中有进的趋势——从2009年的870分、2010年的874分、2011年的896分,再

到2012年的905分,充分显示广汽本田在售后服务领域不断感知顾客需求、坚持改善的不懈努力。广汽本田905分的成绩,超出行业平均水平(832分)73分,向整个行业雄证了广汽本田的卓越服务。

### 稳中有进 广汽本田继续引领中国售后服务

业内人士认为,广汽本田CSI得分年年提升并再次夺冠不是偶然,是广汽本田服务体系整体提升的必然结果,也是多年来广汽本田一直坚持以实现顾客“购买的喜悦”为出发点,不断完善售后服务体系的成果。

广汽本田售后服务理念始终贯穿于产品销售的整个过程,覆盖售前、售中、售后等环节中的各个方面。广汽本田希望通过在整个营销层面中提供完善的服务来维系品牌,促进用户再次购买,或是产品的转介绍。成立之初,广汽本田就坚持“三个喜悦”的经营理念,将客户“购买的喜悦”放在首位,也是国内首个导入以售后服务为中心,集整

7月30日,J.D. Power 亚太公司正式发布了2012年中国售后服务满意度指数研究(CSI)报告。报告显示,广汽本田以905分,超出行业平均分73分的优异成绩蝉联中国售后服务满意度第一名。在行业平均分下降的大背景下,广汽本田是J.D. Power 亚太公司在中国进行售后服务满意度指数调研以来第一次也是唯一一个能够取得超过900分成绩的汽车企业,再次树立售后服务领域的行业标杆。同时,这也是广汽本田继2009年以来第四次在J.D. Power 中国售后服务满意度调研中名列前两名,充分体现了消费者对广汽本田卓越服务的信赖和认可。

车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈四位一体的销售服务模式的汽车厂家。

近年来,随着汽车市场的迅猛发展,加上以北京、上海、广州为代表的一线城市开始陆续出台汽车限购政策,其他城市也开始酝酿出台类似限制性政策,消费者的汽车消费需求不仅只停留于产品购买的层面,同时更看重产品购买后所能得到的服务。在这种大环境下,广汽本田始终坚持围绕“提高客户满意度”来建设和完善售后服务管理体系。以“亲、速、确、安”为服务口号,强化以售后服务为核心的四位一体销售服务模式,为消费者提供高品质、高价值感的汽车产品,也为消费者提供更加周到和细致的售后服务。

为了切实提升服务水平,让用户能够用的放心、舒心,广汽本田本着“三现(现场、现物、现实)主义”,对特约店进行现场指导和培训,对特约店反映的售后服务工作中的重难点项目进行联合攻关,对用户到店接待的每个环节和流程进行针对性的改善。广汽本田通过组建专家组,对重点城市的特约店开展强化管理和现场改善指导、制定有力的激励措施和严格的考核标准等多项措施,促进特约店售后服务水平的提升。广汽本田还通过引入第三方调查机构、举办用户座谈会等举措深入了解自身的不足和市场最新动态。作为中国汽车售

后服务领域的开创者与引领者,广汽本田多年来带动了整个行业服务水平的提升,并为国内汽车行业树立标杆。

2012年,广汽本田市场保有量已突破了250万辆。随着产能建设规划持续升级、双品牌战略渐入佳境、新能源产品计划全面启动,这对广汽本田售后服务管理体系提出更高要求。为此,广汽本田采取一系列针对性改善措施,以满足消费者在国内汽车市场高速增长下对售后服务要求同步增长的需求。如,对特约店电脑系统升级,简化预约程序改善服务流程,提升用户保养预约率;强化定期举办的顾客之声活动,有效挖掘顾客心声,并以此作为根据来完善工作流程及细节,降低顾客投诉率;加强对特约店管理,根据地域差异及各特约店面临的不同问题进行个性化指导;举办推广喜悦试驾活动及建设绿色特约店,加强与用户之间的互动、交流,提高用户认知,提升顾客对广汽本田售后服务的信赖度。不久前,“广汽本田第十届售后服务技术技能竞赛”总决赛在武汉圆满落幕,竞赛主题为“团体技能赛”,就是为进一步提升特约店规范服务的水平和团队合作的意识。

另一项统计显示,今年上半年,中国汽车市场只实现“微增长”,广汽本田1-6月份累计销量达176324台,同比增长14%,两倍于车市整体增速,售后服务成为广汽本田跑赢大市的关键。

广汽本田执行副总经理姚一鸣表示,广汽本田一直追求有质量的增长,不仅要实现销量的提升,在品质、服务等各个领域也要取得领先地位。无论上半年销量跑赢大市,还是J.D. Power 售后服务满意度再次夺冠,都是消费者对广汽本田努力的认可和鼓励。广汽本田将继续“稳中求进”,不冒进、不折腾、不懈怠,不以牺牲经营质量、服务质量换取短期的销量增长,而是将以更好的服务和更丰富的产品贡献社会,赢得顾客和社会的信赖,迎接广汽本田的“二次腾飞”。

