

# 正原解码器

【专业创造完美】



**V-60**  
汽车故障诊断测试仪

**产品特点**

- 高性能工业级控制板(小型电脑)全面超越ARM平台
- 主机内置CAN测试芯片,无需购置CAN测试电缆
- USB快速升级方式,单次升级1分钟内即可完成
- 诊断车型覆盖几乎所有国产车系和主流欧美各车系
- 提供不断更新详细维修资料和特殊功能导航功能
- 特别增加专用仪特殊功能,可完成多种专用仪功能
- 随时储存测试汽车信息和维修数据
- 内置汽车专用英文辞典
- 豪华版特别增加柴油12V轨系统测试,同时可选配24伏柴油车专用软件,搭建集汽一体综合诊断仪

**六大功能模块 柴油汽油全面覆盖**

汽车诊断	钥匙匹配	保养灯归零
胎压监测	24V系统	12V系统

**正原解码器特殊功能测试**

30种车钥匙匹配,遥控器设定,密码读取,里程表改写,英汉辞典,节气门,保养灯归零,刹车片更换,上百种车型设定匹配操作说明及方法步骤。



售后服务网: <http://www.v-scanner.com>  
 正原网站: <http://www.zhenyuan.com>

**广州市正原电子科技有限公司**  
 GUANGZHOU ZHENYUAN ELECTRONIC TECH. CO., LTD

新址: 广州市科学城科珠路232号益民科技园3栋201号  
 电话: 020-32290246, 32290245 邮编: 510663  
 传真: 020-32290248 服务热线: 400-668-1711

### 王华: 独立售后市场缺乏维修信息

长期以来,主机厂在中国汽车工业中一直扮演着一家独大的角色,不仅严格控制着整车销售渠道,而且垄断着原厂件、汽车配件的流通渠道,封锁维修知识,从而倒逼消费者只能到4S店进行维修和服务。

“为什么中国很少有消费者为独立售后的产品或服务买单?因为独立售后市场缺乏维修信息。在某种程度上,信息的价值远高于配件本身的价值。”近日,法国马赛KEDGE商学院中国区主管王华表示,在中国的汽车维修信息主要由主机厂掌握,维修信息进不到售后领域,消费者对于售后维修的质量自然缺乏信心。在欧洲汽车领域内,除了欧洲法律对主机厂在售后市场的行为进行严格限定,欧洲汽车后市场的有序竞争还离不开代表不同利益方的各大组织,而中国却缺乏相关的组织。

### 颜景辉: 必须打破汽车配件环节的垄断

日前,中国汽车技术研究中心汽车产业政策研究室召集相关人士,呼吁打破厂家对汽车配件的绝对垄断地位,以解决汽车维修市场的混乱情况。北京北辰亚运村汽车市场副总经理颜景辉表示,“配件垄断已经持续了很多年,因为资源是由汽车厂商控制,经销商一直都没有话语权。但是随着经销商的生存压力不断增加,销售环节的利润不断收窄,经销商的竞争已经从交易环节延续到了后市场。为了以更好的服务和更低的价格吸引消费者,必须打破汽车配件这一环节的垄断。一次性放开配件市场肯定不行,还是需要循序渐进的过程。”

### 罗磊: 二手车税改将利于市场经营格局的调整

日前,从中国汽车流通协会获悉,协会向国家税务总局办公厅提交了《调整二手车交易增值税征收方式的建议报告》。根据报告,对二手车交易税,将由现行的按照交易金额的2%计征,调整为按照增值部分来计征,以此激发二手车经营企业的积极性。中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示,目前,我国二手车市场已进入了一个新的发展阶段,但由于国家政策法规不太完善、行业诚信自律意识相对缺失、交易信息不够透明等因素,制约了二手车市场的快速发展。“目前汽车流通协会已经和政府相关部门负责人商量过,二手车增值税税收改革方案将对我国的二手车市场起到经营格局调整和净化作用。”

### Martin: 承保利润下滑,考虑车险直销

“尽管目前国内车险承保利润率在收窄,但是中国车险仍有巨大的发展空间。”日前,美国第三大财险公司利宝保险首席执行官Martin表示,未来计划发展直销和网销渠道,在理赔服务方面投入更多的人力服务和技术培养,提高理赔服务质量。Martin坦言,“过去只能单独经营商业车险,对消费者来说必须分别去两家保险公司投保,很不方便。获得牌照后,经营交强险业务对于商业车险销售也有极大的带动作用。未来将考虑直销、网销等渠道直接进行车险销售,也考虑通过银保和联合业务的渠道进行销售。”

### 王栋: 汽车电商的重头戏在汽车后市场

酝酿多年的汽车电商始终无法“开花结果”,近日,国家信息中心经济咨询中心高级项目分析师王栋表示,这主要是汽车的商品属性造成的,汽车电商的市场切入点还是要放在性质和定位上。定位于独立的销售渠道,网络版、特殊纪念版、限量版等车型可以在电商渠道里单独发售;定位于现有渠道的补充,一些优惠政策可以让利给电商平台,就是价格更便宜,目的是取得整体销量的增长;对后市场,汽车垂直门户网站的电商平台优势最大,精准定位汽车的使用人群,可以主打服务、性价比和标准化。汽车后市场才是未来汽车电商的重头戏。M