

车到山前“刹不住” 迫于压力“终醒悟”

# 丰田部分雷克萨斯汽车“被召回”

丰田曾拒绝召回  
中国市场汽车

今年1月26日，丰田汽车宣布在全球范围内召回170万辆汽车，涉及车型包括丰田皇冠、雷克萨斯IS250在内的6款车型。随后，丰田汽车(中国)方面表示，在中国销售的皇冠、锐志、IS250、GS300由于没有使用相关零部件，经确认不存在同样的问题，因此召回不涉及中国市场。随后，质检总局召开新闻发布会，就丰田汽车在全球范围内召回170万辆汽车，却不涉及中国大陆一事发表公告。公告显示，质检总局已两次约见丰田汽车(中国)投资有限公司负责人，要求其“做出完整解释，并提供详细的技术说明”。

但是，本没有计划在中国市场进行召回的丰田，在被质检总局约见后，却宣布将在中国市场进行召回，而这次“被召回”也让丰田在华再次遭遇信任危机。

## 部分雷克萨斯终“被召回”

2月25日，丰田汽车(中国)投资有限公司向国家质量监督检验检疫总局递交了召回报告，由于地毯压板可能干涉油门踏板，将自2011年3月23日起召回部分进口2003~2006年款雷克萨斯(Lexus)RX300/350汽车。据统计，在中国大陆地区涉及5202辆，生产日期为2003年2月~2006年7月。

缺陷产生的原因是进行驾驶员侧地毯压板作业时，如果安装不良，有可

此前，拒绝召回汽车的丰田公司近日宣布，由于地毯压板可能干涉油门踏板(即油门安全隐患)，将从3月23日起在中国大陆召回5202辆进口雷克萨斯汽车。

分析人士指出，不管是出于主观原因还是客观原因，原本没有计划在中国大陆市场进行召回的丰田，在被质检总局约见后终于有所行动，其结果还是正面的。丰田的确需要承担起应有的企业责任，以回馈中国消费者的信任。

能会造成地毯压板向加速踏板方向倾斜，并接触到踏板臂，可能造成加速踏板无法回位，存在安全上的隐患。丰田汽车(中国)投资有限公司将对受缺陷影响的车辆进行召回处理，将原来的地毯压板更换为形状改良的产品。

对此，国家轿车质量监督检验中心总工程师刘玉光坦言：“出问题不可怕，可怕的是隐瞒问题。汽车产品不可能完全不出问题，企业要做的是尽量减少问题，以及在发现问题时及时公开并采取措施。若企业能够主动召回，就仍可得到理解。”

## 丰田不该忽视中国

目前大趋势是，世界汽车工业的重心、焦点都在向中国转移。在“google”上输入“丰田召回”的关键词，搜索结果已经接近300万条。曾经的丰田广告是——车到山前



雷克萨斯 rx350

必有路，有路必有丰田车。而今，却演变成“车到山前必有路，有路丰田刹不住。”这个微妙的转变，或多或少表明了丰田车在华的尴尬。笔者手上有一份盖世汽车研究院的数据：2010年外资车企在华销量排名，丰田位列第三。然而到了今年1月，丰田车在华销量尽管同比增长2367%，但排行已落到第四，取而代之的是去年排行第五的日产。

另外一个信号是，今年1月，在日系车整体销量不佳的现状下，日产是日系车中唯一一个在华销量超过行业均速的企业。业内不少汽车分析师非常看好日产在华的发展势头。不知痛失季军宝座的丰田将作何感想。而这场“补召门”，是否又将雪上加霜？

## “差别待遇”几时休

对此，日本《朝日新闻》报道指出，

在丰田实施的数次召回行动中，并没有对中国大陆采取同样的政策，因此被消费者质疑对中国大陆采取“差别待遇”、“无视”中国大陆消费者的生命安全以及合法权益。而丰田对此的答复是：“未在中国大陆使用存在缺陷的零部件以及发动机。”

日本时事通讯社就此评论称，中国国家质检总局反应迅速，这让丰田方面意识到了问题的严峻性。如果丰田在召回问题上“例外化”做法被认为是对中国市场一种不负责任表现的话，丰田在中国的企业形象将会受到“致命打击”。

在迅速崛起的中国市场，如果日本汽车制造企业的“诚意”被质疑，将会是“非常严重的问题”。而这是值得丰田这一世界著名汽车品牌深思的。

(钟河 丰宣 杜译)

## 新闻纵深

## 丰田将在巴西召回14万余辆问题车

据每日新闻3月1日报道：丰田汽车巴西分公司2月28日发表声明称，由于发动机存在问题，将于3月1日起召回在本国生产的14万5000余辆“卡罗拉”。巴西工厂生产的卡罗拉已经因为急加速方面的问题，在去年4月进行过召回修理作业。有关人士曾预计巴西市场将在2015年成长为世界第三大汽车市场。但其近来连发的召回事件，无疑是对丰田的一个巨大打击。

(张梦真 张慧)

# 4月份上市 捷达将推200万辆纪念版车型

一汽-大众捷达车型将于今年第二季度推出新款车型。捷达新款车型将在外观、内饰等方面继续改善和升级，但当时相关人士并没有透露更多具体详情。近日，记者向一汽-大众相关人士证实，一汽-大众将于4月份正式推出捷达新款车型，随着捷达很快会迎来第200万辆轿车的下线，新款捷达车型将被命名为200万辆纪念版。

自小排量汽车购置税减征、以旧换新等优惠政策纷纷取消后，车市在一定程度上遇冷。但不可否认的是，汽车市场的刚性需求仍然存在。如今在

理性消费的驱使下，汽车品质显得愈发重要，而这恰恰为高品质捷达创造了良好的市场发展环境。

作为国内家喻户晓的汽车品牌之一，捷达一直以缔造产品品质著称。自1991年第一辆轿车下线，捷达凭借优良的品质，领先的技术，成为了家轿第一品牌，以其旺盛的生命力见证了中国汽车工业的发展历程。

早在中国汽车工业起步阶段，捷达就扛起技术领先大旗，不断在同级别车中率先搭载先进技术和装备。细数历史，捷达是国内第一个率先装备5挡变速箱、20气阀发动机、ABS、安全

气囊、自动变速箱、宽轮胎、高位刹车灯等十八项配置的轿车。

因其卓越品质，捷达屡获殊荣：参加中国汽车拉力赛并夺冠；中国汽车场地赛并夺冠；国际汽车拉力赛取得名次；世界级体育大赛国产首款指定专用轿车；多次斩获全国单一品牌销量冠军；开创了普及型轿车装备电喷发动机的先河，对电喷车在中国的普及起到了推动作用，对我国环保事业的发展起到了积极促进作用。

随着国际油价的持续攀升，今年油价超过8元/升已是不争事实。与日俱增的用车成本迫使越来越多的准

车主开始将目光转向更为经济实用的品牌。记者从京城多家4S店了解到，购车者相中捷达的重要指标就是节油低耗、经济实用。

不知不觉，捷达在国内已经走过了20年的风雨历程，从产品生命周期而言，已属衰退期产品。令人惊奇的是，捷达宝刀不老，生命之树常青，依然以月均销售2万辆的傲人成绩稳居单一车型月销量排行榜三甲之列。捷达现已有超过190万的庞大用户群体，在国内车坛单一品牌中更是遥遥领先，可谓是中国最成功的车型之一。

创新是常青之本。一汽-大众汽车

有限公司总经理安铁成曾说：“捷达车身上体现我们一汽大众人追求品质卓越的造车的理念，一汽大众始终用前瞻性的产品理念带动我们的技术、工艺和服务的创新和提升，并深入到了轿车的每一个细微之处，保障用户的利益。”

如今，在捷达上市20年之际，一汽-大众推出捷达200万辆纪念版新车型，无疑将承载着更多的历史意义。据悉，已有不少“忠捷者”翘首企盼，欲将极具收藏价值的捷达200万辆纪念版收归囊中。

(黄伟冲 董文静 李俊驰)

# 9万余元韩系经典SUV

据悉，华泰圣达菲20L汽油版自去年12月上市以来，由于其在价位上，一举将韩系SUV的入门价拉至9万元区间，从而在日韩系SUV主导的中国SUV市场掀起了又一轮狂潮。日前，记者从华泰汽车销售部了解到，圣达菲20L汽油版上市后的2个月时间，订单已接近5000台，其中4600余台均来自定价为9.98万元的舒适型。这也使得9万元成为了合资车型与自主车型的价格分水岭，自主品牌的价格优势逐渐减弱。

格优势逐渐减弱。

## 好车圣达菲 经典万人迷

纵观中国韩系SUV市场，与圣达菲同级别的现代途胜、起亚狮跑、起亚索兰托等，起步价均在13万元以上。在全球坐拥2000万销量的圣达菲始终是深受全球用户欢迎的韩系经典。而此次华泰推出的圣达菲20L汽油

# 圣达菲“技”压群雄

版，更是源自韩系名车血统和进口品质，给追求个性的都市一族最具性价比的选择，9.98万元的售价，对韩系SUV车型定价产生了地震式影响。

虽然市场上处在9万元这一价位区间的SUV产品并不少，如瑞虎、瑞鹰、哈弗等，但均为国产车型，而价格也始终是国产车型的最大优势。如今，拥有韩国现代优势技术的成熟引进车型——圣达菲20L汽油版，它所提供的久经国内外市场验证的韩国现代B

级轿车底盘、匹配优良的操控及动力系统，都是其他国产SUV车型无法企及的。

## 圣达菲9.98万元 抢占家轿市场份额

记者从车市了解到，除对SUV市场外，华泰圣达菲20L的上市犹如一枚重磅炸弹，无意中已向10万元价格区间内的家轿市场发起了挑战。以前，

首次购车者大多选择10万元以内的经济型轿车，而现在不一样，越来越多追求时尚个性的年轻人开始青睐融合了家轿、越野、MPV功能的SUV车型，一车顶三车，宜商宜家也是许多人选购SUV的关键因素。在CPI节节攀升的今天，如何将“省”进行到底是人们最重要的生活课题。

当然，华泰圣达菲20L汽油版除了为车主们提供了最佳省钱方案外，其卓越的产品优势也成为人们放心选购

的保证：采用太空舱式车身设计，配备最新78版四道ABS与TCS，达到欧洲E-NCAP五星安全碰撞标准，令车主在享受轿车无法满足的全地域汽车生活的同时，更体会到了中高档轿车般的舒适与宁静；4.5米的车长和1.82米的车宽不仅可以坐下一家五口人，810升的行李箱空间放倒后排座椅后，最大可扩展至惊人的2100升，既适合全家人出行使用，也可满足部分商务人士装载货物之用。(冯文涛)

# 新春伊始 红岩自卸车以质为本再获青睐

2011年开春以来，各大土建工程工地上庆祝开工复工的鞭炮声此起彼伏，上汽依维柯红岩(以下简称红岩)的自卸车再次以“高稳定性、高出勤率”赢得重卡用户的青睐。

其中，数红岩金刚国三EGR6×4自卸车最得民心，斯太尔技术平顶驾驶室，经典的柠檬黄配色，可选装原厂空调；发动机采用潍柴WP10.290E32发动机，最大290马力，变速箱采用的是法士特九档箱9JS119；货箱尺寸为52×23×1.5m，前置仿海沃150升，底板厚度：12mm，

边板厚度8mm；堪称完美的组合。此外，金刚自卸8×4也深受宠爱。据最新消息，装配Cursor9发动机的红岩金刚也已登场，相信金刚表现得更加出色。

上汽依维柯红岩合资后经过几年的运作，已经积蓄了雄厚的实力，上汽的资金、依维柯的重卡技术、老红岩的军工品质，使得红岩自卸车“结实耐用，能为用户创造更大经济效益”的优势继续吸引着用户。去年初上市的舒适性较金刚更高的杰狮自卸车的市场也渐入佳境。

“杰狮”自卸车在技术上承袭了红岩底盘在车架、驱动桥及耐久性、可靠性、承载性等方面的卓越性能，并在此基础上对发动机冷却系统、进排气系统、发动机悬置系统等进行了优化。在驾驶室整体、整车电路和发动机附件系统(冷却系统)三个方面引入了IVECO技术，提升了整体技术含量。该车全部采用WABCO制动阀类和进口线束接头，有效避免出现漏气、电路可靠性不足等现象，提高了产品的可靠性能，也降低了车辆的行驶噪音。由于与“杰狮”牵引车从属



同一产品家族，杰狮自卸车的驾驶室延续了外观大方、视野开阔、驾驶舒适等性能特点，并在大灯外部增加了灯罩，不仅可以抵御坚硬物体的碰撞，而且也显得美观和气流。同时，为了方便驾驶人员在作业时能够频繁上下车，产品设计人员特别降低了驾



驶室的地板高度，提高了便捷性，同时避免损伤。相对于公司其他系列的自卸车，“杰狮”系列产品在动力性和驾乘上更具优越性，是对现有产品领域的补充和提升，增强了产品的多样性，满足红岩重卡用户的不同需求。

有产品才能有市场，随着杰狮自卸的上市，包含红岩金刚、红岩新大康、红岩杰狮等在内的红岩系列产品不断贴近市场、售后体系不断丰富完善，相信红岩重卡的春天也已经到来了。

(草