汽车召回,好事还是坏事?

召回恰恰是车企负责任表现,国内消费者对此存在认识误区

从一辆新车诞生,到它退出市场,期间要经历三到四次小型改款,改款除了要提升外观和内饰的新鲜感外,其中一个重要的任务就是弥补设计缺陷,让消费者使用起来更放心。可以说,一辆由2万多个零件组成的汽车,100%合乎设计规范、质量保证100%完美几乎不可能,只有通过市场检验和反馈,才能逐步改进设计,因此车市才有了小改款和召回这一说。不过,在中国的汽车体系内,召回还存在不少问题。

现象一

中国召回率低于国外

截至2011年,我国已连续三年成为全球第一大市场,但我国汽车的召回率远低于美国、德国,并且跨国公司的召回往往没有中国市场。据相关统计,2009年美国新车销量1043万辆,召回量却达到1784万辆,远超新车销售量;而中国新车销量1364万辆,仅召回135万辆,不及前者的十分之一。国内召回率远远不及国外,是中国汽车质量太好了吗?

另一个需要说明的问题是,国际品牌全球化的召回中,往往会将中国市场排除在外,今年全球车市大规模的召回事件达30余次,而涉及中国车市的召回也只有6次。国际知名跨国车企在这个问题上的态度往往是"某某产品全球召回但不涉及中国",其理由也相当一致:"中国市场投放的该款汽车并没有使用相同的、存在缺陷的配件,因此不受此次召回影响。"然而,在大家接受度不高、制度不严谨的情况下,国际品牌对中国的召回心有余悸,担心召回影响品牌形象是主要原因。

现象二

自主品牌鲜见召回

2010年,中国汽车市场的召回案例为95例,而自主品牌乘用车企的案例仅为2例,分别是东南汽车召回部分菱悦,以及奇瑞汽车召回部分瑞麒X1;2011年,中国汽车市场的召回案例为71例,而自主品牌乘用车企的案例同样仅为2例,分别是上海汽车召回部分MG,以及长城汽车召回部分炫丽、腾翼C30轿车。

今年,长城和东南因燃油泵和燃油管的问题,分别召回部分哈弗H6和V3菱悦车型;吉利召回部分金刚、金鹰轿车。总体来看,自主乘用车企在所有召回案例中所占的比例不到5%,与合资品牌以及进口车品牌召回案例相比,数量极少。

现象三

进口车召回率大于合资车

越是质量好、价格高的品牌和车型,召回的频率越高,而越是便宜的车型召回率越低。在世界汽车召回史上,还从未有销量超过50万辆却没召回过的汽车,而我们那些"神奇街车"却创下了世界汽车史上销售过百万却零召回的纪录。

我国的召回还呈现一个特点,就进口车召回比例远大于合资车,可以说,在合资品牌中,一些在中国畅销多年、普及率极高的车型,虽然很多销量都过了200万辆,但从未有过召回,这是一种"不正常的奇迹"。

据数据统计,2010年中国进口汽车约70万辆,在全年1806万辆的总销量中,只占不到4%,但在汽车召回中,进口车在召回次数上却占了多数,在2010年全部123次召回中,有85次是进口车的召回,占全部召回次数的69%,这似乎在说明一个问题,越是质量好、价格高的品牌和车型,召回的频率越高,越是便宜的车型召回率越低。

"归根结底还是意识和制度的问题,在新的管理规定实施之后,合资车企和自主品牌首先需要克服召回恐惧症的心理,增强自觉性。"汽车行业研究员申远表示,在召回的初期,中国国产车将面临因此而带来的经济损失,产品质量、企业品牌可能会受到质疑,短期内还要面临销售量的下降,但从长远角度来看,今天的召回必然会造就明天的收益,这是汽车制造行业和制度的进步。

现象四

对召回存在的误区

关于国产车召回,我们前面说过,意识问题是关键,我们经常会听到身边的人这样说:"××牌的汽车又召回了,看来质量真是不行。"甚至很多人因为没买召回车而庆幸,实际上真是如此吗?

自打2004年我国实施汽车召回制度以来,几乎所有合资品牌、豪华品牌都在中国市场进行过召回,其中既有上海通用、长安福特、一汽丰田、广汽本田等大多数合资品牌,也有奔驰、宝马、奥迪、沃尔沃等几乎全部豪华品牌,可以说,召回对中国消费者来说并不稀奇。

但我们可以以2010年丰田大规模召回事件为例,对比中美两国对召回事件的不同认知。当时中国众多媒体都发文质疑丰田的质量问题,甚至认为日本企业的"质量神话"就此终结,而在消费者中,很多买了丰田汽车的都人心惶惶,没买的则感到庆幸。

相比之下,丰田的道歉和对今后汽车安全的保证,却获得了大多数美国大众的接受。有民调显示,认为丰田比其他汽车更不安全的只有22%,大部分美国人依然认为丰田和其他汽车一样安全,甚至更安全。

在骨子里,我们认为召回并不是好事儿,但作为上万个零件组成的汽车,召回恰恰是车企负责任的表现。中国消费者对"汽车召回"的误解,也让汽车品牌患上"召回恐惧症",对于那些敢于主动实施汽车召回的汽车品牌,消费者应该给予鼓励和支持,走出召回的误区,能帮助国内的汽车召回和汽车产业更快地发展。

(宗和)

相关链接:

近期被召回车辆

梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司召回部分进口E200/E260/E350轿车

召回时间:2012年11月28日起

涉及数量:在中国大陆地区共涉及922台

车型:2012年4月2日至2012年6月29日生产的进口2012年款梅赛德斯-奔驰两门E200轿跑车/E260轿跑车/E350轿跑车

因供应商制造原因,受召回影响车辆的右侧车窗气囊展开时,气囊缝合处可能发生破裂,不能对车辆乘员提供充分的保护,将会增加特定情况下乘员在碰撞中受伤的风险。梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司将对所有涉及车辆实施召回,免费更换车辆的右侧车窗气囊。库存车辆将在消除该缺陷后再销售。

广汽丰田召回部分国产凯美瑞、凯美瑞混合动力、雅力士、汉兰达

召回时间:2012-11-01至2013-10-31

涉及数量:706816辆

车型:(1)广汽丰田2006年5月15日-2010年4月30日生产的凯美瑞轿车、2010年3月8日-2010年4月30日生产的凯美瑞混合动力轿车、2008年5月15日-2010年4月30日生产的雅力士轿车、2009年5月26日-2010年4月30日生产的汉兰达多用途乘用车。

(2)天津一汽丰田2008年2月18日至2010年5月31日生产的威驰轿车、2007年4月4日至2010年5月31日生产的卡罗拉轿车和2009年2月6日至2010年5月31日生产的RAV4多用途乘用车。

(3)丰田汽车(中国)投资有限公司进口的2005年7月21日至2008年11月28日生产的RAV4和2007年2月26日至2009年1月29日生产的HIGHLANDER车辆

缺陷情况:由于驾驶座车门的电动车窗主控开关按钮可能会发生卡滞。

可能后果:电动车窗主控开关按钮可能会发生卡滞,继续使用可能导致车窗玻璃不能正常升降,可能会引起主控开关内部的局部过热熔损。

浙江豪情汽车制造有限公司召回部分金刚、金鹰轿车

召回时间:2012-09-29至2013-09-28

涉及数量:55018辆

车型:豪情、金刚、金鹰 2009-2011款

缺陷情况:部分金刚、金鹰轿车因燃油箱与车身安装尺寸存在偏差,燃油泵回油管与检视盖板距离偏小,可能导致燃油泵回油管与检视盖板干涉。

维修措施:浙江豪情汽车制造有限公司将免费对召回涉及车辆更换改进后检视盖板,以消除安全隐患。

东营泰和长安欧诺周末试驾会圆满落幕

10月末的东营东城银座购物广场迎来了一位新朋友,全新1.5L长安欧诺升级版盛大亮相,性能升级之后欧诺1.5LVVT凭借澎湃动力,超越同级的车身与空间以及内蕴十足的精美配置,再次成为人们关注的焦点。

在厂家的大力支持下,东营泰和汽车4S店作为长安欧诺的经销商,举行了一场"欧诺1.5VVT快乐周末试驾会"的体验活动,活动分为静态展示、趣味互动、体验车型和现场抽奖4个环节。此次活动,长安汽车特别邀请了部分欧诺车主、准车主以及东营主流媒体的朋友到场参加,随机将客户分为8队,游戏中除了考验参赛者的驾驶技巧外,更通过一系列的小游戏,让大家深入体验了长安欧诺在空间、操控性能等各方面的优势,欧诺空间大,操控灵活,舒适平稳的特性在游戏中得到了淋漓精致的表现。

活动现场各队你来我往、互相竞争,气氛相当热烈。

雪佛兰"心回Malibu"美国加州驾享之旅收官

近日,雪佛兰"心回Malibu"美国加州驾享之旅顺利结束。此次"心回Malibu"驾享之旅始于美国加州旧金山市,沿世界最美的海滨公路之一美国加州1号公路前行,全程约768公里,最终在拥有超过40公里优美海滩的Malibu市结束。来自雪佛兰"心回Malibu"挑战赛全国总决赛的11位胜出者、迈锐宝首批21位幸运车主和部分媒体共同参与了这次公路驾享之旅和品牌体验。

上海通用汽车雪佛兰市场营销部部长吴冰表示:"雪佛兰"心回Malibu"活动旨在创造一个迈锐宝品牌及产品体验平台,让更多消费者有机会沿着美国加州1号高速公路边前进,边享受,回到迈锐宝品牌发源起点,体验驾享合一的产品本质,情迷Malibu!"

通过为期一周的"心回Malibu"加州驾享之旅,参与者驾驶雪佛兰迈锐宝近16小时,完成了对迈锐宝的深度驾驶体验:全程有太平洋与洛基山脉一路相伴,从世界跨海大桥建筑史上的经典传奇金门大桥到吸引全球游人聚集的度假胜地马里布海滩,在700多公里的长途驾驶中,充分感受迈锐宝的澎湃动力、即使在高速行驶依然可以轻松交流的深海静音工程、久坐不疲惫的OSCAR坐椅的舒适性,以及实践出真知的燃油经济性能。尤其在仅有90多英里却拥有200多处大小弯道的大苏尔,迈锐宝挥洒自如的动态舒适与精准转向获得了参与者的一致好评。来自天津的车主刘先生表示:"于我而言,此行不是简单地来到了旅游胜地Malibu海滩,而是心中那份回归本源、回到本真的诉求得以实现。"

活动过程中,除驾驶体验外,大家还试乘试驾了第一代及第二代迈锐宝老爷车,亲身感受了迈锐宝八代历史传承。更有来自通用汽车前瞻设计中心设计师们到场,与来自中国的团员们一同探讨了未来雪佛兰概念车的设计理念。

跨界"高富帅" 天语SX4引领跨界风标

网络热词"高富帅",一般是用来形容男人在身段、财富、相貌上完美无缺,这种男人被称为极品。车如人,每个爱车人士的心目中一定有辆"高富帅"版本的好车。长安铃木天语SX4集"高、富、帅"三大超强特质于一体,完美诠释了跨界车的超凡魅力。

作为国内首款"cross-over"跨界车型,天语SX4融合了轿车的舒适性以及SUV的高通过性,极大的满足了消费者一车多用的需求,始终走在跨界车发展的前沿。自2006年,首款天语SX4全球同步上市,便迈开了不断自我超越的步伐,2012年"新跨界精神先驱"天语SX4锐骑锋锐登场,再次巩固了天语SX4在跨界领域的标杆地位。无钥匙进入/启动系统,GPS智能导航系统、方向盘音响控制系统、全自动智能恒温空调等也一应俱全,令驾乘更舒适。