



涉及部分奇骏、新逍客、第七代天籁等车型

# 9月东风日产召回汽车超百万辆

文/羊城晚报记者 丁玲

10月10日,记者梳理国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心数据发现,9月国内共发布10起汽车召回,共计1204632辆乘用车被召回,单月召回数量创下年内新高。其中,东风日产、奔驰、福特、斯巴鲁、宝马、捷豹路虎、阿尔法·罗密欧和奥迪共8个品牌发布召回,斯巴鲁和宝马分别发起两次召回。具体来看,东风日产召回部分奇骏、新逍客、第七代天籁等车型共计1188020辆汽车,召回规模排名第一。

## 东风日产召回超百万辆汽车

日前,东风汽车有限公司(以下简称“东风汽车”)根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《机动车召回管理规定》的要求,向市场监管总局备案了召回计划。自2023年12月30日起,召回2018年7月23日至2021年9月26日生产的部分东风日产奇骏、新逍客、第七代天籁汽车,共计1188020辆。

本次召回范围内车辆因发动机废气再循环阀(EGR阀)密封不严,内部轴承可能被含氯冷凝水腐蚀,造成阀体卡滞,发动机运转不良,故障灯点亮,CO、NOx等污染物排放增加,存在不合理排放。极端情况下,可能出现低速熄火、动力中断,存在安全隐患。

本次召回活动是在市场监管总局启动缺陷调查情况下开

展的。受调查影响,东风汽车决定免费为召回范围内车辆更换改良后的EGR阀,以消除隐患。

## 斯巴鲁两次召回共计985辆汽车

日前,斯巴鲁汽车(中国)有限公司(以下简称“斯巴鲁”)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,向市场监管总局备案了召回计划。一是自2023年12月4日起,召回2022年2月17日至2022年4月13日期间生产的部分进口BRZ系列汽车,共计538辆。本次召回范围内车辆由于后组合灯中零件的电路设计原因,后LED转向灯及后LED危险警告信号灯可能会出现不亮的情况,无法及时为后车提供警示信息,增加了车辆碰撞的风险,存在安全隐患。斯巴鲁将为召回范围内的车辆免费更换改良后的左、右两侧后组合灯,以消除安全隐患。

二是自2023年10月8日起,召回2023年5月19日至2023年6月6日期间生产的部分进口CROSSTREK系列汽车,共计447辆。本次召回范围内部分车辆的仪表盘线束可能会与转向梁支架边缘干涉,导致电线绝缘层受损、线芯短路。发生短路的电线可能造成仪表盘灯不亮、刹车灯不亮、后视镜摄像头无法显示等;严重情况下可能导致车辆行驶中发动机熄火且无法重新启动,存在安全隐患。斯巴鲁将免费为召回范围内的车辆检查仪表盘线束状态,并在转向梁支架边缘加装防护板,防止线束与转向梁支架之间干涉而受损。如果电线绝缘层损伤但线芯无外露,则在受损电线上缠绕保护胶套;如果线芯外露,则更换仪表盘线束,以消除安全隐患。

## 宝马两次召回部分进口汽车

日前,宝马(中国)汽车贸易

有限公司(以下简称“宝马”)根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《机动车召回管理条例》的要求,向市场监管总局备案了召回计划。一是决定自2023年9月22日起,召回生产日期从2022年12月8日至2023年2月27日的部分进口XM汽车,共计13辆。本次召回范围内的车辆由于车载自动诊断系统(OBD)软件问题,当燃油箱泄漏诊断泵和阀发生故障时,OBD报警灯无法按预期点亮,若车辆燃油箱蒸发系统此时也发生泄漏,OBD报警灯亦无法按预期点亮,存在排放危害。宝马(中国)汽车贸易有限公司将免费为召回范围内的车辆升级OBD软件,以消除排放危害。

二是自即日起,召回生产日期从2022年9月2日至2022年9月15日的部分进口7系汽车,共计342辆;召回1台生产日期为2022年9月2日的进口i7电动汽车。本次召回范围内的部分车辆由于触控板软件问题,欠电

压监控阈值设定值较低,在电池严重放电或意外断电的情况下,无法及时进行欠压保护,可能导致触控板无法显示,造成除雾除霜等触控功能无法使用,存在安全隐患。宝马(中国)汽车贸易有限公司将免费为召回范围内的车辆更换前排中央触控板,以消除安全隐患。

在长假出游、回家探亲、亲子度假、跨年看演出等多重因素推动下,今年“十一”创下热度新高,旅游出行市场迎来近年来最集中释放的出游热潮。记者近日从多个出行平台获悉,今年“双节”打车需求对比去年同期呈现井喷态势,有平台订单量同比上涨80%。此外,跨城顺风车也成了人们“双节”出行的常用交通方式;神州租车发布的《2023年中秋国庆出行大数据》(以下简称“神州大数据”)显示,神州租车呈现“全面开花”景象,峰值出租率、高峰持续时间等刷新纪录。大交通+落地租订单增长超300%,异地订单占比进一步提升。得益于假期变长,单均租期显著增长超30%。新用户订单占比约四成,新能源车订单量同比上涨超300%。

## 打车、租车需求对比去年同期呈井喷态势 旅游出行市场迎近年来最集中释放

文/羊城晚报记者 沈钊 张爱丽

出行需求井喷,合乘跨城成新风尚

“十一”假期的火热,从节前就可见一斑。长途出行打车前往机场、火车站等大型交通枢纽的出行需求在9月28日达到最高峰,相比前一周同期涨幅达197%,每分钟呼叫突破了18万次。9月28日,城际拼车订单相比前一周同期上涨213%。此外,假期期间,用户异地出游时网约车订单相比去年同期上涨117%。

想了解一座城市,怎少了“哥的姐”的讲解。假期期间,来自休闲娱乐、大型枢纽的出租车呼叫分别较节前上涨82%、125%。线上呼叫出租车,已成为越来越多年轻人的假日出行选择。今年中秋国庆的年轻人出租车呼叫较去年同期上涨62%。

作为共享出行的方式,绿色、实惠的顺风车受到用户的广泛欢迎,顺风合乘成为新风尚。因为一站直达无中转等优点,合乘返乡、结伴出游成为火热的出行需求。滴滴数据显示,顺风车订单在长假期间显著增加,日均完单量同比去年涨幅超过200%。跨城订单场景下,用户高频出行里程范围是100-200公里。

哈啰顺风车数据显示,今年“双节”假期,平台内乘客发布的出行需求近4000万,9月28日单日峰值需求规模突破800万,同比增长超过100%。无独有偶,嘀嗒顺风车数据显示,跨城顺风车订单量的单日均值,比9月平日期间(2023.9.1-2023.9.27)高出近九成;同时,跨城顺风车订单在总订单中的占比,则比9月平日高出五成以上。

出行还充分发挥“消费杠杆”的撬动作用,带动休闲娱乐场景“体验式”消费需求显著提升。长假期间,打车前往全国各地大型商圈、户外娱乐等休闲娱乐场景的出行需求在10月1日达到假期最高峰。10月1日当天,休闲娱乐场景的出行需求相比节前涨幅达103%。其中,户外娱乐的出行需求相比节前上涨125%。

滴滴出行资料图

## 租车市场空前“火热”,多项指标刷新历史纪录

这个中秋国庆假期,文旅出行成为热门选择。神州大数据显示,中秋国庆双节期间,持续拉动了整体订单量增长,如三亚凤凰机场、西宁高铁站和成都火车东站等服务网点,在中秋国庆双节期间,登榜神州租车全国最“忙”交通枢纽服务点TOP3。

此外,订单租期显著增长,整体平均租期5天,同比2019年增长超30%;租期5天及以上订单量增长70%。数据还显示,随着主力消费群体的代际迁移,90后、00后持续成为租车出行主力军,年轻用户群体比例呈现上升趋势。而随着绿色出行的理念深入,时尚、智能的新能源车型,越发契合年轻主力消费群体的消费习惯。今年中秋国庆双节期间,新能源车租赁需求快速增长。神州大数据显示,双节期间新能源车订单量同比增长超300%,其中成都、杭州等城市的新能源订单量上涨最快,外观时尚、科技感十足的比亚迪宋PLUS、极狐阿尔法T、小鹏P7/P5、领克01新能源、特斯拉Model 3/Model Y等新能源车受到广泛欢迎。



随着有竞争力的新品密集上市,现金直降、扩大权益、置换补贴等优惠促销力度不断加大,金秋九月,新能源汽车市场需求持续释放,多个品牌新车交付量创历史新高。乘联会预计,9月狭义乘用车零售销量将达198万辆,其中新能源零售75万辆左右,环比增长4.7%,同比增长22.3%,渗透率约37.9%。

值得注意的是,上半年表现不佳的AITO凭借问界新M7力挽狂澜,发布仅25天,累计大定(已交付定金,购车意向较强的订单)超过5万辆,华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东直言:“起死回生,真不容易!”



广州天河区某小鹏汽车体验店内展示的车辆

# “金九银十”新能源车市持续升温

### AITO凭借问界新M7力挽狂澜

文/图 羊城晚报记者 潘亮 实习生 陈磊

问界新M7大定破5万 华为汽车“起死回生”

新能源车交付纷纷破万 多个品牌创历史新高

具体来看,蔚来9月交付新车15641辆,同比增长43.8%,第三季度交付超24万辆,全年累计交付超55万辆的成绩创季度交付历史新高,全年累计交付新车达11万辆。9月份新一代蔚来EC6正式上市,至此蔚来第二代技术平台的全部产品已完成切换。蔚来创始人、董事长、CEO李斌此前透露,随着全国销售团队的扩充和渠道下沉,预计9月底将完成销售能力建设,目标达到每月锁单3万辆,成果将在10月开始逐步显现。

小鹏汽车董事长、CEO何小鹏此前预计,G6车型的交付量将在9月显著提升,带动公司9月交付突破1.5万辆。从最新公布的成绩单来看,G6确实担起大任。小鹏汽车9月交付15310辆,同比增长81%,其中小鹏G6交付8132辆,累计达19381辆。第三季度,小鹏累计交付新车超4万辆,环比增长72%,销量持续回暖。另据了解,2024款小鹏G9上市15天大定突破1.5万辆,其中MAX版本占比超80%。而小鹏汽车冲击的下一个目标将是第四季度公司月交付超2万辆。

同时,9月份理想汽车以新车交付超3.6万辆的成绩继续位列造车新势力之首,创单月交付量

新高,第三季度累计交付10.5万辆,全年累计交付超24万辆。零跑汽车紧随其后,交付新车15800辆,第三季度累计交付44325辆,环比提升30%。力度较大的购车补贴无疑为车企争取了市场,而上个月刚刚在慕尼黑车展发布LEAP 3.0架构及首款全球车型C10,也加速了其全球战略。

哪吒汽车9月全系交付新车13211辆,据报道,刚刚完成70亿元Crossover轮融资的哪吒,将继续在香港寻求2亿美元股权投资计划,上市步伐进一步提速。极氪汽车9月交付1.21万辆,同比增长45.6%,第三季度交付3.64万辆,创季度新高,加速中东、欧洲市场拓展的同时,境外上市计划也紧锣密鼓地开展。

乘联会预估,9月新能源车乘用车厂商批发销量将达83万辆,同比增长23%,环比增长4%。初步测算今年1-9月累计批发592万辆,同比增长36%。乘联会秘书长崔东树表示:“今年‘金九银十’对于车市的促进作用很大,消费回暖。”中秋国庆黄金周激发远途出游需求,各地车展排队举办,叠加地方政府发放汽车消费券和车企巨大的优惠促销力度,私人购车意愿进一步释放。

纵观9月份各品牌的表现,进步最大的莫过于华为与赛力斯联合推出的AITO汽车。国庆假期最后一天,余承东在朋友圈公布问界新M7销售战报,10月6日单日大定量就达到了7000辆。AITO方面也表示,自9月12日问界新M7发布,短短25天,累计大定已超过5万辆,这意味着,仅黄金周8天假期,该车系大定就突破2万辆。余承东直言:“起死回生,真不容易!”这场胜仗无疑为华为汽车业务注入了一针强心剂。

2022年,华为将自身在智能通讯领域的领先技术和品牌影响力带到新能源车市,与赛力斯合作推出AITO品牌,问界M5、M7、M5 EV等车型相继问世,去年累计销量接近8万辆,俨然成为市场“黑马”。不过,今年年初的车企价格战却伤了问界系列的元气,1月份全销量仅4475辆,相比前月几近腰斩,此后销量持续低迷,游走于月均3000-5000辆区间,其中,老款问界M7销量甚至连续

数月不足千辆。华为汽车业务的盈利压力很大。今年上半年,华为整体实现销售收入3109亿元,其中智能汽车解决方案业务收入为10.6亿元。据了解,汽车仍然是目前华为唯一亏损的业务,每年研发投入高达几十亿美元,直接和间接研发人员10000人。“要实现盈利,华为要帮车企卖100万辆。”余承东此前坦言,智能网联汽车只有两三年的机会窗口,如果没抓住,将来这个市场就跟华为没关系。他将华为为车BU的盈利期限定在2025年。

今年以来,华为高管曾在多个场合表示将坚持长期主义,在研发上持续压强势投入。技术创新是一条长线,而对承压的华为汽车业务而言,远水如何解近渴?面对外部冲击,我们会快速改进,今年会在零售、服务、交付等领域全面优化,同时优化机制,增加门店暗访等手段,提升整体服务能力,让用户有更好的购车、用车体验。”余承东表示,华为将继续加大在智能汽车

领域的投入。从近期华为光产品线总裁靳玉志接任车BU CEO,余承东改任董事长的人事调整来看,华为推进车BU实现商业成功的决心依旧。

9月12日,华为发布新款问界M7。这款“花了5个亿全新升级打造”的新车,配备鸿蒙智能座舱3.0和华为ADS 2.0高阶智能驾驶系统,可以在不依赖高精地图的前提下可实现高速、城区高阶智能驾驶。空间体验方面,新M7推出5款车型,并新增五大座配置;价格方面,多重优惠力度加大,起售价下探至24.38万元,比竞品低了将近7万元。

受益于新车超预期热卖,赛力斯(601127)近期股价迎来持续上涨,连续三个交易日涨停。10月10日开盘再封涨停板,报67.42元,截至10日15时收盘,公司市值达到1016.3亿元,突破千亿元大关。

国金证券研报中提到,Mate 60/Mate X5系列带动华为热度空前上涨,叠加新车定价超预期,以及安全性等品质改进,带动问界进店量、订单数暴涨,预计M7带动下问界品牌月销有望重回万辆行列。近期网传的供应商截图也显示,赛力斯正加紧提升问界M7产能,以保证到11月前供货能力提升至每天750辆。



广州市白云区一华为自营店外展车

广州市民试驾AITO问界新M7车型