

爱车召回？别慌！车主应对指南来了



近年来随着汽车保有量的增加,安全问题受到社会各界的广泛关注。我国自 2004 年开始实施缺陷汽车产品召回制度以来,已经累计实施汽车召回 3000 余次,消除了大量安全隐患。作为汽车用户,很多人可能还没有遇到过汽车召回,如果遇到了汽车召回,车主应该如何既配合厂家实施召回,又能维护自身权益呢?

汽车召回不可怕

“我的车开了一年多了,一直好好的,怎么会有安全气囊问题?”近日,石家庄市民李先生收到一条短信,提示他的汽车安全气囊存在隐患,需进行召回检修,请他联系就近 4S 店预约。因为是第一次遇到召回,李先生向记者咨询:“我的汽车要被召回了,问题是不是很严重啊?”

李先生向记者坦言:收到汽车被召回的短信后心情有点复杂,既庆幸安全气囊的问题被发现了,感觉厂家对消费者挺负责任,同时又担心安全问题,再开车上路是不是有什么危险。

就李先生的顾虑,记者咨询了该品牌石家庄的一家 4S 店。该店的售后服务总监吴先生对记者说,该品牌近日确实召回了部分车辆,主要原因是副驾驶安全气囊气体发生器的过滤网尺寸偏差,如果车辆发生事故触发副驾驶安全气囊,可能导致过滤网破损,气囊无法按正常形态展开,无法起到预期的保护作用,增加乘员受伤的风险,存在安全隐患。

吴先生说,车主应该以平常心看待汽车召回。汽车 4S 店将为本次召回范围内的车辆免费更换改进后的副驾驶安全气囊,以消除安全隐患。他建议接到召回通知的车主在前往 4S 店之前,提前给 4S 店打电话沟通,了解故障处理的预计时间和维修排期。由于召回车辆可能较多,更换设备需要时间,维修排期可能会较长。因此,提前预约可确保车主能及时得到处理,避免不必要的等待。

汽车召回已成为常态

根据国家相关法规,汽车召回是指汽车生产者依据《缺陷汽车产品召回管理条例》所规定的程序,采取包括修正或补充



■工人师傅在检测一辆汽车。新华社记者 孙凡越 摄

标识、修理、更换、退货等措施,旨在消除汽车产品中可能引发人身伤害或财产损失的缺陷。尽管大多数召回车辆在召回时并未表现出故障症状,但召回本身可以被视为一种预防措施,以避免潜在的安全风险。自 20 世纪 60 年代起,欧美日等发达国家和地区已相继建立召回法律制度,以加强汽车产品的安全监管。

自 2004 年我国实施汽车召回制度以来,国家已陆续出台了三次汽车召回相关政策条例,不断推动我国汽车召回制度的完善。在这一过程中,我国汽车召回的数量与次数均呈现出显著的增长趋势。据市场监管总局缺陷产品召回技术中心披露,截至 2025 年 9 月,我国累计实施汽

车召回 3230 次,涉及车辆 1.2 亿辆。

汽车召回是不是就意味着汽车质量不佳呢?石家庄一位业内资深人士对记者说,汽车作为集劳动密集型和技术密集型于一体的工业产品,由数十万个零部件精细组装而成,生产过程中难免会出现瑕疵。因此,国家设立了汽车召回制度,旨在应对汽车产品的复杂特性。事实上,随着汽车行业的快速发展,召回已成为常态,这是为确保消费者安全所采取的必要补救措施。

某汽车品牌河北区域经理对记者表示,随着汽车电动化、网联化、智能化技术的加速融合,消费者在享受新技术带来便捷体验的同时,也面临一些潜在风险。智

能网联技术的复杂性导致车辆电子系统问题增多,也推动了汽车召回数量的上升。“事实上,比召回更可怕的,是从不召回却持续出现同类事故。”

当爱车被召回时如何应对

一般来说,汽车厂家都会通过短信或电话等形式通知车主召回信息。接到召回通知后,车主应该打电话给汽车 4S 店,确认召回流程和时间。同时,车主也可以通过电话或直接登录国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心官网进行确认。

汽车召回是否意味着车辆将被退还或替换?根据相关法规,汽车召回是指汽车生产者采取一系列措施,包括修正、补充标识、修理、更换零部件或退货等,旨在消除产品中可能存在的导致人身伤害或财产损失的缺陷。召回过程多数情况下是通过免费修理或更换部件来解决问题,退车和换车的情况较为罕见。

根据相关法规,汽车生产者必须免费为车主提供召回维修服务,包括更换缺陷零部件、软件升级等,不得收取任何费用。消费者如遇到召回收费的情况,请注意索要维修单据、收费单据和发票等证据,及时向生产者反映,并通过市场监管总局进行报告。

召回维修完成后,车主应注意索要维修记录,要求提供书面维修单据并注明维修具体事项,如更换零部件的名称、品牌、型号和费用等。

所有召回活动均受到国家主管部门的严格监管。消费者对于召回的意见和反馈是监管部门进行决策的重要参考。因此,车主若对厂家的召回措施有任何异议或不满,均可通过汽车质量投诉热线电话向相关部门进行反映和投诉。

本报记者 王力

拥抱万亿级消费大市场 汽车产业迎广阔新机遇

□新华社记者 唐诗凝

家庭用户对“大空间、多座位”的需求推动新能源 MPV 热销,三排座椅容纳全家舒适出行;“颜值控”偏爱科技范儿,智能座舱、语音交互定义全新“生活空间”;户外爱好者催生新能源越野车市场,既能攀爬 45 度斜坡,又能实现 1000 公里综合续航……

新出台的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》提出,到 2027 年,形成 3 个万亿级消费领域和 10 个千亿级消费热点。智能网联汽车,作为重点布局的 3 个万亿级消费领域之一,正迎来广阔发展新机遇。

如何挖掘更大汽车消费空间?实施方案明确,增强供给与需求的适配性,进一步释放消费潜力。例如,聚焦智能网联新能源汽车等重点行业,打造百个标志性产品、百家创新企业和一批可体验可推广的新产品首用场景样板;鼓励新能源汽车等领域绿色低碳消费;支持企业深入农村开

展新能源汽车下乡活动等。

“适配,就是消费品生产供给端主动适应消费趋势变化,从产品设计开始就精准匹配多元消费需求,实现供给和需求的双向奔赴。”工业和信息化部副部长谢远生说,要实现生产和消费从量到质的转变,让企业从生产更多向生产更对、生产更好转变,以高质量供给激发和满足各类消费需求。

最近几年,人们的一个直观感受是,身边的新能源汽车越来越多了。

从 2020 年的 140 万辆左右跃升到 2024 年的 1300 多万辆,我国新能源汽车产量实现跨越式增长,市场规模也同步扩容,大概翻了三番多。最新数据显示,2025 年 10 月份,新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 51.6%,占有率首次过半。

面对不断增长和日趋多元的汽车消费需求,供给端的提质升级也迈出新步伐。

目前,我国已建成涵盖智能座舱、自

动驾驶、网联云控等在内的完整智能网联汽车产业体系,大算力芯片、多模态感知、智能线控底盘批量上车,人机交互、协同感知等技术全球领先,搭载组合驾驶辅助功能(L2)的乘用车新车销量占比超过 60%。

当车间装上“大脑”、生产线走进“云端”,柔性“智造”能力持续升级的浪潮中,中国汽车企业既能及时捕捉技术升级的前沿动向,又能快速响应消费者需求的细微变化。

行业企业加大投入,攻克了一批技术难题,产品质量性能显著提升。例如,纯电动乘用车平均续驶里程接近 500 公里,动力电池单体成本降低 30%、寿命提升 40%、充电速率提升 3 倍多。充电桩、换电站等基础设施更加完善。

以消费升级引领产业升级,以优质供给更好满足多元需求,汽车企业在实现供需更高水平动态平衡上持续发力——

瞄准年轻个性化市场,零跑推出紧凑型纯电轿跑 Lafa5,定位“10 万元级”价

格,带来兼具颜值与性能、智能与品质的全能体验;

加强行车安全性,极氪 9X 在底盘控制上融入 AI 算法,借助加速度计、路面识别雷达等 43 个感知单元,实时感知路况和驾驶意图;

打造“可充可换可升级”的能源服务体系,截至目前,蔚来在全球累计建成 8400 余座充换电站,全场景化的加电服务满足各种出行补能需求……

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋说,打通汽车消费堵点,扩大新能源汽车推广等一揽子措施,将进一步活跃汽车消费市场。“要继续深入推进智能网联技术产业化应用,加速汽车产业转型升级,以创新供给释放更广阔的市场潜力。”

“下一步,我们将推进汽车流通消费改革试点,扩大二手车流通,拓展汽车改装、租赁、赛事、房车露营等汽车后市场,全链条扩大汽车消费。”商务部市场运行和消费促进司负责人杨桦说。