

都市车界·车市

召回制度规范让汽车行业更成熟

——自主品牌召回需要“正能量”

在中国,许多汽车企业都不愿提及召回。因为在国人心中,召回往往涉及到产品质量问题。但主动发布召回申请的企业,却远比明知产品有质量问题而隐瞒企业更有良知。3月16日,江淮汽车向国家质检总局提出申请,决定自2013年3月30日起,召回2008年11月15日至2011年12月31日生产的同悦轿车,涉及数量117072辆。在经历“3.15”之后,我们看到一个诚意的江淮。

国内汽车市场召回有待规范

据不完全统计,2012年,中国市场共召回缺陷汽车320.3万辆,占全年新车销量的17%,远低于国际市场平均水平。其中,自主品牌召回仅有数次。

在国际汽车市场上,汽车品牌召回已属家常便饭。相关数据显示,2011年美国新车销量1278万辆,召回汽车1450万辆;2010年新车销量1177万辆,召回1800万辆;2003年新车销量1697万辆,更是召回1950万辆,召回车辆都远高于当年新车销量。另外,在日本、加拿大、英国、澳大利亚等国家,每年都有众多汽车品牌进行召回。

而在国内市场,直到2004年,中国才正式实施汽车召回。但在施行的几年时间里,尽管召回次数和数量大幅增加,但同国际市场相比依旧存在很大差距。据不完全统计,2012年,中国汽车销量1930万辆,共实施汽车召回113次,召回缺陷汽车320.3万辆,同比增长75.3%,召回数量远低于全新新车销

量,仅占17%。

除了中国汽车工业起步较晚之外,消费者对召回的错误认知也让汽车厂家陷入两难境地。著名汽车分析师贾新光表示:“汽车召回数量的多少,与汽车质量的好坏并没有直接关系。一家企业敢于召回反而是一种负责任的表现。”召回的初衷是保护消费者权益,在让国内汽车召回成为常态的道路上,需要汽车厂家、经销商以及消费者多方面的配合。

“召回”是给车主的一份安心保障

在发布召回信息后,江淮汽车通过全国经销商主动联系客户。对召回范围内车辆予以免费检测,对已锈蚀的车辆,采取更换改进后的车身覆盖件的解决办法给予解决;对锈蚀严重的车辆,将免费更换改进后的车身;未锈蚀车辆给予防锈保护处理。

日前,江淮汽车根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划。决定自3月30日起,召回2008年11月15日至2011年12月31日生产的同悦



如今,以江淮汽车为代表的自主品牌,造车技艺已媲美合资品牌

轿车,涉及数量11.7万辆。

在召回信息发布后,江淮汽车通过全国经销商主动联系涉事客户,对召回范围内所有车辆进行免费检查并修复。昨日,笔者从济南金天易江淮4S店了解到,截至目前主动联系并登记客户200余名,修复车辆30余辆,在车辆交付时还额外给予车主合理补偿。

据悉,此次江淮召回信息的发布,主要是因为旗下同悦车型车身模具涂装工艺孔设置不合理,导致部分车辆车身侧围外板内腔表面涂装质量未达到工艺标准要求,长期行驶在潮湿环境下,部分车辆车身侧围外板处可能会出现锈蚀。但生锈部位是在车身的侧围外板,并未殃及决定整车安全的车身内板的骨架,所以对整车安全性能没有任何影响。

坚持自主创新,容忍过程失误,才能走向产业发展

“相比跨国车企动辄上百年的发展史而言,我们的民族汽车企业就像蹒跚学步的小孩子,我们既要鞭策,更要支持。”

“错了,就是错了,要敢于正视问题!作为处在成长中的民族汽车品牌,我们也曾经历过阵痛,但我们正在走向成熟。江淮汽车将更加专注于品质和技术,在自主创新与新技术应用方面,努力与世界先进水平接轨。在安全、造型、操控、经济性等方面不断升级,致力于为用户提供高性价比的汽车。”江淮汽车股份有限公司总经理项兴初告诉笔者,尽管民族汽车品牌面临来自跨国车企的不断挑战,但始终坚持自

主创新的江淮人坚信,自主品牌也能够生产出与合资品牌媲美的高质量汽车。

中国汽车工业起步较晚,自主品牌在前进的道路上无法避免跌倒。江淮同悦锈蚀并非是自主品牌问题的个案,但坚持自主创新让民族汽车企业技术含金量不断提升。以江淮同悦为例,由于江淮及时进行了工艺上的优化和改进,在2010年底以后生产的车辆上并不存在锈蚀问题。2013年,是江淮乘用车完成品类布局与品牌整合后的关键一年。历经49年发展、累积丰厚造车经验、世界先进的第三工厂,同时伴随着第二代全新产品发布,江淮在自主创新、自主发展方面迈上新台阶。

那么对于多年来肩负振兴民族汽车工业、坚持自主创新,以质量求生存、低调务实的江淮汽车,我们是否应该宽容对待?3月19日,在江淮瑞风S5上市活动上,中国汽车工业协会副会长兼秘书长董扬、中国机械工业联合会副会长张小虞表示:相比跨国车企动辄上百年的发展史而言,我们的民族汽车企业就像蹒跚学步的小孩子,我们既要鞭策,更要支持。

后记:给自主品牌一点时间

4月1日,愚人节。高傲的苹果终于给中国消费者致歉。在3.15晚上,与苹果一同推向台前的还有江淮同悦锈蚀事件。但在第二天,江淮

汽车就发布官方消息,致歉车主并对涉事车辆进行召回提供免费更换车身等措施。随后,3月19日,国家质检总局发布江淮召回部分同悦轿车的公告。同一天,在江淮瑞风S5全国上市现场,江淮汽车集团董事长、总裁安进带领江淮全体领导班子在200多家媒体面前,向所有涉事车主鞠躬致歉。江淮汽车官方微博里写道:“自主品牌不容易,购买自主品牌的车主更不容易。但今天,我们要让同悦车主维权变得容易。”

相比苹果而言,自主品牌江淮的诚意更足一些。

这一两年来,我们时常在讨论“中国汽车强国梦”,希望“中国制造”能奔跑在世界各地的道路上。但梦想不是虚幻与空洞,而是需要每一个人、每一个企业实实在在地追求去实现。这个梦想江淮在做、吉利在做、奇瑞在做、比亚迪同样在做,十多年来,我们欣喜地看到他们在梦想道路上取得长足进步。

当然,相比合资品牌而言,自主品牌造车技术的确存在一定差距。但自主品牌对于我们而言就像是自己的孩子,孩子调皮捣蛋可以教训他,但总不能扔了自己的孩子,然后把别家孩子抢来当亲生的养。就同悦这件事来看,我们不妨给江淮一点时间,给自主品牌一点时间。因为自主创新之路,才是中国汽车工业真正崛起与自强之路。(韩杰)

508车主证言

配置决定购买 购买选择远方

2011年7月10日,东风标致首款进军中高级车型市场的旗舰产品——东风标致508以非常有竞争力的价格闯入中高级车市场。它的外形设计获得了素有汽车设计界的奥斯卡之称的德国红点大奖,它智能化的丰富配置接近高档品牌C级车的标准,因此,它也格外地受消费者喜爱。济南的车主孙先生就对自己的爱车东风标致508赞赏有加。

“东风标致508一上市我就开始关注它了。”孙先生说。孙先生从事软件业,经过一段时间的努力,公司的发展蒸蒸日上。去年夏天,他琢

磨着给自己买一辆中高级轿车,既能家用,又能满足商务用途的需求。也许和职业有关,孙先生不是一个“头脑发热”的人,对508也不是“一见倾心”就下订单的。相反,他比大多数购车者更加理性。

孙先生2002年就拿到了驾照,10年来,德系、美系在国内销售的大多数车他都开过。去年选择车型的时候,他认真地比较过帕萨特、君越、迈腾等与508同级别的车型。“在远方泰通标致的4S店里,我看到了508的解剖车,它高强度的钢板材质,还有安全舱式的立体防撞设计,让我感觉特



别放心。”其实,508吸引孙先生的远不止它的安全性,越级的行政配置最终让

孙先生决定购买。508上市一年来,光临远方泰通成功购车的车主,无

一例外地喜欢508的这些配置。比如,平视显示系统,既保证了行车安全,又提升了感官享受;四区智能独立控制空调、电动可调舒适驾驶座、后排公务舱座椅系统以及三面电动式私密遮阳帘,将驾乘变得简单、轻松,同时又可舒缓工作与生活所带来的压力。与商务用途相匹配,508还有一系列高科技配置:infoDrive系统集成控制旋钮、i-Start一键启动系统以及智能旋钮控制多功能方向盘等。

最终,孙先生将一款珠光白的508顶配车型2.3L AT旗舰版开回了家。没有“赶时

髦”地选择市场上流行的涡轮增压车型,孙先生有自己的解释。他说,带“T”的车型,发动机的损耗也大,而在济南的城市道路,日常使用,508的2.3L排量足够了。

工作中的孙先生严谨认真,生活中的他却富有激情,而且还有一定的艺术鉴赏力。在济南举办的一些艺术展和演出的一些小剧场,孙先生也时常光临。因此,他也特别认同标致“严谨与激情”的品牌口号。同时也对远方泰通的专业细致的服务赞赏有加。他说:“买标致选远方泰通真没错。”(杨钊)

广汇山东鸿发

广汇山东鸿发 五店联动 12345 底价计划

雪佛兰 1万包牌

销售热线: 82787000

MG 2万包牌

销售热线: 82061111

广本 3万包牌

销售热线: 82777776

荣威 4万包牌

销售热线: 82791111

别克 5万包牌

销售热线: 82788788



CGA广汇汽车—中国最大乘用车销售服务商

广汇山东鸿发展位: 车展正门入口右侧