



一个安全气囊 引发史上最大规模召回

本报记者 张继疆

据报道,本田公司近日宣布将在全球范围内额外再召回450万辆存在安全气囊隐患的问题车辆。目前,因为高田安全气囊缺陷而丧生的消费者达到了8人。本田公司表示,此次额外召回

的450万辆汽车并不涉及美国市场,其中有163万辆问题车辆位于日本市场,为飞度小型车和CR-V紧凑跨界SUV,目前本田仍在整理其他市场受影响车辆的细节信息。上一次本田召回高田气囊车是在5月14日,涉及480万辆。

超过4000万辆 史上最大规模召回

自2008年高田缺陷气囊浮出水面开始,据报道,因安全气囊在弹出后突然爆炸并弹出金属碎片,至少已经造成数人死亡和超过百起伤害事故。全部死亡案例都发生在本田汽车上。直到通过专家调查发现高田气囊存在的巨大隐患,以日本车企为代表的全球汽车,此次才开始集中大面积召回。

截至7月初,所有车企因高田气囊总计召回了超过4000万辆汽车,是历史上最大的一次汽车召回。高田公布的使用有安全隐患气囊的汽车品牌涉及丰田、本田、马自达、宝马、日产、三菱、斯巴鲁、奔驰、奥迪、克莱斯勒、

福特和通用。目前尚无法精确统计究竟有多少高田气囊需要更换,预计召回数量还会继续增加。

事情的起因,全球汽车业并不陌生:日本东京汽车零部件商高田公司生产的安全气囊,副驾驶气囊展开时,气体发生器容器可能损坏,导致碎片飞出,伤及车内人员,存在安全隐患。之所以说并不陌生,是因为高田气囊问题由来已久。在过去近十年内,断断续续地发生的因采购高田气囊而召回的国际汽车案例,就没有停止过。只不过,此次高田气囊的问题,引发了全球广泛性地召回。

国产自主品牌厂商集体失声

作为全球第二大的安全气囊供应商,高田在中国也有不少客户,不过在全球已经发起超4000万辆召回的背景下,高田的中国客户目前还没有发出声明,更没有发起车辆召回。

据了解,使用高田气囊的主要中

国自主品牌厂商有吉利汽车,一汽轿车和上汽集团等。如上汽荣威950、一汽奔腾X80等车型均有使用高田气囊。根据上海高田的介绍,公司产品供应的国内客户还有东风汽车和长丰汽车等。

爱车装的是高田气囊怎么办?

7月13日,国家质检总局发布了关于高田气囊的安全提示。自2013年以来,多家汽车生产者因高田气囊气体发生器异常破损、金属碎片飞溅问题在全球范围内召回的车辆达到4000万台,主要分布在美国、日本和中国市场。中国市场已累计召回47次,涉及车辆240余万台,37个车型。根据高田公司提供的数据,截至2015年6月,因该问题在全球造成了6起死亡事故,并造成了近百起人身伤害事故,存在严重的安全隐患。

鉴于高田气囊问题影响范围大,车型多,且召回车辆的年款范围广,为了

减少和避免因高田气囊缺陷造成人身伤亡事故的发生,国家质检总局提示使用相关车辆的消费者及时与生产者或授权经销商联系,确认您的车辆是否在召回范围内,并尽快实施召回免费维修,以消除安全隐患。

据了解,如果在交通事故中发生因气囊气体发生器异常破损、金属碎片飞溅而造成人员伤亡的情况,请有关单位和个人及时登录国家质检总局缺陷产品管理中心网站、关注微信公众号或者拨打国家质检总局缺陷产品管理中心热线电话:010-59799616,报告有关伤害情况或者提交相关缺陷线索。



欢迎扫描二维码,关注“汽车信阳”,参与话题互动,安全驾驶,文明开车,各位小伙伴,遇到碰瓷儿的、加塞儿的、闯红灯的情况,你还可以拍下不文明驾驶行为,戳开“汽车信阳”微信公众号,发图,我们和680多万市民为共建“文明信阳”一起声讨他!并向不文明驾驶行为“say no!”

中考放榜 六成车企未及格 展望岁末 股车红绿两相映

信阳消息(记者 张继疆)年中是一个关键时间点,时间过半,任务也要过半。与其他行业略有不同,汽车下半年销量要略多于上半年。明面上及格线仍为50%,暗地里底线是45%。不过,今年上半年车市的低迷远超年初预估。即便底线的“45%”之于今年车企,也是难以承受之重。7月5日,中国乘用车联席会公布最新汽车产销数据,上半年,中国共销售广义乘用车988.8万辆,同比增长8.4%,增幅低于去年。记者统计,超过六成车企未能达到50%及格线,超过三成低于45%,有小部分车企甚至低于40%。下半年为冲击年度销量目标,车企卖车会“不择手段”。在上半年“官降”基础上再降价,会是大概率事件。

今年上半年,本土车企最为抢眼。销量目标多数完成超过45%,长安和吉利甚至超过50%,一扫去年“十二连降”的颓势,并将市场份额重新提升到43%的高度。本土车企此轮反弹SUV居功至伟。去年以来,本土车企集中发布SUV新品,海量、低价、山寨……以前被用在轿车上的战术,这一次娴熟的运用在SUV上,并成功抓住市场热点,表现出强大的市场杀伤力,打了合资对手一个措手不及。

但是,风光背后存有隐忧,本土车企在SUV上的成功难以掩盖轿车大幅下滑的尴尬。今年上半年,本土车企在轿车上表现毫无亮点,不得不用SUV的销量上涨弥补轿车销量的下滑。在汽车制造业,研发、制造、工艺、可靠性、耐久度、安全性以及市场营销能力构成一个汽车企业的综合实力,而轿车是衡量实力高低的标准。放眼全球,排得上的汽车巨头,安身立命的车型无一不是轿车,SUV只是辅助。

今年下半年,还有一大批本土SUV新品排队上市。本土车企打算

抓住SUV这根救命稻草不放。这种“搏命”的架势与股市中利用杠杆做短线的手法没有不同。成功则大赚特赚,失败则有被强行平仓的风险。

2007年,当沪指站上6124点历史最高位时,车市无人问津。再往前,2004年股市向好时,中国车市在深秋中感受凉意。车市不像股市,一入侯门深如海,没有离场一说,不能奢望有“国家队”,也不能指望有“接盘侠”。车市里,谁都是主角,谁都是断后者。好日子一起过,坏日子一起挨。正是这种没有退路的战场,成就中国车市今天的辉煌,将来也会如此。跌一跌,会更健康。车市从来不怕跌,下跌是为下一轮增长做准备。

今年上半年,在持续不断的车企“官降”当中,汽车市场售价大幅降低。与去年同期相比,卷入“官降”车型的售价最少低了2000元,最高则超过5万元。今年下半年,随着股市企稳,会有资金逐步回流到车市,被压抑半年的汽车消费需求会逐步释放。不过,僧多粥少,数量有限,将导致车市进一步的价格战。

为避免“爆仓”,也为保证资金链不至于断裂,不管主动还是被动,今年下半年经销商都将加入战团,不能再像上半年一年,选择观望,甚至“侵蚀”车企的官降。届时,车企的降价会与经销商让利真正叠加在一起,让消费者享受比上半年还要大的优惠幅度。这些优惠并不全是现金,会以旅游券、维修券、精品等形式出现,就算刨除掉水分,也还是划算。此外,为刺激消费,车企正在在酝酿新的促销方案,内容包括无息贷款、赠送保险、免费拍牌等。其中,无息贷款无疑最吸引人,能直接与股市抢夺资金,股市“套娃”在无需“割肉”的情况下,还能做到买车或换车。