

# 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 吕凌棘

近期，不少车主在大众车主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。

此前，羊城晚报曾在羊城派APP推出报道《上汽大众ID车型黑屏、断网等问题不断，疑车机集体爆发质量问题》。近日，羊城晚报记者就相关车辆的质量问题，采访了ID车主、4S店工作人员。



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熄火后，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年五六月份后出厂的新款已无类似故障之忧。

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，但如果熟悉路况或车技较差的驾驶员可能就会遇到危险。”

值得注意的是，林先生前后三次遇到车机故障均发生在广州夏季高温天气中，4S店工作人员向林先生表示，车机故障属于正常现象，出现之后重启即可，如多次重启仍无效可将车送往4S店检修。对这一说法，林先生并不认同，他表示：“不能说天气热就把这当作正常现象，我买车就是为了用的，难道高温天气下，我就不开车出门了吗？”

据悉，林先生车机黑屏事件并不是个例，从2021年6月开始，上汽大众ID系列部分车型陆续出现以上问题，

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4、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。

# 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 宝马卓著品质助推市场高速增长



▲华晨宝马总裁兼首席执行官戴鹤轩博士  
◆几何光学测量系统(GOM)对整车进行完整的扫描

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、更准确的全域检测结果，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，华晨宝马始终坚持高质量发展，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，高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质量管理标准，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质量，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/戚耀琪 图/品牌方提供

2022年12月14日/星期三/经济新闻部主编/责编 胡彦 / 美编 郭子君 / 校对 谢志忠

# 1500万销量之上，东风日产强大的韧性与活力



东风日产是唯一达成1500万辆的日系合资企业

“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，东风日产就如同装上了引擎般飞速发展。

2013年，仅用10年时间的东风日产就达成累计450万辆产销，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。

面对高速发展，东风日

产并没有沾沾自喜，反而是稳打稳扎、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、产品同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

造型设计工作。

正因如此，东风日产实现了累计产值超过1.9万亿元，累计纳税2400亿元，拥有全国六地七厂产能布局，销售终端覆盖率超过92%。截至2022年，东风日产销量约占东风汽车公司乘用车销量的1/3；在日产汽车公司，中国市场的销量约为日产全球销量的1/4。东风日产已成为日产全球增长潜力巨大、经营能力突出的企业之一。

十九年的奋斗史，东风日产经历了创业初期的不易，近年来更是直面全球半导体短缺对整车制造、供应链体系以及产品销售等领域带来了不同程度的冲击，直到现在实现了从零到1500万辆的达成。来之不易的成果离不开每一个东风日产人的坚定付出，东风日产股东双方的同心同力。

## A “东风日产速度”既快又稳

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，东风日产依靠着深厚的底蕴，领先的科技实力强力转型，“混动”和“纯电”展示东风日产在电驱化领域方面强大的科技能量。

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国、北美、欧洲等主要市场的占比。到2030财年，预计中国和北美市场的纯电动车型占比超过40%。

在智能科技方面，东风日产则为用户提供配置丰富、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。



## C “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合·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型。到2025年，东风日产将在9款车型中，部署包括Zero Emission和e-POWER在内的电动化技术，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，全面向电动化转型。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。

在用户运营层面，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，新能源汽车年产能达到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1500万名用户基盘之上，成为未来智能汽车生活引领者。

文/莫晓航 图/东风日产提供



东风日产迈向下一个1500万辆



东风日产提供配置丰富、持续更新迭代的产品