

## 3.15 特別報道追蹤

汽车“三包”呼吁立法制度 汽车消费者权益谁来保障

## 成就汽车消费大国需要提升消费环境

◎本报记者 富璐

3·15 已经过去快一周了，但北京车主徐先生的心头还是沉甸甸的。他购买仅 20 个月的某法国品牌汽车，状况不断，令他烦不胜烦，3·15 当天，他再次致电北京消费者协会的热线电话，投诉他的汽车存在的质量问题。北京消协也给他推荐了一名律师。然而，经过与消协指定期律师的多次沟通，他现在已经彻底绝望。因为该律师告诉他，作为奢侈品，汽车产品在售后没有‘三包’的法律规定。”徐先生发现自己投诉无门。他向记者坦露了自己的困惑：汽车消费者的权益，谁来保障？

### 发动机发来“蟋蟀”叫声

法律系毕业，现在北京从商的徐先生在 2006 年 6 月，以 20.88 万元的车价，加上其他各种税费共计 23.4 万元的价格购买了一辆来自武汉、某法国品牌的在中国的合资企业的轿车。他也是该产品上市以来的第一批用户。

他没有料到的是，在当天开车回家的过程中，他就发现了发动机有异响，在接下来用车的 20 个月的时间里，他换了三个水泵、变速箱的电池阀门、出水丝，后来又出现后减震器异响、油门滞后，前挡风自己开裂 40 厘米，后车门雨天会响等各种问题……虽然 4S 店已经帮他修好了大部分的小毛病，但发动机的异响直到现在还没有找到原因。

其实，声音也不大，宛若蟋蟀叫声，但是每天一开车就能听到，实在很心烦，哪个消费者能受得了呢？”

在发现问题后，徐先生数次打过该厂商的 24 小时热线电话，但是答复都是一样的，厂商把所有的问题统统推给了 4S 店，不愿意直接面对消费者。事实上，徐先生对 4S 店的服务还是很满意的，对方看这辆车的毛病实在太多了，主动答应延长一年的免费保修。

即便这样，徐先生还是萌生了卖掉该车的想法。然而，仅仅使用了一年多的新车，在二手车市场上也只能卖出一半的车价，他将损失 10~11 万元。而如果不卖，继续使用，说不定什么时候该车又会出故障，让他在赴客户公司谈判的路上抛锚，而此种情况已经发生了好几次。

我发现，我买了这辆车之后，出行变得更不易。质量不好，是厂商的问题，但当初选择了该品牌，是我的错。”无奈之下，徐先生只能得出这样的结论。

在该品牌发动机、变速箱异响的投诉事件在全国各地（北京、广东、山东、江苏等省）频频发生的情况下，本报记者发现，汽车消费者更在意他们的合法权益

本报 3·15 推出的汽车投诉特别报道，在业内形成广泛影响的同时，也引发了更深层面的思考。

为什么在中国这个全球第二大汽车消费大国，汽车消费者的维权之路还如“漫漫长夜”？媒体在监督引导乃至净化社会不良氛围的天然使命之外，更呼吁汽车“三包”制度尽快推出，建立独立的技术鉴定部门，厂商承担、落实应尽的社会责任，消费者也应保持理性，合理合法地维护自己的权益。

成就汽车消费大国需要提升消费环境，形成健康优质的汽车商业环境。

是否能得到维护，现在退车或者赔钱，我都已经无所谓了。”徐先生这样表示。

### 没“三包”汽车售后问题百出

据该厂商市场与对外宣传部高级经理介绍，该品牌已经在中国市场销售了两年，市场保有量达到了 5 万辆。

既然已经有这么多的用户，靠口碑传播，也会带来不少的该品牌的关注者和潜在消费者，厂商理应在品牌维护、售后服务环节做好功课。

来自上海通用技术部门的相关人员对记者表示，任何一名负责的厂商，都应该实事求是。如果确实是发动机的问题，就需要向消费者、媒体解释清楚，及时处理。另外，关于车辆异响问题，也应该分为两个层次来理解。首先，如果是不影响正常驾驶的批量车辆上发生异响，厂商应该及时更换；其次，作为车辆的核心零部件，发动机和变速箱出现异响，这可能是汽车出现大毛病的征兆，应该处于召回的范围之内。因为一旦出了故障或安全问题，厂商是要负法律责任的。”

消费者的徐先生表示，现在一些问题车主，借车辆的质量，要求厂商赔偿，他认为是没有必要的。但厂商在明知有质



量问题的情况下，还死不认账，更是不对的。现行的法律制度不能只保障企业的利益，使消费者始终处于弱势群体的位置。

北京凯亚律师事务所主任董来超先生对记者表示，我国在这方面的立法也存在一些空白，比如说汽车是一个大众消费品，像房屋一样，但在汽车市场里是没有三包的，2000 年 12 月 30 日国家曾出台了一个质量监督草案，但是这个草案仍然还没有一个确定的结果出来，你买衣服可以三包，但是汽车没有。

同样来自北京凯亚律师事务所律师蒋苏华说，厂家出了一些三包规定，但是有很多的漏洞，自己对外承诺说三包，但是里面有一些附加条款，我觉得不能叫三包，只是对外的宣传而已。

据业内人士介绍，世界各国都有自己的汽车消费者保护制度。俄罗斯于 2007 年 12 月 13 日开始执行新的《消费者权益保护法》，规定消费者购买包括汽车在内的“技术复杂型”商品，只要在 15 日内发现瑕疵，可以有权拒绝履行买卖合同，要求卖方无条件退货。

在德国，维护汽车消费者权益的有全德汽车俱乐部。它是全欧洲最大、世界第三大的多功能汽车爱好者俱乐部，截至

2008 年该俱乐部已经拥有 1600 万会员。该俱乐部经济独立，反过来，各个汽车以及零部件制造商都得对它非常敬畏。全德汽车俱乐部给厂家和商家提出的产品质量意见和服务意见都是各个厂家和商家最重要的改进方向。

### 呼唤健康汽车消费环境

汽车安全技术研发工程师秦玉学先生认为，汽车消费环境的好坏是一个汽车普及化社会是否能持续健康发展的基础。汽车消费环境的完善与治理也是一个准汽车普及化社会的必修课。

在 2 月底发布的《2007 年全国消协组织受理投诉情况统计分析报告》中，汽车仍是投诉的热点难点。2007 年，汽车投诉上升 5.6%，在投诉上升产品中位居第二位。消费者对汽车质量的投诉占汽车投诉量的 63.2%，诸如发动机、变速箱、底盘、仪表板等关键部件在使用不长的时间内就出现质量问题，消费者花几万、几十万甚至上百万元购买的高档商品却不敢放心使用。

中国消费者协会监督部主任任静女士在 3·15“企业责任与消费环境”主题活动中指出，《保护消费者利益良好企业社会责任导则》已经实行一年多了，

其中第六条提出，售后服务方便快捷；售后服务对于满足消费者的诉求、解决消费争议，同时树立一个企业良好的诚信形象，是非常重要的。一个有社会责任感的企业，应该保证它的售后服务体制的完善，人员应该熟练掌握相应的售后服务的技能。

任静女士还表示，企业在化解纠纷的时候应该及时公正。消费者投诉的时候，消费者权益得不到解决，很大程度上就是企业拖延解决，而且一些企业设置种种障碍，比如推卸责任，让消费者找一些机构进行不必要的质量鉴定等一些推卸责任的手段，来拖延解决消费纠纷，使这些矛盾越来越激化。

因此，现代投诉程序也应该建立起来。任静认为，消费者的权益受到了损害，企业自身的发展也难以获得消费者的支撑；同时，企业应该制定方便快捷的投诉程序，公正的解决消费争议，满足消费者的合理要求。

汽车消费大国的成长依托于优质的消费环境。从现阶段来看，中国汽车消费者权益保护，也必须要构建一种立体的保障体系，除了政府在法规方面加大对厂商的约束外，消费者非常需要一种为他们服务、能和他们平等沟通的机构。

### 记者手记

## 让消费者维权不再“难于上青天”

◎本报记者 富璐

在调查此次汽车异响事件的过程中，消费者无助无奈又愤怒的心情让记者的心绪也久久难以平静。最大的发现是，中国汽车消费者的维权遭遇六大难题：质量投诉举证、索赔难以奏效、售后无法满意、召回步履艰难、维权费用奇高、法律法规很不完善。

中国质量协会高级工程师郭明厚对记者表示，汽车产品基本上没有“三包”的法律规定，而且现在也没有一个统一、法定的鉴定机构，存在法律空白。之前好几起汽车召回事件都是因为车主出了安全事故，国家公安部门介入调查后，给出了关于汽车质量存在问题的鉴定，这是最权威的。

现在的问题已经超出了技术范畴：当发动机出现异响，但还没有发生事故时，厂商就可以不闻不问吗？难道非要发生一些大家不愿意看到也无法预料到的事故，才能引起足够的重视？汽车消费者，不是用来检验汽车安全标准的小白鼠！

令人欣慰的是，本报报道之后，厂商也已经转变了态度。3 月 14 日在深圳某 4S 店门口抗议的车主已经接到厂商的电话，将派华南区的技术专家帮助消费者进行技术会诊，并承诺将尽快解决问题。

事实上，要解决个案并不困难。但我们希望看到的是，企业应对所有的消费者保持一个开放的态度，建立更高效的投诉通道，使消费者获得知情权，使企业与消费者保持良性的互动。同时，企业应该培养起应尽的社会责任感，并将之落到实处。

毕竟，几年来，我国的汽车市场一直保持着远高于 GDP 增速的增长势头，这使中国在 2007 年一举跃升为全球仅次于美国的第二大汽车消费大国。我国正在迈入汽车全面普及化社会，汽车消费大国成长需要一个优质健康的消费环境。

### ■世界观

## 中国要出现一流汽车制造商 就得去闯美国市场

——专访汽车市场预测咨询机构 CSM 全球总裁兼 CEO Mr. Craig Cather

◎本报记者 富璐

进入 2008 年，全球的汽车工业进入一个举步维艰的尴尬境地。能源价格不可遏止地持续上涨，国际能源价格屡创新高。

国际市场原油期价一度升至每桶 111 美元高位。原材料价格也节节攀升，汽车制造成本上升，利润缩减，各地的汽车厂商之间的竞争也越加充分。

从 2007 年开始，美国汽车工业就步入了一个寒冬。在发展新能源车和劳动力成本方面，美国都落后于对手，伴随着全球经济的升温，2008 年的情况更不容乐观。

3 月 18 日，美国权威汽车市场信息公司 J.D. Power and Associates 将其对今年美国市场汽车销量的预测下调了近 5 个百分点，称今年美国汽车销量将创 1994 年以来最低。该公司发表报告称，由于金融市场动荡影响，消费者信心严重不足，预计今年美国市场新车轿车和轻型卡车）销售量约为 1495 万辆，低于之前预期的 1570 万辆。

据报道，不仅是美国本土三大汽车企业，一向受市场追捧的日本丰田汽车公司也对今年美国市场销售前景很悲观。

日本 8 大汽车厂商在美国市场上的新车销量已从 2006 年开始连续 2 年下滑。美国车市的持续低迷迫使日本各大汽车厂商纷纷开始调整在北美的生产和市场战略。丰田汽车公司专务铃木

武修认为，2008 年美国市场的新车销量将出现 10 年来首次低于 1600 万辆的情况。

无独有偶，日本汽车工业会昨天表示，由于国际能源价格高企以及国民收入情况不乐观，2008 财年（2008 年 4 月 1 日开始）日本市场的新车销量（包括微型车）将降至 26 年来最低水平。

同一天，日本汽车工业会会长张富士夫还表示，如果目前的强势继续保持下去，那么 2008 财年日本汽车制造商的盈利将受到冲击。不过，他同时指出，该机构目前还没打算要求政府对汇率加以干预。

全球的汽车行业将何去何从？在这关键时刻，记者昨天独家专访了全球领先的汽车市场预测咨询机构 CSM 全球总裁兼 CEO Mr. Craig Cather。他对本报记者表示，汽车行业正面临五大突出问题：成本控制、新能源使用、亚洲力量逐渐强盛、政府干预以及工会影响。

### 美国汽车行业将在 2009 年复苏

上海证券报：美国政府在去年底颁布了 CAFE 法令（见注释），这是否会成为压垮美国汽车工业的最后一根稻草？

Craig：是的，美国有些地方政府像加利福尼亚、纽约州都已经严格按照该法令执行了，这对汽车公司来说，要求太高了。公司也在抗争。

实行这样的标准，日本的汽车厂商

更有优势。他们很久之前就开始关注燃油经济性、生产小型车，他们更有准备。

现在，北美三大（通用、福特、克莱斯勒）已经开始积极转变，纷纷从欧洲、韩国的子公司引入小型车，改进原来的生产线结构。随着油价的不断上涨，市场对小型车的需求越来越大。只有不断适应市场需求，才能成功。

三大的情况也不尽相同。虽然通用汽车在北美地区的业务有较大亏损，现在扭转力度也在增加，而在南美和亚洲地区，赢利性非常好；福特汽车在全球的增长也很明显，克莱斯勒是最弱的一家。但基本上这三家都没有到破产边缘。

上海证券报：虽然燃油价格刚刚突破 110 美元每桶，如果油价跌到 90 美元以下，大型传统汽油车重返公众视野，那么全力开发小型车、新能源车的企业的努力会不会被浪费？

Craig：从未来的趋势来看，即使油价会有波动，但未来 20 年，基本上都会处于上升通道。对于已经投入大量资金进行新能源研发的企业来说，像日本的丰田，他们的投资不会浪费，至少可以先占领市场，并制定新的行业标准。

上海证券报：通用上周还宣布关闭 17 家零部件工厂，您认为美国汽车企业背负的医疗、养老金等巨大的包袱，能否有望解决？

Craig：今年下半年，通用有望与 UAW（美国汽车工人联合会）达成一项

新的历史性协议。UAW 将做出巨大的让步，同意通用以较低的工资雇佣工人。此举将使通用汽车到 2010 年节约 30 亿的劳动力成本，有望使通用汽车走出低谷。但在 2010 年之前，通用汽车的财务状况不会有大的改观。

上海证券报：虽然美国经济受次贷风波影响，下滑严重，但美国经济具备很强的自我修复能力，我想了解一下美国政府是否会拯救美国汽车产业？

Craig：美国经济无疑是全世界最有活力的经济体之一，没有贸易壁垒。相信在明年，美国经济就会出现复苏迹象，而美国汽车行业将在 2009 年中期复苏。

然而，像上世纪 60 年代美国政府出手拯救克莱斯勒的时光也已经一去不返了。公众也不会支持政府这么做。

另外，布什总统好象对汽车行业也没什么兴趣。呵呵。

### 中国企业收购的最好时机

上海证券报：目前全球厂商都在开展新能源研发，如氢能源、混合动力、动力电池、乙醇、生物燃料等，您认为哪一种技术最有最先胜出？

Craig：现在来看，还没有出现特别领先的新能源技术。不同的消费者有不同的喜好。另外品牌、设计、服务等多种因素将综合起作用。在满足现有排放的基础上，还有出于对成本的考虑。

很明显，厂商会把新能源技术的开发成本转嫁给消费者，原来丰田的混合动力车会给消费者一些补贴，但自 2005 年开始，丰田已经不堪承受，取消了补贴。

平均每一辆新能源车会比相同尺寸的汽油车高出 2500 美元，而消费者很多年节约的油费都抵消不了高出的部分。

上海证券报：在这波经济衰退的大潮中，美国零部件产业受到更大的冲击。有人认为，这是中国汽车工业收购的最佳时机？

Craig：现在，20% 的美国汽车零部件公司活得很好，当中 60% 的企业也能活下来，最后还有 20% 的企业就很难说了。他们从整车厂商那里得到的支持也越来越少。在资本市场，零部件公司的股票也不受重视，融资非常困难。

确实，这对对中国有实力的企业来说是最好的时机。

中国要出现世界一流的汽车制造商，就必须进入美国市场。美国在未来 10 年来还是数一数二的市场。

上海证券报：您是否看好印度 TATA 收购福特豪华车品牌路虎和捷豹？

Craig：是的，这个消息很快就要宣布了。TATA 能够从这次收购中获得世界领先的技术，对于提高其自身产品的质量大有好处。而从全球收购兼并的案例来看，真正获得成功的并不多，像克莱斯勒和奔驰，最后还是以分手收场。



注释：CAFE 指 2007 年 12 月美国颁布的“企业平均燃油经济性标准”。自 2020 年美国新机动车的燃油经济性必须比现有水平提高 40%，即燃油形成里程标准为 35 英里/加仑。