

# 上汽大众 ID 系列车机黑屏故障频现

## 官方公告提供重启方法，支持送店检修

文/图 羊城晚报记者 潘亮 实习生 吕凌毅

近期，不少车主在大众车友社区和第三方投诉论坛反映，上汽大众 ID 系列在使用过程中出现问题，包括车机频繁断网与重启、大小屏幕双黑屏、车辆无法正常行驶等。据悉，涉及的具体车型包括上汽大众 ID.3、ID.4、ID.6 等。车主们认为，上述故障严重影响了车辆的行驶体验和驾驶安全，而上汽大众反应迟钝，未给出实质性的解决措施。



### 车机故障或因高温天气，车主不满解决措施

12月9日，记者采访上汽大众 ID.6 车主林先生，他向记者透露：“在同价位的车里面，大众是比较老牌的，我觉得他们在质保方面会做得比较好，又因为在试驾的时候体验感不错，所以选择了 ID.6。”

据了解，林先生一直将 ID.6 作为日常通勤用车，期间遇到 3 次大小屏黑屏问题。他向记者透露，问题第一次出现是在他行驶在广园快速路上时。林先生表示：“当时我开车发现包括导航在内的所有中控行车信息都没了，点击屏幕也没有反应，幸好我比较熟悉那段路，没有完全依靠导航。等到开出快速路后才靠边停车处理，但如果不熟悉路况或车技较差的驾驶员可能就会遇到危险。”

但上汽大众反应迟钝，一直未给出实质性的解决措施。

12月6日，上汽大众官方公告称，可通过两种措施自主恢复屏幕显示——长按显示屏左下角电源键至中控屏幕亮起；或是锁车后，等待车辆休眠至 SOS 灯熄灭后，重新启动车辆。对于该回复，有的车主并不买账，称有些敷衍，并且应急方法也只是治标不治本。

### 4S 店人员证实故障，不支持退款或换车诉求

记者走访过程中，广州番禺某大众 4S 店技术人员向记者证实，目前，大众 ID 系列车机故障确实多发，投诉较多。目前，公司内部推断是因汽车芯片供应商产品质量良莠不齐导致，经过产品升级，2022 年五月份后出厂的新款已无类似故障之忧。

广州天河某大众 4S 店销售人员表示，上汽大众 ID 系列车机故障引发原因，可分为硬件问题与软件问题两类，针对硬件问题，车主可直接前往 4S 店进行全车检测，如发现硬件损坏可直接更换；针对软件问题，车主可按照大众官方声明中的相关方法尝试解决，或前往门店进行软件升级。

他还表示，目前公司已有相应升级模块，上汽大众总部下放软件升级到 4S 店后，车主可在方便的时间前往升级。而面对部分车主要求退款、换车的诉求，相关人士回应称，车机系统

并非汽车主要部件，车机系统故障不属于车辆部件结构损坏问题，故而目前并不支持此类诉求。

### ID 系列车机故障或影响大众电动车整体布局

ID 系列作为大众新能源转型的关键产品，在推出之初便被寄予厚望。但本次车机故障涉及包括上汽大众 ID.3、ID.4X、ID.6X，及一汽大众 ID.4 CROZZ、ID.6 CROZZ 等多款车型，无疑让消费者对于大众 ID 系列车型的信心大受打击。

在乘联会发布的 2022 年上半年新能源厂商销量排行榜中，一汽大众和上汽大众分别位列榜单第 14、第 15 名，销量分别为 41736 辆与 37316 辆，相较于比亚迪、特斯拉与一众国内头部造车新势力来说差距较大。

数据显示，2022 年前三季度大众集团共售出 36.64 万辆纯电动汽车，而中国是大众集团全球最大单一市场，是同比增长的主要来源。业内专家表示，汽车作为复杂程度较高的大宗商品，因零部件缺陷、软件适配冲突问题均可能导致车机故障的质量问题，对车企来说，关键在于应建立完善的沟通渠道和应对机制，通过直接与消费者对话、快速更换不良硬件、落地软件升级模块等措施，维稳产品力，让品牌形象深入人心，若不能快速给出让消费者满意的答案，ID 系列车机故障将影响大众后续相关车型发布计划与销量。

# 宝马卓越品质助推市场高速增长



前瞻战略赋能高质量发展，全价值链质量管控体系贯穿生产始终

伴随世界科技浪潮的蓬勃之势，中国正在加快构建新发展格局，着力推动高质量发展。随着宝马电动化战略的不断深入，广大公众对于宝马的追随与向往日益提升。细探宝马市场份额不断增长的原因，正是“质量第一”的理念在发挥强大的作用。秉持这一理念，宝马不断提升制造水平、强化质量管理，获得了用户的衷心支持，构建起与消费者之间的亲密关系，并持续将产品质量提升至新的高度。

如今，制造业正面临高端化、智能化、绿色化的转型挑战，而宝马集团也正在全球实施面向未来的 iFACTORY 生产战略。这是宝马对全球生产网络化的一体化愿景，以“精益、绿色、数字化”推动质量升级，打造行业高质量发展标杆。今年落成的沈阳里达工厂，就是这一战略落地中国的最新例证。作为宝马集团第一座从一开始就完全在虚拟环境进行规划和模拟的工厂，里达工厂整合了 iFACTORY 战略中“数字化”的全部要素，以智能制造确保产品质量。同时，里达工厂也是“精益”的典范，这里有宝马全球首个整合了所有测量分析和方案优化的技术中心，通过高科技几何光学测量系统(GOM)，在全球范围内首次将白车身测试与整车测量两种功能合二为一，可以让检测更加高效，并提供更全面、更准确的检测数据，以确保交付给客户的产品拥有最佳品质。

先进的生产基地是打造卓越产品的基石，华晨宝马总裁兼首席执行官戴鹤轩博士对此有精辟的论述：“高质量的生产制造体系是制造高质量产品的前提。自 2003 年成立以来，华晨宝马始终坚持以智能制造，在沈阳建成了行业领先的智能制造生产基地，并将继续致力于引领中国汽车行业的产业升级和绿色转型。”

要完成高质量产品制造，在生产“硬实力”之外，质量管理体系也必不可少。从研发开始，宝马就严格控制质量，沈阳的研发中心拥有超过 70 个测试台架，量产前将完成 100 多个涉及排放、安全、NEV 检测的检查实验。宝马还设置了从电芯到整车各级的严苛测试，涵盖了 128 次机械测试、994 次软件功能测试，通过严格符合标准的测试与

检验，确保产品质量安全。在生产过程中，宝马沈阳生产基地通过研发、采购、生产一体化的质量控制，统一协作、统一标准、高效决策，使潜在的质量风险得到最大程度降低。

随着多年对质量方面的不懈探索，当下宝马已经拥有一套贯穿全价值链的强悍的质量管理体系。在研发、生产、供应链、销售、交付、售后六大环节都制定了明确的流程和方法。各环节全部坚守“零缺陷”原则，并做到全过程的“质量追溯”，从而保证每一款产品全面卓越的高品质。不仅如此，宝马还保持着世界一流的管理体系标准，并于 2022 年获得了由中国质量认证中心(CQC)颁发的 ISO9001 质量管理体系认证证书。在 2020、2021 年的 CCC 年度工厂审计

中，宝马通过了所有认证随机检查，取得了“零发现”的好成绩，被授予国家强制性产品认证(CCC)A 类企业称号。

以客户为中心的质量控制，同样是宝马整体的质量策略，也是“零缺陷”原则的最终目的——确保交到用户手中的每一款产品都是品质优良，完美无瑕的舒心之作。宝马通过独有的研发-制造-维修-改进设计的闭环反馈机制，密切关注客户期望，以实际行动保证全价值链的产品与服务品质，从而赢得客户的信赖。

未来，宝马将继续以前瞻战略赋能生产制造体系，秉持全价值链的质量管理，提升产品质量，打造行业标杆，全面践行高质量发展。

文/威耀祺 图/品牌方提供

# 1500 万销量之上，东风日产强大的韧性与活力

“东风日产速度”有多厉害呢？仅用 19 年，成就 1500 万辆销量达成！

12 月 11 日，一抹“锦绣红”来到了东风日产 1500 万辆整车销量达成的仪式现场。这是一台东风日产 ARIYA 艾睿雅。这台 ARIYA 艾睿雅不仅是东风日产第 1500 万辆汽车，更是东风日产面向未来，迈向下一个 1500 万辆的象征。



东风日产是唯一达成 1500 万辆的日系合资企业

## A “东风日产速度”既快又稳

东风日产成立于 2003 年，第一台 SUNNY 阳光下线，为我国消费者带来了舒适、便利的轿车产品。当年的东风日产，年销量仅为 6.5 万辆。仅仅过了 5 年的时间，东风日产在 2008 年便达成 100 万辆产销规模。从此以后，东风日产就如同安装了引擎般飞速发展。

2013 年，仅用 10 年时间的东风日产就达成累计 450 万产销，再次刷新行业纪录。2018 年，又仅用 15 年时间，东风日产刷新了行业纪录，实现 1000 万辆目标；2022 年，时隔 4 年之后，东风日产再次高质量迈过 1500 万辆规模大关，再次刷新纪录，成为国内最快达成 1500 万辆的合资车企，同时也是唯一达成 1500 万辆的日系合资企业，稳居行业第一阵营。

面对高速的发展，东风日

产并没有沾沾自喜。又或者，正是稳打稳扎、步步为营，为东风日产实现高质量、高速度打下了坚实基础。而卓越的成就，更是少不了全价值链员工凝心聚力、共同奋进的结果。

在生产制造领域，东风日产在雷诺日产三菱联盟工厂综合竞争力排名中，整车工厂实现 10 年 8 冠，发动机工厂实现 7 连冠；2016 年投入使用的先进工程技术中心，承担起创建新型智能绿色工厂、产品前期开发和东风日产生产方式的研究探索使命。东风日产技术中心是日产汽车公司在全球第四个具有同等研发平台的技术中心，实现了以中国消费者需求为主导的自主开发，承担日产、启辰、英菲尼迪三个品牌的车型开发及部分

## B 拥抱未来发挥“龙头”作用

当下，中国汽车产业正面临“消费升级+产业升级”的双升级趋势，我国正从汽车大国向汽车强国迈进。智能网联和新能源已经成为汽车行业发展的两大趋势，东风日产作为汽车企业的“排头兵”，通过全面布局持续在智能与新能源汽车领域发力，助力汽车产业的整体发展，发挥出“龙头”作用。

通过日产汽车赋能，东风日产正在加速智能与新能源汽车领域的布局，实现技术与产品全面导入、全面应用，力求让用户获得更加美好的人车生活体验。

即便是在新能源汽车赛道，面临新势力造车等品牌的冲击，东风日产凭借着深厚的底蕴，领先的技术实现强力转型，通过“混动”和“纯电”展示东风日产在电驱化领域方面强大的科技力量。

上面提到的 ARIYA 艾睿雅，不仅是东风日产全能旗舰电动 SUV 车型，也是东风日产电驱化布局的代表作。而按照“日产汽车 2030 愿景”的规划，日产汽车计划

在未来五年内投资 2 万亿日元，加速推进电驱化产品布局和技术创新，到 2030 财年推出 23 款电驱化车型，包括 15 款纯电动车型。除了丰富的产品布局，在市场规划方面，日产汽车将提升电驱化车型在中、日、欧美等主要市场的占比。到 2030 财年，预计中国和北美市场的纯电动车占比超过 40%。

在智能科技方面，东风日产为用户提供了配置丰富、持续更新迭代的产品。在 2020 年，东风日产就已经推出了全新升级的，拥有自主知识产权的超智联车联网系统。这一系统具备 6 大功能板块，囊括共计 59 项功能，比如远程遥控、全时在线导航和在线语音娱乐、短视频等。目前，该系统的销量已累计突破 350 万辆。东风日产从 2019 年开始持续导入智能驾驶辅助系统 L2 级 ProPILOT 超智驾，截至 2022 年，已经 5 款车型中部署 ProPILOT 超智驾，包括全能旗舰电动 SUV 车型 ARIYA、天籁、奇骏、逍客等车型，得到了消费者的好评。

## “三驾马车”奔向下一个 1500 万

今天的 1500 万辆销量达成，成为了东风日产奔向下一个 1500 万辆的高起点。成功的背后藏着东风日产的创新与变革。今年 6 月，东风日产发布了 2022 年“聚·势乘风行动”，从品牌、产品到用户体验，全方位升级布局。

在接下来的日子里，东风日产旗下日产、启辰、英菲尼迪三个品牌将会协调发展，整合各品牌产品与技术资源，加速驶向发展新航道。

产品规划方面，在未来 5 年，东风日产旗下日产、启辰、英菲尼迪三个品牌根据不同的优势特点，将投放超过 20 款新车，覆盖传统燃油车和新能源车。到 2025 年，东风日产将在 9 款车型中，部署包括 Zero Emission 和 e-POWER 在内的电驱化技术，使电气化车型销量占比达到 40%。面向年轻化的启辰品牌，将成为“绿色先锋”，从 2023 年开始，导入多款新能源系列产品，全面向电驱化转型。智能驾驶辅助系统 ProPI-

LOT 超智驾在核心车型的搭载，将在 2023 年达到 70%，并将在未来推出更高级技术和车型。

在产品运营层面，东风日产也将全面从“产品导向”转换成“用户导向”，通过“东风日产超级 app”作为聚集用户的中心。届时，用车服务将更为多元和智能，集成购车、用车、社区互动等多项功能。计划到 2024 年，东风日产 90% 以上的车型都将搭载超智联车联网系统。

在智能“智”造层面，东风日产还将在“十四五”期间持续加大投入，对现有生产线进行改造，再导入 2 个以上新能源汽车平台，新能源车年产能达到 20 万辆，并进一步加大政企合作，共建智能网联测试场、共同打造智能网联和自动驾驶示范区。

未来，东风日产将以用户为中心，以多品牌、多赛道为核心发展战略，布局新能源和智能化，在 1500 万用户基石之上，成为未来智能汽车生活引领者。

文/莫晓航 图/东风日产提供



东风日产提供配置丰富、持续更新迭代的产品