

因发动机存起火隐患

一汽-大众奥迪召回逾7万辆车

本报记者 陈茂利 童海华 北京报道

2019年1月,一汽-大众奥迪1月实现销量63888辆,同比增长5.3%。喜迎“开门红”,并创下历史同期最佳1月销售纪录。

但值得关注的是,销量“开门

红”的背后,一汽-大众奥迪部分车型却质量存忧。2月27日,一汽-大众根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求,向国家市场监督管理总局备案了召回计划,将自2019年4月

4日起,召回部分装备V6-TFSI发动机的进口和国产奥迪汽车,共计7万余辆。

该召回计划称,本次召回范围内的车辆,由于在供应商制造过程中发动机机壳油轨零件的塑料焊接工艺不稳定,存在安全隐患。

除了召回中的问题,《中国经营报》记者关注到,数十位车主在车质网上投诉,奥迪A4L存在变速器异响、漏防冻液的问题。

针对上述问题,本报记者多次联系一汽-大众奥迪方面,对方均未作正面回应。



自2019年4月4日起,一汽-大众奥迪将召回部分装备V6-TFSI发动机的进口和国产奥迪汽车。 本报资料室图

备案召回7万辆隐患车辆

随着新车型的上市和销量的增长,奥迪近一两年的缺陷产品召回数量和用户在投诉平台的相关投诉也有所增加。

进入2019年以来至今,一汽-大众奥迪分别于2月15日、2月27日向国家市场监督管理总局备案了两次召回计划,共计70139辆存在安全隐患车辆。

2月27日,国家市场监督管理总局发布消息,一汽-大众汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求,向国家市场监督管理总局备案了召回计划,将自2019年4月4日起,召回部分装备V6 TFSI发动机的进口和国

产奥迪汽车,共计70139辆。

具体如下:一、2014年3月17日至2018年1月31日生产的进口奥迪A5、A5 cabriolet、S5、A6、A6 Allroad、A7、A8L、Q7汽车,共计57199辆;二、2015年3月2日至2018年3月14日生产的国产奥迪A6L汽车,共计12940辆。

据悉,本次召回范围内的车辆,由于在供应商制造过程中发动机机壳油轨零件的塑料焊接工艺不稳定,可能造成机壳油轨密封性降低。车辆长期使用后,可能从低压

油轨尾盖处渗出燃油,如果遇到火源可能导致起火,存在安全隐患。一汽-大众汽车有限公司将召回范围内的车辆免费更换改进后的发动机机壳油轨,以消除安全隐患。

在一些行业内人士看来,尽管召回是企业有责任感的体现,但做好品控,在出厂前就严格把关,显然比召回更节省时间、资金、人力成本。

但另有汽车行业从业者告诉记者,奥迪的品控,我相信是没问题的,但是供应商的供货批次可能

会导致产品质量不稳定,而且如果是新车第一批出现问题,说明供应商供货的工艺也在完善。

既然上述车型存在起火的安全隐患,为何不立即实施召回而是选择在一个月之后实施召回?对此,一汽-大众奥迪方面并未就记者的提问予以回复。

“事有轻重缓急。”汽车行业分析师钟师分析称,可能是研究部门发现可能会存在这方面的隐患,但还未形成事实层面上的结论。不像是有很多故障暴露、消费者提交

投诉的情况,所以没有那么急。这类隐患变成事实上的故障可能会在很多年以后才出现,所以不是特别急迫。

事实上,随着新车型的上市和销量的增长,奥迪近一两年的缺陷产品召回数量和用户在投诉平台的相关投诉也有所增加。

根据一汽-大众奥迪官方数据,2018年,一汽-大众奥迪以全年销量66.08万辆的成绩,成功卫冕了豪华车市场单一品牌销量冠军。

但全年66.08万辆的销量成绩与2018年隐患车辆召回量旗鼓相当。2018年6月份,因辅助冷却液泵失效安全隐患,一汽-大众奥迪宣布召回2011年到2014年间生产的奥迪A4 Allroad、A5、A6L、A4L、Q5共5款车型合计65.90万辆。2018年10月,一汽-大众汽车有限公司召回部分进口奥迪R8汽车共计207辆。为此,有业内人士建议称,与宝马、奔驰鹿鹿的奥迪需要正视用户反映的各种质量问题。

A4L、A6L等车型变速器异响

根据汽车门发布的“1月份中型车投诉排行”奥迪A4L因变速器异响、抖动以及车身附件问题多发以63宗居榜首,而去年12月份这一数据是66宗。

近日,奥迪A6L、A4L、A3等多款车型被反映变速器异响、顿挫的问题。

据车质网的统计数据,2018年国内大中型车总投诉量为1155宗,其中奥迪A6L因变速器异响、变速器顿挫的问题以170宗投诉居大中型车投诉榜榜首。

除了奥迪A6L,近日,关于奥迪A4L变速器异响、顿挫问题的投诉逐日增多。根据汽车门发布的“1月份中型车投诉排行”奥迪A4L因变速器异响、抖动以及车身附件问题多发以63宗居榜首,而去年12月份这一数据是66宗。

2月26日,有购买奥迪A4L 2018款2.0T时尚型30周年年型的车主在车质网上反映称,“变速器在车辆正常行驶加速过程中,2-3-4-5升挡后出现严重拖挡现象,加速明显无力,车身共振抖动明显。另外变速器4-3-2-1换挡顿挫明显,并且有时伴有明显抖动及咔味异响。”

另有购买奥迪A4L的车主反映,尽管4S店试车人员确定车辆存在异响和抖动,但给予的答复是,这是车辆通病,不予解决。有业内人士点评称,作为单一豪华品牌销量冠军,面对变速器异响、抖动的典

型问题有所不为,着实不应该。

对于上述车主反映的问题,本报记者向一汽-大众奥迪方面询问原因以及解决方案,一汽-大众奥迪相关负责人均未作出回复。

值得注意的是,奥迪A6L、A4L、A3统一都采用了双离合变速器(DSG),众所周知,双离合变速器可以降低燃油消耗,但因为使用了大量电子元件,也就增加了其故障率。

钟师认为,变速器异响、顿挫问题很常见,原因也很复杂,有材料问题,有工艺设计问题,有加工问题,外部人很难判断是哪个环节出了问题,内部研发人员比较清

楚。

“变速器异响、顿挫是双离合变速器的结构性/系统性控制难题,原理问题导致的使用过程差异感受不尽相同,双离合变速器的两个离合器在工作过程中持续磨损,机械磨损导致的间隙变化或会导致关联功能稳定性驾乘舒适性变差,严重到一定程度或引发动力的传输效能减弱,机械噪声,换挡冲

击顿挫,甚至动力输出中断导致基本功能障碍。”汽车行业分析师万春雷分析称。

他表示,双离合变速器技术目前还在大量推广应用阶段,有成本、性能优势,但也伴随舒适度和稳定性较大差异的情况。但随着材料技术和制造工艺技术提升,双离合变速器的磨损、异响、顿挫等问题可能会越来越少,消费者体验或会越来

越好。只是每个品牌的完善时间和程度有多少,还有待于在未来的产品使用过程中去检验和体会。

对于车主投诉不在少数,是否属构成召回条件?钟师认为,这种争议问题比较难处理,若不属于安全性隐患和瑕疵问题,也不属于使用上的机电故障,只能归入体验感觉不好,不但跟召回没关系,甚至还不属于“三包”范畴。

腾势新能源多项工商变更 股东再次“输血救援”

本报记者 梁德明 童海华 广州报道

近日,深圳腾势新能源汽车有限公司(以下简称“腾势新能源”)产生多项工商变更,其中注册资本由41.6亿元人民币变更为45.6亿元人民币,出资情况

股东再次增资

2月28日,腾势新能源发生多项工商变更,其中注册资本由41.6亿元人民币变更为45.6亿元人民币,出资情况由56.6亿元人民币增长至60.6亿元人民币。另外,高管也有变动。国家企业信用信息公示系统显示,腾势新能源股东仍为比亚迪汽车工业有限公司与戴姆勒。

2月初,比亚迪发布公告称,董事会通过了《关于拟对参股公司深圳腾势新能源汽车有限公司增资的议案》,同意公司控股子公司比亚迪汽车工业有限公司对参股公司腾势新能源增资人民币2亿元,

经历连年亏损

公开资料显示,2015-2018年间,腾势新能源全年销量分别约为2888辆、2287辆、4713辆和1974辆。近两年,国内新能源汽车市场得到了迅速的发展,相比之下腾势新能源的市场份额较小。全国乘用车市场信息联席会(简称“乘联会”)发布的数据显示,2018年1-12月,新能源乘用车销售100.8万辆,同比增长88.5%,高于2017年增速。

传闻销售有变

从腾势新能源产品布局来看,《中国经营报》记者从腾势新能源官网上注意到,目前官网显示车型仅有“腾势500”一款。据了解,作为比亚迪和戴姆勒共同设立的合资企业,腾势新能源以高端新能源汽车的定位入局,2014年推出首款车型。而腾势新能源成立至今,仅有腾势300、腾势400、腾势450、腾势500四款车型,且基本上是基于已有车型进行配置和续航里程的升级。

而在销售网络上,记者从腾势

由56.6亿元人民币增长至60.6亿元人民币。另外,高管也有变动。

而在不久前,比亚迪股份有限公司(002594.SZ,以下简称“比亚迪”)董事会通过了《关于拟对参股公司深圳腾势新能源汽车有

全部作为注册资本;并授权公司管理层办理增资所需手续。比亚迪汽车工业有限公司对腾势新能源增资完成后,比亚迪通过控股子公司比亚迪汽车工业有限公司持有腾势新能源的股权比例保持为50%。

比亚迪与戴姆勒对于腾势新能源的增资并非首次。公开资料显示,比亚迪和戴姆勒于2012年、2013年、2017年、2018年分别向腾势注资9亿元、8.6亿元、10亿元、8.8亿元。其中,2013年比亚迪和戴姆勒曾共同注资8.6亿元,希望能尽快拓展汽车业务。而到了2017年5月,双方为腾势新能源共同注资

10亿元,彼时增资主要是为了补充腾势新能源的营运资金,缓解国家新能源汽车补贴政策调整引起的补贴回款周期延长对腾势新能源营运资金的影响。

时隔一年后的2018年5月,比亚迪与戴姆勒各向腾势新能源增资4亿元,使其注册资本增加至41.6亿元。

汽车分析师任万付表示,汽车“新四化”(电动化、网联化、智能化、共享化)道路已经确定为未来的发展趋势,在此背景下,比亚迪和戴姆勒肯定会继续投入,以增强自身的竞争力。

限公司增资的议案》。公开资料显示,自腾势新能源成立以来,比亚迪与戴姆勒大中华区投资有限公司(以下简称“戴姆勒”)已多次增资。比亚迪方面提到,未来公司仍将会为腾势提供技术、人才和资金支持。

比亚迪与戴姆勒对于腾势新能源的增资并非首次。公开资料显示,比亚迪和戴姆勒于2012年、2013年、2017年、2018年分别向腾势注资9亿元、8.6亿元、10亿元、8.8亿元。其中,2013年比亚迪和戴姆勒曾共同注资8.6亿元,希望能尽快拓展汽车业务。而到了2017年5月,双方为腾势新能源共同注资

10亿元,彼时增资主要是为了补充腾势新能源的营运资金,缓解国家新能源汽车补贴政策调整引起的补贴回款周期延长对腾势新能源营运资金的影响。

时隔一年后的2018年5月,比亚迪与戴姆勒各向腾势新能源增资4亿元,使其注册资本增加至41.6亿元。

汽车分析师任万付表示,汽车“新四化”(电动化、网联化、智能化、共享化)道路已经确定为未来的发展趋势,在此背景下,比亚迪和戴姆勒肯定会继续投入,以增强自身的竞争力。

比亚迪与戴姆勒对于腾势新能源的增资并非首次。公开资料显示,比亚迪和戴姆勒于2012年、2013年、2017年、2018年分别向腾势注资9亿元、8.6亿元、10亿元、8.8亿元。其中,2013年比亚迪和戴姆勒曾共同注资8.6亿元,希望能尽快拓展汽车业务。而到了2017年5月,双方为腾势新能源共同注资

10亿元,彼时增资主要是为了补充腾势新能源的营运资金,缓解国家新能源汽车补贴政策调整引起的补贴回款周期延长对腾势新能源营运资金的影响。

至此,任万付表示,腾势汽车虽然起步较早,但产品更新换代较慢,并未形成有竞争力的产品矩阵,且价格较高,一直处于“叫好不叫座”的状态。

东风英菲尼迪突破2019: 产品与品牌双管齐下持续深耕中国市场

文/林惊羽 顾望无

在乘用车市场零售增长速度为-6%的2018年,豪华车市场却实现了8%的高增长,为颇为寒冷的车市点燃了一把火。在这把火中,东风英菲尼迪释放出了独特的色彩。

2018年,英菲尼迪推出了创新豪华SUV全新QX50,甫一亮相连续数月销量保持增长

自2018年6月正式登陆市场以来,全新QX50实现了对英菲尼迪销量的持续助力。数据显示,英菲尼迪在创下了2018年10月的销售高峰之后,同年11月,整体销售达5009台,同比增长8.7%,延续稳健增长势头。这其中,全新QX50也以2000台的销量纪录再创历史新高,同比增长达到191%。

支撑如此亮眼销售成绩的是全新QX50扎实的产品力。

全新QX50是东风英菲尼迪多元产品矩阵的排头兵,拥有“沃德十佳发动机”VC-Turbo发

服务塑造品牌力

在出色的产品实力之外,促使销量持续攀高的根本动力还包括英菲尼迪逐渐清晰的品牌定位。

事实上,过去几年间,英菲尼迪由于沿用全球市场营销的手段推广,在中国市场的影响力并不够理想。经历了迷茫后,英菲尼迪在2018年提出了全球品牌主张“EMPOWER THE DRIVE”的中文表达“尽释潜能”,在中国做“小而美”的品牌:“既追求产品自身的完美、尽释研发潜能,也希望产品能够带给客户的生活更多价值。”

在此指引下,英菲尼迪在2018年“踏踏实实推产品,认认真真做服务”,与经销商保持良

就获得了广泛的认可。数据显示,全新QX50在2018年10月销售1872台,同比增长203%,并促使英菲尼迪创造10月销量历史新佳,整体销量为4469台,同比增长7%。

英菲尼迪取得如此销量表现与其越出色的产品力关系密切:全新QX50是同级产品中的“双沃德”的十佳车型;同时,通过创新营销活动,向社会展示了其“挑战者”

动机,被评为“沃德十佳内饰”的内饰设计,成为同级产品中的“双沃德”豪华中型SUV。

VC-Turbo发动机采用了具有开创性的复杂发动机结构。据介绍,该机构取代了传统内燃机固定的曲轴、连杆结构,其特有的可变执行机构,可以根据实际行驶情况动态调整连杆运转的状态,从而调整活塞行程的起止点范围,使得汽缸运转时的压缩比可以根据实际使用需求,在8:1到14:1之间自由切换。

除了过硬的硬件实力外,全新QX50秉承“以人为本”的设

好的沟通。未来三年,英菲尼迪还将实施“1050战略”,即聚焦在特别重要的十个省份和五十个城市来进行投入,持续推进经销商网络发展。

除此之外,英菲尼迪还通过冠名赛事、参与慈善活动等,回馈社会,扩大品牌影响力。

2019年,正值英菲尼迪品牌成立30周年,如何进一步凝练企业核心价值,锐化品牌形象,成为摆在慕克面前的新课题。对此,慕克已成竹在胸:“我们要迎合中国市场,做本土化的营销。”他表示,围绕品牌价值中的三大元素“Human人文关怀、Daring敢于挑战、Forward前瞻视野”,英

精神,树立了良好品牌形象。

2019年是英菲尼迪品牌成立30周年,也将成为其“一个重要拐点”。英菲尼迪汽车有限公司总裁、英菲尼迪管理委员会主席慕克表示,当前整个行业都面临着挑战,这也恰是英菲尼迪脚踏实地发展的时机,“要努力把团队精神发挥到最大,从产品、营销、公关等层面让英菲尼迪与众不同。”

计理念,在内饰层面上采用灵活的内部空间布局,以不对称设计与撞色搭配,呈现出舒适而又不失时尚的内饰氛围;并采用了经过特殊处理的哑光枫木仪表板、半苯胺奢真皮,以自然材质与精湛工艺营造出了豪华质感。

值得一提的是,英菲尼迪接下来将其继续秉承其挑战精神,迎接即将到来的电气化变革。据了解,在今年4月份即将举办的2019上海国际车展上,英菲尼迪电动SUV概念车QX Inspiration将与中国消费者见面。

菲尼迪在未来的产品线、营销、公关等方面将做出更多的改变。

人文关怀方面,英菲尼迪一直秉承“以人为本”的研发理念,未来不仅在与人沟通方面要采用更加亲切、温暖的方式,在产品营销方面也要做得更好。敢于挑战,意味着英菲尼迪敢于冒险、富于进取精神,始终大胆创新,而不盲目从众。领先视野,意味着英菲尼迪将以领先科技为驾驶者赋能,通过满足品牌受众的各种需求,打破限制,释放驾驶者潜力。

凭借逆势而上的销售业绩、日益完善的产品矩阵和不断升级的品牌体系,英菲尼迪企业发展充满信心。