

在日常生活中车主们对“三分修，七分养”耳熟能详，却很少注意到是谁提出这样的养护理念。据了解，麦特集团的盖方总裁通过对全球养护理念的深入考察后，结合我国汽车保养和使用的现状，前瞻性地提出了此理念并于1997年将“威力狮”品牌引入中国，至今已有17年。“威力狮”在行业里有很多次第一，比如第一次提出汽车养护、综合汽车养护、绿色汽车养护的理念，第一次在中国提出深化保养的理念、全国首家获得交通部CCPC交通产品认证，全国唯一同时与八大主机厂OEM合作品牌等，在业内享有盛誉。针对汽车秋冬换季养护方面，“威力狮”会给出怎样的权威意见呢？本刊记者近日采访了麦特汽车服务股份有限公司威力狮事业部副总经理曹黎宁先生和北京威力狮技术支持曹东方先生，为大家讲解汽车换季养护需要注意的事项。



麦特汽车服务股份有限公司  
威力狮事业部副总经理曹黎宁

## “威力狮”支招换季养护

◆文/本刊记者 文二霞

### 换季养护注意事项

据曹东方介绍，换季养护主要注意以下事项：选用合适气候特点的机油；在更换新机油时发动机内部的清洗；根据车况选用适宜的汽车养护产品；给汽车的燃油系统的积炭进行一次清洗，使汽车在冬季启动时更加顺畅；在更换防冻液时，一定要把冷却系统清洗干净再加入新的防冻液，否则新的防冻液会被冷却系统内的污垢所污染，最好就是在换完防冻液后加一些保护剂或止漏剂，这样能使爱车更加安全的过冬。驾驶手动变速器车辆的车主，入冬之前选择好适宜气候状况的变速器油，对车身也要逐步保养如车身橡胶件和车锁车门铰链以及蓄电池桩头等。

汽修技师和车主在换季养护时的误区有：防冻液没有水垢不需要清洗、更换机油时没有必要加入清洗剂，认为靠重力自行泄油可以将发动机内的废旧机油放干净、燃油系统清洗拆下来比免拆清洗更有效、空调系统的清洗只有夏季才有必要，在冬季没有必要清洗、认为车身橡胶件和车锁及车门铰链没有养护的必要等。

冬季更换防冻液是所有汽车的使用者都知道的保养知识，关于无水防冻液，有些车主在认识方面存在一些误区，比如认为不必清洗。防冻液在长期使用后会逐渐失效，在失效后产生一种酸性的垢质，具有腐蚀性。它不是水垢，这样的污垢会对水循环

系统造成腐蚀，导致水箱、暖风水箱当中的一些重要零部件损坏。针对这个实际情况，“威力狮”研发的清洗产品，在更换防冻液之前清洗冷却系统，去除系统中的污垢，并在更换完防冻液后加入冷却系统保护剂，在冷却系统内部形成一个保护膜。防冻液最好每年更换一次，因为防冻液在一年四季当中要不断的经过高温和低温的变化，这种变化是影响防冻液衰变的一个原因，如果没有保护膜，防冻液在衰变过程当中所产生的酸性物质很容易对系统进行腐蚀，加入保护剂以后就能安全使用。

在美国，汽车发动机排在第二位的故障就是冷却系统故障，“威力狮”针对换季养护和车辆特点研发了冷启动改善剂和止漏保护剂，使用简单方便，降低维修费用，提高维修效率。

曹黎宁补充说：“止漏保护剂很神奇，我们做过一个模拟实验，比如找一个矿泉水瓶，捅一个大洞，水流的很快，把产品挤进去挤压立即就堵住了水流，而且它是植物性纤维，这些东西对车辆本身没有任何阻碍。再轻微的渗漏，也会逐渐扩大，当达到一定温度加入止漏保护剂之后，形成一定的保护膜，修补渗漏的，使车主安全使用。冷启动改善剂在冬季是一款非常好的产品。南方还不太明显，在北方温度到了一定程度，混合汽过浓或过稀、积炭又特严重的情况下汽车

容易出现耗油、怠速不稳等现象，这时要考虑喷油是否完善，节气门进气道是否关闭不严等问题。”

### 换季养护产品及功能

就换季养护特点而言，“威力狮”有润滑系统深化养护产品、燃油系统深化养护产品、冷却系统深化养护产品、手动变速器深化养护产品、空调系统深化养护产品、车身保护养护产品等。

润滑系统深化养护产品主要是清洗发动机内部油泥和金属屑，提升润滑油品质延长保养周期公里数，在发动机关键运行部位形成抗磨保护膜，降低发动机在冷启动状态下的磨损，消除冷启动时液气门顶杆产生的噪音，改善发动机汽缸的密封性使发动机在冬季冷车启动时容易启动。

燃油系统深化养护产品主要消除发动机内部(节气门、进气道、进气歧管、喷油嘴、活塞顶部)积炭，提升发动机的动力并降低燃油消耗，乳化燃油内的水分保证发动机正常工作，在电子汽油泵的内部形成保护膜延长电子汽油泵的使用寿命，使车辆在寒冷状态下启动更加顺利。

冷却系统深化养护产品主要清洗防冻液长时间使用所产生的酸性污垢，清洗完毕后在冷却系统中形成保护膜，防止防冻液在逐渐变质时对循环水道和主要零部件的腐

蚀,延长冷却系统的使用寿命,在冷却系统发生轻微渗漏的时候,对冷却系统具有一定止漏作用。

手动变速器深化养护产品具有以下功能:提高手动变速器油品质,在冬季凉车运行的时候使驾驶员在换挡时更加顺畅;在手动变速器内部齿轮的啮合面和同步器形成保护膜降低磨损,延长手动变速器的使用寿命;降低手动变速器使用时的噪音,使车辆行驶更加安静;恢复手动变速器各部有油封的橡胶弹性,杜绝漏油现象发生同时也提高手动变速器的密封性,延长更换变速器油的保养周期公里数。

空调系统深化养护产品清除空调系统中有机腐蚀物所造成异味,分解车内塑料零件在冬季开暖风时所释放出的甲醛,附着在风道内持续的对空气中的有害病菌进行清除,使冬季车厢内保持良好的空气质量。

车身保护养护产品对车身各部的橡胶零件(天窗滑轨、电动玻璃滑槽、雨刷片)进行保护使其在冬季寒冷的情况下,仍能保持优良的工作状态;对车身各部铰链和门锁形成抗腐蚀的润滑保护膜,避免车辆在冬季因为洗车或雨雪天气造成的门锁和车门被冻结的现象发生;可以在车辆线束的各链接点处形成保护膜避免有锈蚀产生使电信号的传导更加准确,避免因电阻过高造成线路自燃的情况发生;在蓄电池桩头形成保护膜,提高导电性防止蓄电池桩头被蓄电池液腐蚀。

曹黎宁说:“‘超市类产品’车主可以按照说明来操作,我们的产品好比‘处方药’,95%以上的产品,车主都不能自己来添加,因为会有操作技术上的安全隐患。每年大概仅有1%左右的车辆按照养护产品的操作说明来保养。我们也发出过说明,但技师们操作时很容易忽略这些说明。我们把二代设备改进,也跟此有关系,如果不按说明进行则无法进入下一步操作。”

## 面对雾霾须节能减排

当前,多省市重拳整治大气污染,对汽车尾气排放有所要求,在帮助汽车节能减排方面,“威力狮”有哪些对应的产品和举措?

曹黎宁表示,“威力狮”一直在致力于环保的概念,产品对节能减排都有很好的效果,只是针对性不同,有的是提升动力,有的是提高燃油值,有的侧重清洗效果,有的改变燃油状况等。比如针对油品不好,有专门的油品改善剂,提高燃烧充分性,提升燃油品质。17年来,产品一直很稳定,品质有保障,服务培训使用流程要求很高。

“威力狮”的燃油系统养护产品以及三元催化系统养护产品,就是针对降低汽车尾气排放,提高汽车的经济性的要求来研发的。首先“威力狮”的燃油系统养护产品是通过软化、分解、燃烧的方式对发动机内部的积炭进行清理,将发动机内部的积炭清洗干净可以使发动机的燃烧更加充分从而提高动力降低油耗。在针对劣质汽油所造成的污染上,汽油添加剂可以使劣质汽油能够在发动机内充分燃烧从而减少劣质汽油所造成的PM2.5排放污染。三元催化器的工作原理是靠三元催化器内部蜂窝状管道内的活性物质,来吸附发动机排放出的有害物质以达到净化排气的功能。但是三元催化器内的活性物质是比较容易失效的,原因是现在所使用的润滑油中的抗磨添加剂主要是由含磷和含硫化学物质组成,在发动机工作时它会因为高温而汽化并随着EGR再循环系统进入燃烧室从而进入三元催化器,磷和硫这两种化学物质长期的积累就会使三元催化器内的活性物质逐渐失效,从而使发动机排放超标。“威力狮”针对这一现象研发出了三元催化器深化养护产品,它能使三元催化器内部的活性物质在磷硫中毒的情况下,恢复活性物质功能,使发动机的尾气排放达到标准。

## 深化养护行业的发展

在谈到汽车深化养护行业发展的时候,曹黎宁认为深化养护行业的发展经历了以下四个阶段:

第一个阶段是从国外引进产品,因为国外的产品是相对成熟的,而且标准更严格、品质有保证。第二个阶段是有竞品的阶段,有了竞争产品,“威力狮”就把服务放

在首位,开始为4S店、技师、前台主管等做培训,让他们接受“三分修,七分养”的理念等,这是从技术层面做相关的服务,从某种程度上讲,竞争产品在推动“威力狮”的发展。第三个阶段,给合作伙伴分析利润点,帮助他们提高销量,比如“威力狮”提供市场季度报表、单车养护产值,养护产值对售后的明确率、单车着床率等概念。差异化程度比较强,需要差异化的服务,服务变成惯式,然后从项目上获得利润。第四个阶段是二代设备。行业里出现很多吸引人眼球的东西,多家企业在设备方面下工夫,曾起到一定作用,给车主的满意度较高。“威力狮”更追求精致和使用效果,高端而不是夸张,比如燃油系统就有了内窥镜设备,“威力狮”内部叫“先检测后保养”。这套设备具备了很多先进的理念,比如远程传输,跟前台之间可以做图片交换,通过无线传输,更直观地看到检测结果。从另外一个角度,“威力狮”还解决了合作伙伴的人员问题,因为4S店人员流失的也很厉害。

现在养护行业存在很多差异化的东西,应该把养护品牌、产品设备,消费者心理,帮助合作伙伴的一些解决问题的办法放到一起,“威力狮”在这方面很有优势。无论市场推广模式还是相关服务一直都把车主的利益放在第一位,同时考虑到合作伙伴的利润。

“我们苦心经营‘威力狮’17年,全身心地投入希望把这个市场做好,不只是拿来它盈利,尽管企业肯定要去赚钱和发展,但是我们把它当成一个事业在做。”

行业市场发展到一定阶段会达到一个相对平稳的状态,美国是经历了100多年的汽车发展,但是在中国实质上是近10年发展的比较快一些,2002年国内开始有了第一家4S店,从那时汽车保有量也开始翻番的猛增,在这种情况下,行业里的很多人对产品了解并不是很透彻,更不用说车主。企业要做的就是既要保证行业现有的一种发展状况,又要探求一个更好的发展模式,让终端车主真正的体会到养护产品的好处。■