

# 2014《汽车维修与保养》开年发布会

2014《汽车维修与保养》“开年发布会”开始啦!  
我们的编辑部、广告部、发行部、网络部的同事们一齐亮相,  
为您解答投稿、订阅以及合作的相关问题。

请问在你们杂志上发表的文章可以在网络数据库中查到吗?



桂江一(副主编): 恭祝广大读者, 万马奔腾  
耀乾坤, 策马扬鞭踏锦程!

《汽车维修与保养》杂志中的文章被汽车维修与保养网全文收录, 目前合作的数据库有CNKI中国期刊全文数据库、万方数据数字化期刊群、龙源期刊网、重庆维普资讯网、教育阅读网。通常网络登载时间会比纸刊滞后三个月。

我有一些问题想请教专家, 能帮我联系吗? 我可以和汽修专家见面交流吗?



胡凯溶(编辑): 当然可以。2014年我们加强了互动性, 无论是您想和专家交流维修技巧还是对一些文章有共鸣或者异议, 都可以联系我们, 我们非常乐于为您搭建沟通的桥梁。我们会在北京国际汽保展、Automechanika Shanghai上联合展会主办方举办一些同期活动和论坛, 届时将邀请一些业内知名专家到场, 欢迎广大读者来电、来函索取资料。

我在维修过程中进行一些总结, 可以指定某位专家点评我的维修思路吗?



高中伟(编辑): 我们的专家委员会有擅长各车型、各系统维修的行业专家, 而且在维修实例栏目中的每篇文章都请相关专家进行点评, 如果您需要指定某一位专家来点评, 只要在投稿时注明即可。

我既是《汽车维修与保养》的忠实读者, 也是一名积极向贵刊投稿的作者。作为读者, 我非常关心贵刊内容在2014年有哪些值得期待之处? 作为作者, 我想知道如何才能及时确认投稿已被录用?



马骏(执行副主编): 2014年, 《汽车维修与保养》将继续坚持“汽车后市场专业技术媒体”的定位, 精耕细作技术类栏目。在做精、做深技术类栏目的基础上, 我们还将推出密切关注后市场动态的新栏目, 对后市场上热点事件、焦点话题、亮点产品进行深度报道, 全面凸显我刊在后市场上的广泛影响力。

我们非常感谢您积极投稿, 也欢迎更多读者朋友积极加入作者队伍。请大家投稿时务必注明详细联系方式以便联系, 我们会在每月末对下月刊稿件进行初审, 您在投稿次月的中旬即可拨打010-68274259查询稿件录用情况。

我看到《故障一点通》栏目经常发表一些简短实用的故障案例, 我很喜欢。请问我能向这个栏目投稿吗?



文二霞(编辑): 如您所言, 《故障一点通》栏目的定位就是短小精悍、易于理解、常见实用。开办此栏目以来, 受到很多读者的欢迎。作者有来自本刊专家委员会的成员、行业专家及学者、维修企业的工作人员等。相信在您的工作中, 一定有很多的可写素材。我们感谢您对栏目的喜欢, 同时真诚欢迎您的来稿, 让这个栏目变成一个大家交流的平台。

我很喜欢看你们杂志上曾经连载过臧联防老师的《车身修复基础知识讲座》，但是为什么这个栏目2013年没有连载了？关于车身修复的内容我也略有心得，我想问你们这个栏目是只接受专家投稿吗？



彭蓉霞：臧联防老师的《车身修复基础知识讲座》的确受到了许多读者的喜爱。臧老师本人对此表示了感谢，同时他也解释因为自己在工作之余参与了教学资源库的编写，所以没有持续向杂志供稿。我们会在2014年把车身修复的栏目继续做下去，这个栏目并非仅仅刊登专家稿件，我们当然也热切地期盼能够收到普通读者的来稿。

贵刊作为技术类刊物，难免在版式上受限较多，阅读起来有“视觉疲惫”之感。新的一年，请问在版式方面是否考虑做一些大胆突破？



郭红章(美术编辑)：技术刊物通常会给大家留下版面呆板、色彩搭配不活跃等印象，这也是我在版式设计中一直重视并不断改进的重点。

新的一年，在排版设计工作中，除了延续我刊传统的模式和架构，还会在整体制作形式上增大图片比例、增加版面色彩、提高版式活跃度，充分考虑到色彩与空间的感受，让读者在刊物中看到不同质感、不同层次的版式效果。

我们这里在邮局订杂志不方便，还有其他订阅方式吗？



赵瑶(发行部)：除了在全国各地邮局订阅(邮发代号82-275)，还可以选择邮局或银行汇款至本杂志社，全年随时办理。通过邮局汇款至北京市海淀区复兴路65号电信实业大厦907室《汽车维修与保养》杂志社收(请在汇款单“附言栏”注明订阅的年份、期数及联系电话)邮编：10036。从银行汇款的话，我们的开户行为兴业银行长安支行，户名为北京《汽车维修与保养》杂志社，账号为321120100100117710，将汇款的客户存单与订阅的年份、期数、邮寄地址、收信人及联系电话一并传真至杂志社即可。此外，如您有支付宝的话，还可以在淘宝网上购买杂志。

怎样在淘宝上购买杂志？包邮吗？



高晶晶(发行部)：请您直接在淘宝网搜索店铺“汽车维修与保养”，周一至周五9:00-17:00可以直接咨询客服。在淘宝上购买杂志是包邮的，如果购买单本发挂刷，如果购买多本可以根据您的要求发中通或者宅急送快递。

你们是如何制定广告价格的？价格差异体现在什么地方？



张淑珍(广告部主任)：任何产品的定价机制都是一套综合体系，受到多种因素的限制和制约。简单来讲，我们坚持“成本最小化、客户利益最大化”的原则。我们的市场服务宗旨是“客户第一、价格第二，用服务赢取更长久的合作”。无论平面广告还是网络广告，广告价格因版位先后、版面大小及广告载体或宣传形式的不同而有所差异。考虑到客户不同宣传方案及财务预算，广告版面尺寸分为跨页、整版、半版、1/3版、1/6版、1/4(黑白)版等。通俗地说，广告位置显著、版面尺寸大，则广告收费高。另外，针对个别客户的特殊需求，我们将提供并制定综合性的宣传、推广方案。

什么产品适合在《汽车维修与保养》杂志上做广告宣传？



闫娜(客户经理)：只要您的目标市场针对汽车后市场、产品适合于维修企业使用，那就非常适合在我们杂志及网站(www.motorchina.com)上做广告宣传，进行市场推广。依据汽车后市场产品特点，我刊广告涉及的产品大致可分为以下类型：①汽车维修、检测、保养使用的设备、工具；②各种车辆使用的零部件、系统总成、轮胎部件；③车辆保养、养护使用的各类油液、制剂类；④改善车辆舒适度、提高驾乘感受的附加产品及系统；⑤针对维修厂经营管理及技术提升开发、编著的软件系统、培训课程、书籍资料等；⑥维修技术学校使用的教学、教具等等。

在企业品牌形象推广及技术、产品宣传方面，除了在杂志与官网上发布广告外，贵刊还有其他哪些形式？



臧宜(客户经理)：图文广告具有重点突出、清晰明了、简单易懂等特点，因此，在杂志及官网提供广告服务是我们为客户宣传品牌、推广技术的主要渠道。当然，新媒体时代，我们也非常重视通过杂志社官方微博、微信提供的信息发布服务。依据庞大而精确的目标数据库，我们还精准推送每月一期电子杂志。同时，我社举办的技术交流、行业评选等活动，在客户与汽修企业之间建立沟通渠道，为客户市场推广发挥了积极的促进作用。此外，我们还会对企业的重大事件及关键决策人物进行深度采访与报道，利用文字报道等形式全方位地促进企业的品牌宣传与产品推广。

可以在线看杂志吗？



徐广网(网站编辑)：可以的，我们的官网上专门有一个栏目“在线杂志”，可以看到杂志的电子版内容，近三期内的杂志目录都会随着杂志的出版及时更新到网上。M