

# 车企“打补丁”事件观察：高品质应是基础



如果谈近期汽车行业的热门话题，大众“速腾门”事件必定位列其中。

针对速腾的后悬架问题，一汽大众出台的相关措施，被众多网友称之为“打补丁”。在出台措施后，全国众多速腾车主，也集结起来用行动表达自己的不满。紧接着，大众相关高层出面发表声明，表示速腾的设计并无存在缺陷的可能，潜台词就是说速腾是一辆高品质的轿车。

何种车型，品质才应是其基础。

而事实上，各车企在对旗下车型品质的把控上，基本上也都是不遗余力。特别是最能代表车企形象的中高级车，更是各个车企品质把控的重中之重。比如出产于“21世纪丰田全球模范工厂”南沙工厂的凯美瑞，再比如来自于“日产全球标杆工厂”襄阳工厂的新天籁。

凯美瑞不必多说，作为丰田的一款全球车型，其品质自然有丰田的“精益生产方式”做背书。这里需要另作说明的是新天籁。一直以来，东风日产都将品

质划分为设计、制造、服务和市场等范畴。也就是说，东风日产对新天籁的品质把控，是囊括了从设计开始到售后服务的全部过程。这其实也体现了东风日产对消费者消费需求的深入洞察：他们不仅追求技术与制造工艺，对品牌和服务也有强烈的诉求。

体现在新天籁上面就更加明显。新天籁的“梯悬挂+ATC”、“全新一代铂金动力组合”、零重力健康乘坐系统、3D平视信息显示系统等，在全球领先的日生产方式高标准把控下，能让消费者体验到领先的设计和制造品质。

除此之外，“天籁行动”的推出，又可以让消费者在购买新天籁之后，享受到同级独有的贴心

服务，让天籁车主享受到同级最优越的增值服务，这又在一定程度上加深了消费者对新天籁品质的信心。

而正是得益于出众的设计、制造和服务品质，新天籁自去年上市以来，连夺车市多项大奖，特别是由主流媒体联盟和强势媒体联盟分别颁发的“年度风云汽车”奖项，这也说明了市场对新天籁的认可。

从新天籁和凯美瑞不难看出，想要获得消费者长期认可，除了要有独特的可吸引消费者的关注点，车型的高品质应该是基础。因为，车型品质越高，其市场表现也将得到更多加分，还可以让更多消费者体验到更好的驾车乐趣。至于像上文提到的“速腾门”事件，虽说可以让车型销量一时无阻，但从长远来看，消费者终会用自己的脚做出自己的选择。

的市场，不同消费者对车型的需求各不相同：有的喜欢操控，有的喜欢舒适，也有的喜欢大空间等等。但从“速腾门”事件来看，虽然车型能够满足消费者对操控的要求，这也是要建立在高品质的基础上。毕竟，只有品质过硬，才能够让消费者在驾车过程中更好地享受到操控的乐趣。

所以，从这个角度来讲，无论

对于大众汽车的做法，笔者无法判断，毕竟这是一个企业经过深思熟虑做出的决定。而对于普通消费者，他们要的则很容易进行判断：一辆不容易出问题的高品质车型。换言之，品质其实已经成为了他们的着力诉求点。

中国汽车市场是一个很复杂

## 也聊 CVT：弃疗的奥迪与坚持的日产

2014年的汽车江湖终究是不平静的，而当我们把目光聚焦在汽车的变速箱技术上，依然发现这个圈子也非风平浪静。今年7月，奥迪研究驾驶行为的高级工程师向媒体证实，奥迪已经停止CVT变速箱技术的研发工作，未来不会将CVT用于奥迪下一代车型，而是以7速双离合变速箱(DSG)作为替换方案。

无独有偶，在同一时间举办的“动力技术圆桌论坛”上，以日产为代表日系汽车企业代表、国内车企代表以及行业专家，就CVT技术的发展前景进行了深入讨论和研判，并将就制定CVT技术标准化规范开展更加深入的合作。

主打高端路线的奥迪以及更加亲民的东风日产，一直以来都是国内推广CVT技术的“两面大旗”。前者的品牌价值为CVT技术带来了增值效应，而后者则把这一低碳环保、平顺节油、成熟稳定的动力技术带到了寻常百姓身边，为众多消费者带来实实在在的利益，树立起良好的口碑，也提升了CVT这一变速箱技术在中国汽车市场的普及速度：纵览2013年上市以来的合资品牌新车，除了一贯坚持普及CVT技术

的日产以外，像RAV4、雅阁、卡罗拉、雷凌等重磅车型也纷纷放弃了传统的AT变速箱，转投CVT阵营。

而正当CVT越来越被中国消费者认可时，为何奥迪与日产面对大好形势，却做出了冰火两重天的选择？

先说奥迪。此前奥迪采用CVT的原因是其有利于燃油经济性，因此在A4L、A5、A6L甚至A8L上都搭载过CVT技术。但奥迪的CVT技术发展遇到了艰难的瓶颈——它无法与奥迪自傲的Quattro四驱系统兼容，并只能适用于前驱车型，因此不能像东风日产那样，在轿车和SUV产品线上排出清一色的CVT阵容。另一方面，考虑到大众与奥迪的关系，奥迪完全可以从大众品牌上“移植”一套DSG变速箱技术来使用，因此继续开发并生产CVT，从成本上来看并不划算。

而日产的坚持则得益于其对CVT技术的自信。自20世纪90年代开始，日产就致力于CVT技术的研发，并于1992年

首次付诸实用。为了提升CVT变速器器材的稳定与可靠，日产特意采用了独有专利材料加工而成的高强度钢带，从而确保CVT能充分承受高功率、高扭矩的输出。此举不但增强了CVT的使用稳定性，还使其配备在大排量汽车的设想成为可能。经过多年的创新研发与技术积累，日产汽车的CVT可覆盖0.66L至3.5L的车型，东风日产旗下NISSAN品牌车型的CVT覆盖率已达到90%。在中国，说起CVT则必然会联想到东风日产，东风日产已然成为CVT这项先进变速器技术的“代言人”。

另外，作为扎根于中国的合资企业，东风日产在力行环保上也把CVT技术作为一项提升品牌美誉度的重要举措。在东风日产内部，CVT技术的研发和推广，被誉为“史上最大环保行动”。数据显示，在同等车况下，搭载东风日产CVT的汽车比搭载传统

自动变速器的汽车更能节油15%左右。当它乘上超过200万的基数时，其所产生的环保效应就颇为可观了。举例来说，普通2.0L的AT汽车平均油耗每百公里8L，东风日产CVT比普通自动变速箱省油15%，按每车每年行驶1.5万公里算，东风日产超过200万台CVT车型每年节油超过3.6亿升。

在减低碳排量方面，东风日产的CVT技术同样表现抢眼。数据表明，每节约1L汽油，CO<sub>2</sub>的排放量就减少2.7kg；而一棵成年大树一年所能吸收的CO<sub>2</sub>为18.3kg。按照东风日产CVT比普通自动变速箱省油15%的比例来算，每车每年减少二氧化碳排放超过486千克，相当于种了26棵树；每年东风日产200万辆CVT车型的减排量相当于

种下了超过5200万棵树，相当于一大片森林。

更现实的是，对于精打细算的中国消费者来说，面对相同性能、配置、价位的两款车型，更加省油的产品往往备受青睐。事关钱包，CVT技术就像一个贤良淑德的“妻子”，无时无刻不在为车主省钱。在东风日产的CVT车主人群里调研发现，车主在向亲朋好友推荐东风日产车型时，往往会把CVT带来的平顺感受和节油效果作为描述的重点，这种“看得见、摸得着”的利益点也更具说服力。相比之下，此前饱受召回事件困扰的DSG技术能否成为奥迪的加分项，在消费者心里只怕还会存有一些顾虑。

