

东风日产销量增长背后 产品再陷“质量门”

本报实习记者 梁德明
记者 童海华 广州报道

6月5日,日产汽车公司通过官方途径公布了其在2018年5

车主反映变速箱异响大、提速难

“我的车才跑了1万多公里,像是跑了超过10万公里的车一样,跑起来没有一点劲,跑着跑着偶尔还会失去动力。”李先生如是说。

据了解,李先生的2016款1.6L酷动版骐达是在2017年7月购入的,后来发现车子在高速状态下很难继续提升速度。据了解,李先生的车辆在行驶过程中还伴有较大噪音,天冷的时候尤其明显。

无独有偶,在2017年6月购入智享版新轩逸的车主郭先生在2018年春节回乡时发现车子偶尔出现提不了速的情况。“车子声音变得很大,踩油门会有呜呜的声音,速度怎么都上不去90公里/小时。”郭先生提到,这种问题是间歇性的,试车也很难试出来,一般要在高速上开2小时左右才会出现,速度较难升至90公里/小时的情况会持续半小时左右。

随后,郭先生两次到4S店进行检查,但是工作人员表示是变速箱过热保护,检查结果没有出现故障码,让郭先生驾驶一段时间后再看看具体情况。对于车子变速箱的情况,郭先生表示了他的顾虑。“平时在市区驾驶没影响,但是长途会受到影响。问题肯定是存在的,目前要开到有故障灯亮再找4S店,就怕过了保修期才亮灯,到时要自掏腰包3万多块钱换变速箱。”郭先生还透露,自己也了解到有几个车主因为变速箱提速困难的问题去4S店检查,最后均因为没有查出故障码而没有得到处理。

月中国区销售业绩,其中,东风日产5月销售95537辆,同比增长了16%。

从日产汽车公司的官方数据来看,2018年以来,东风日产的销

量均取得了较好的增长。不过,车型销量不断增长的同时,东风日产旗下车型的产品质量问题也正不断被车主曝出。

对于车子出现的问题,朱女士也多次和4S店进行交涉。朱女士表示,自己因为变速箱异响的问题和4S店沟通了很多次,4S店最终回复是有声音但是不代表车子不能开。“4S店的人反馈说,只要是使用了这一款CVT变速箱的车子都会有异响,只是声音大小的问题。”由于在4S店试驾和车辆刚购入时都未出现过异响,朱女士对4S店进行了追问,4S店回复朱小姐表示,这些车辆驾驶时间久了都会出现异响,只是新车刚开始不明显而已。

事实上,记者还从车质网投诉平台上发现,2018年5月,关于东风日产骐达车型变速箱的投诉为22宗,关于轩逸车型变速箱的投诉为12宗。从中国消费者协会发布的2017年度全国消协组织受理汽车产品投诉情况分析,东风日产被投诉601次,排名第五。

2018年4月,记者还曾对车主反映的疑似机油乳化现象进行报道,彼时多位车主反映其购买的劲客车型出现疑似机油乳化的现象。东风日产曾回应称,劲客车型机油加注口盖位置及机油标尺出现的是白色泡沫现象,并非机油变质产生,非“机油乳化”问题,只有极少数车主反映劲客车型出现这种白色泡沫现象。

对于东风日产大量投诉的现象,中国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,大量投诉或与销量的高基数有关,也和使用群体的高使用频率相关。“普通私家车的的使用频率相对较低,而东风日产部分车型若被使用为网约车,使用频率会高得多,故障频率也因此偏高。”

车主李先生表示,他所购买的

东风日产及4S店做法遭质疑

随后,朱女士从网上搜索和周围车友中了解到,有不少车友的车子都出现变速箱异响的问题。4S店给朱女士透露,车子的情况没办法修好,是由于这款CVT变速箱的结构造成的。“4S店还给我发过一个邮件截图,表示里面是东风日产总公司的回复,提到这个结构的变速箱全部都有这个问题。”朱女士还提到,她认识的一位车友曾经两次更换变速箱,最后问题依然没有得到解决。

对于厂家和4S店的做法,朱女士表示不满意。在朱女士看来,厂家和4S店在发现问题之后没有及时进行解决,而且关于变速箱异响等问题持续了较长时间,也涉及较多车型。“在我车子问题解决的过程中,我发现厂家和4S店的态度和做法非常糟糕,多次耍赖不认账。”据了解,朱女士曾因车辆发动机的问

销量与质量如何平衡?

5月14日,日产汽车公布了其2017财年(2017年4月1日~2018年3月31日)财报。其中,日产总收入较上一财年同比增长2%至1195亿日元,同比下降22.6%;营业利润率下降15个百分点,至48%。不过在国内外,日产2017年(只公布自然年销量)销量增长达122%,共售出152万台新车,占国内市场份额的5.6%。

张志勇认为,中国现在已经成为日产核心市场之一。与此同时,张志勇表示,目前几乎没有跨国公司不把中国市场定位成一个重要

的市场。“中国市场的地位不容忽视,就算不是第一也是第二。”

从东风日产2018年以来的销售情况来看,企业依旧能以较平稳的速度发展。官方数据显示,2018年1-5月销售总计429832台,同比增长10.0%。

此外,2018年5月,日产轩逸系列销售38526台,同比增长20.4%;奇骏销售17917台,同比增长29.4%;天籁销售10203台,同比增长14.4%;楼兰销售2548台,同比增长30.4%;逍客销售11483台,销量与去

年同期相比略有下降。日产SUV车型的整体销量(包括楼兰、奇骏、逍客、Kicks劲客和日产途达)为36941台,较去年同期增长30.9%。

崔东树认为,东风日产在销量上的表现,主要得益于较为全面的产品线布局。张志勇表示,东风日产的产品线布局较为丰富,一开始日产引进中国市场的产品也较其他同类企业要多,在数量上首先占据优势,销量能得到较大保证。

此外,张志勇也提到,东风日产的表现一部分源于日系车传统,

者致函东风日产。对方回复表示,对于车主所反映的问题,建议车主尽早与东风日产授权专营店取得联系,到店检测判断车辆是否存在异常。

就车主反映变速箱异响、提速困难的情况,《中国经营报》记

题对东风日产进行了起诉,2018年年初判决结果为朱女士胜诉。

此外,2018年2月,东风日产因部分车辆存在刹车系统缺陷而发起了召回计划。在召回发起20多天后,记者发现,几大汽车质量投诉网站上陆续出现关于召回维修方案的质疑,并作出相关报道。

截至目前,某汽车质量投诉平台上,仍有24名轩逸车主投诉认为召回方案不合理,也有车主向记者表示了他们的顾虑和质疑。李先生提到,关于刹车总泵的召回只是喷了些油,认为喷过之后刹车反而没有之前好用。

车主涂先生的车辆在召回计划中,他在召回开始2~3个月后才收到短信通知。4S店让涂先生把车开过去,工作人员核对了车架号后便为其车辆开前盖加硅油。“前后总共也就2~3分钟,出

现故障的车子配件需要更换,说明是有问题的,至少存在问题隐患。而只为没故障的车子加注硅油,谁能保证可以解决配件的隐患,即使暂时有效,可以保证效用多久。制动系统,可是事关人命。”涂先生如是说。

对于召回计划,东风日产回应称,喷涂硅油的方法已经过公司严格的技术论证和耐久实验,判断方法切实有效。后续使用如果出现了问题,也建议车主及时到店检查,确保安全用车。

汽车行业资深评论员张志勇表示,“召回计划规定,必须对同一批次做同样处理。如果有车主的车辆零件与发生故障的车辆零件是同一批次,而召回后没有对其进行相同处理,那是有问题的;如果两种零件根本不是同一批次,可能来源于不同的供应商,情况就可能不一样了。”

其生产方式、管理方式也较为突出,同时能保证产品较为可靠,日系车在中国消费者中的印象较好,可靠性也较强,对东风日产本身的发展而言是一种保障。“在整个合资公司阵营中,东风日产算是居于第一、第二阵营中。”

面对东风日产较为平稳的发展,车主投诉是否只是企业发展过程中的小插曲?东风日产如何看待车主对产品的投诉情况?对此,东风日产表示,会始终关注用户的需求和反馈。

Eclipse Cross 公布中文名“奕歌” 广汽三菱“激活”品牌年轻化

6月6日,2018重庆国际汽车工业展在重庆国际中心盛大开幕。本次参展的重量级车企之一——广汽三菱公布了三菱汽车的全球战略车型Eclipse Cross中文名“奕歌”,也携欧蓝德、劲炫、帕杰罗、祺智

年轻态、自信体

“奕歌”引领广汽三菱品牌全面焕新

“奕歌,‘奕’,代表光明、新生。‘歌’,是对生活的表达。奕歌,寓意人生如奕,纵情高歌。”重庆车展现场,广汽三菱执行副总经理张跃赛先生发布了Eclipse Cross的中文名称,表达对消费者的美好祝愿。

车如其名,奕歌自春季发布以来,关注度就呈现一路昂扬向上的势头,成为年轻消费者大力追捧的车型之一。作为一款专为年轻消费者量身定做的全新SUV,奕歌完美呈现了“激活”的品牌主张。这与“85后”“90后”等新生力量追求打破、不断超越的生活理念不谋而合,传递出品牌自信、乐观和向上的生活态度。

凭借极具个性的前瞻造型

全车系高调亮相,不仅展现了企业“激活”的品牌主张、积极向上的企业活力,也让“奕歌”这款年轻化、智能化的车型正式进入上市倒计时,有望成为广汽三菱继欧蓝德后的又一爆款车型。

设计和主流适用的专业级硬实力,奕歌也吸引了众多达人、消费新秀为其站台。活动现场,拥有庞大年轻粉丝的运动达人Jessie兴奋评价:“奕歌是一款非常年轻感动的车,它全新的造型设计、倡导的价值主张和我个人的价值观非常契合,希望有更多追求全新汽车生活方式的年轻人能够喜欢。”

作为雷诺-日产-三菱联盟首款全球战略车型、三菱汽车新百年首款全球战略车型,以及广汽三菱首款全球同步上市的战略车型,“奕歌”的面市也将赋予广汽三菱更多年轻、时尚基因,开启品牌年轻化的全新局面,为企业实现2020年产销30万的目标强势赋能。



广汽三菱执行副总经理 张跃赛 宣布 Eclipse Cross 中文名为“奕歌”

自信源于实力 “奕歌”实力演绎别具一格

在这个汽车也看脸的时代,高颜值是奕歌给人的第一印象,也是奕歌的核心竞争力之一。凭借抢眼外观和独特气质,奕歌早在今年4月已将美国芝加哥优良设计大奖收入囊中。这个奖项是全球最为知名、历史悠久的国际设计大奖之一。据了解,奕歌由日本知名设计大师国本恒博领衔设计,在外观、内饰、色彩、配置等方面都极力契合其“无限动感、无限挑战”的设计理念,营造出更加高辨识度的外观。

前脸部分,奕歌采用了三菱汽车最新家族式“Dynamic shield”设计语言,同色的保险杠

与大面积镀铬格栅相得益彰,提升了整车立体感和视觉冲击力。同时,和欧蓝德师出同门的远近光一体LED大灯设计,也令大灯轮廓犹如刀锋般犀利,风格更加年轻化。

带有三菱汽车前沿设计基因的奕歌,侧身腰线设计也非常动感时尚。特有的俯冲式腰线及外轮廓造型、车身多处耐人寻味的线条棱角设计,以及从前门底部延伸至后轮眉的曲线线条,无不在提醒着人们这辆车的个性和活力。

此外,轮毂及尾灯的造型设计也凸显了奕歌在细节方面的独到之处。轮毂中轮拱以及

侧裙处的黑色运动套件安排非常醒目,显示出一丝野性的运动范儿,而横贯式的尾灯设计,将整块尾窗玻璃一分为二,更增添了几分独特的尊贵感。

不止于看得见的魅力,奕歌作为广汽三菱的战略级车型,自然也继承了SUV的强大品质。在S-AWC(Super Auto Wheel Control)超级全轮控制系统加持下,奕歌能适应各式路况,兼顾通过性和操控性,给驾驶员提供更多的驾驶乐趣。早前,在E-NCAP(欧洲新车安全评鉴协会)公布的2017年第五批最新碰撞成绩中,Eclipse Cross凭借过硬的产品品质获

得5星的优异成绩,强力认证自身的高安全性能,赢得权威媒体认可。品质同源,技术同本,奕歌在广汽三菱安全安心的品质打造下,安全实力也将在SUV市场再树标杆。

作为三菱汽车新百年首款全球战略车型的奕歌,随着在重庆车展首发中文名,其国产化的序幕正式拉开,消费者的期待也再度被点燃。广汽三菱也通过激活品牌主张,彰显了其青春蓬勃、昂扬向上的车企态度,相信奕歌的出现将为品牌注入更多的活力基因,以更年轻化、智能化的优质汽车产品满足市场更多消费者的期待。

