“工程之王”众望所归,“公路英雄”勇创辉煌

和·立·诚赢,上汽红岩2020年营销商务年会隆重举行

摘要:
2020年1月6日,上汽红岩2020年度营销商务年会,在博鳌亚洲论坛大酒店隆重举行。本次年会主题为“和·立·诚赢”,近1000人出席了本次年度盛会,一同回顾2019,展望2020……

■ 毛瑜 吴晓庆 杨建 本报记者 于丹

●上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松

●上汽红岩总经理楼建平

●上汽红岩副总经理、营销公司总经理杨培强作营销工作报告

● 上汽红岩党委书记、副总经理夏洪彬代表公司致欢迎词

1月6日,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)2020年度营销商务年会,在博鳌亚洲论坛大酒店隆重举行。本次年会主题为“和·立·诚赢”。股东方领导、上汽红岩公司领导,以及来自国内外的经销商、服务商、受邀嘉宾和各大媒体代表等将近1000人出席了本次年度盛会。

场外,上汽红岩展示了第七代重卡概念车、5G智能重卡、满足国六排放的杰狮C6 LNG车型及杰狮C6柴油车型、红岩瑞江一体化混凝土搅拌车等众多车型,展现了上汽红岩强大的技术实力。

会议开场,一支“了不起的红岩伙伴”感人视频拉开了本次大会的序幕。上汽红岩党委书记、副总经理夏洪彬代表公司致欢迎词,向一直支持上汽红岩的经销商、服务商及合作伙伴们致以最诚挚的谢意和最美好的祝福。

上汽红岩副总经理、营销公司总经理杨培强在营销工作报告中表示,2019年外部环境剧烈变化,上汽红岩爬坡上坎,厚积薄发。上汽红岩2019年累计销售58077辆,同比小幅增长,市场份额约占5%,三大车型份额持续提升,进一步缩小与行业前端企业的差距;自卸车稳居行业第一,市场份额占20.5%,“工程之王”众望所归;在公路车细分市场,上汽红岩销量暴涨56.1%,其中牵引车增幅67.3%,行业前10强企业中增幅位列第一,“红岩速度”经典再现;专用车板块,上汽红岩成立了专门的专用车事业部,为用户提供更多的用车解决方案和增值服务,2019年搅拌车同比增长165%,增幅行业第一;海外市场同样取得喜人突破,全年共计出口1007台,同比增长96%。

杨培强副总经理在分析了2020年市场与行业趋势后指出:2020年,面对基建投资稳步增长、国三车型淘汰、港口牵引车置换的市场大环境,以及合法合规车辆需求放量增长、天然气动力车型占比提升、按轴收费政策引导的产品轻量化和大容积化趋势,上汽红岩在2020年销量目标7.2万辆,市场占有率≥7%,满意度≥85;实现“自卸引领,牵引跨越,载货拓展”;在专用车市场,将红岩瑞江模式应用到冷藏车和环卫车两大类市场;海外市场目标翻三番,达到3000辆。上汽红岩将以更多的金融措施,给予经销商和客户更大的支持。

上汽红岩总经理楼建平对2019年的工作成果做了分析点评,坦诚地剖析了2019年的成败得失,明确指出了上汽红岩2020年发展方向,共商上汽红岩2020年策略举措。

楼建平指出,上汽红岩在2019年实现了董事会的目标,面对2020年市场的新机遇和新挑战,上汽红岩将“全系下沉”,实现洞察力、组织力、产品力、品牌力和渠道力的全面提升。全力拼搏2020年的“135目标”,发挥“红岩精神”,战出“红岩速度”,实现“销售7万辆,占有率7%,7大重点方向”的整体目标。在2020年,上汽红岩将有158款车型开发按节点投放市场,5G+L4级无人驾驶的智能重卡将批量运营、上汽红岩的第七代全球产品已经开始立项,区域市场和海外市场也将会再上一个台阶。

楼建平强调,上汽红岩始终要坚持“客户为上,产品为本,服务为要,合作为基,说到做到”的企业文化,脚踏实地、奋发图强,让前期的努力在2020年开花结果。

上汽集团副总裁、上汽红岩董事长蓝青松对2019年上汽红岩所取得的成绩表示肯定,对经销商、合作伙伴这一年来的付出表示感谢。他指出:尽管汽车产业面临调整,但重卡行业依然保持增量,上汽红岩必须抓住结构性增长的机会,才能与未来同行。

蓝青松董事长指出了上汽红岩在工作中存在的问题,对牵引车市场发展、海外市场开拓提出了工作要求。他希望上汽红岩团队突破瓶颈,加强产品开发,提升体系能力,以更高的要求突破自我,迅速进入行业第一阵营。上汽集团将为上汽红岩赋能,带来更强有力的竞争力。蓝青松表示,集团和股东方对于上汽红岩有信心。希望上汽红岩能够在3年时间内实现从6万辆到10万辆的目标,实现销量和利润的双增长。

五十四载风雨征程,五十四载砥砺前行,上汽红岩自创立起已走过54个春秋。五十四年来,上汽红岩以和立身,以诚信赢未来,一个个“红岩速度”的背后,离不开所有“红岩人”的团结奋进。在年会的晚宴上,上汽红岩还为2019年度表现突出的红岩人进行了重大的嘉奖和表彰。相信在2020年,所有红岩人将同心聚力,通过深度洞察客户需求,深入挖掘市场机会,必将在复杂多变、日益激烈的市场竞争环境中,继续无畏前行,展现“上汽红岩 中国力量”!

►►►[上接P1]

“拖堂”的十一分钟

“高飞之鸟死于美食,深泉之鱼死于芳饵。党员干部要常修从政之德,常怀律己之心,常思贪欲之害,常戒非分之想……”每天早晨7:40至8:00是华塑股份早会时间。长期以来,该公司坚持“会速议、议速决、决速行、行必果”的原则,令行禁止。而1月8日这天却破了例:党委书记、董事长赵世通带领干部学习《戒不掉的享乐主义”毒瘾”》王晓林警示录,劝吹“廉洁风”,再做“强提醒”。

“要种好分管范围内的责任田,维护职工利益,回应群众关切的焦点问题,让群众监督照射到华塑的每一个角落。”就在一周前,华塑股份召开的元旦春节廉政提醒谈话会上,公司领导刚刚当选各级管理人员曾住管好身边的人,积极营造崇廉尚俭的节日氛围。

华塑股份是淮北矿业集团控股的一家大型化工企业,人财物、产供销一体,自主经营,自负盈亏。公司经济体量大,涉及范围广,存在较多廉洁风险点。为营造风清气正政治生态环境,该公司印制了《在问题上点亮一盏明灯》廉洁读本,公开曝光典型案例,持续释放出越往后执纪越严的强烈信号。构建廉政风险防控体系,通过采取定期发送廉洁短信、重大采购物资全程跟踪、合同上线审批等举措,变事后处置为事前监督,变接访查案为主动预防。

年关将至,这个公司通过党委中心组、党支部理论学习等时机贯彻学习淮北矿业集团《关于持之以恒正风肃纪切实加强2020年元旦春节期间作风建设的通知》和中纪委近期典型案例通报,要求党组织和党员自觉接受党的纪律约束,模范遵守国家法律法规。公司领导班子成员分别到所在党支部参加廉洁“吹风会”,提醒员工自觉抵制腐败行为。举办法律大讲堂,邀请专业律师授课,进一步提升公司干群规避廉洁风险意识和知法、懂法、用法的能力。

“坚决摒弃‘小节无害论’,时刻自警、自省、自励,慎权、慎欲、慎微、慎独,清清白白做事,干干净净做人,确保度过一个风清气正的春节。”8:11,早会结束。深受触动的管理干部们抖擞精神、坚定步伐,奔赴新一天的战斗。

(陈春秋)

对企业家而言,应不断提升自身素质,为国家做更多贡献。目前,我国经济正处于高速增长阶段转向高质量发展阶段的关键时期,《意见》的出台,给市场主体以信心与温暖,更是保护企业家合法权益,鼓励和呵护创新的切实举措,体现了政府越来越开明,中央重视企业家、重视民营经济发展的脉络。

需要注意的是,一些企业家的创新,可能存在突破监管边界的可能,也有一些创新游离在灰色地带。再者,一些企业家在参与涉企政策制定时可能突出自己的“价值取向”,为自己的利益代言,谋取隐形的不当利益。因此,相关的涉企政策需要有谨慎的设计与严格的流程,以免被少数心术不正的人利用。

有鉴于此,在越来越好的创业环境和营商环境下,企业家应该不断提升自己的素质,提升其参政议政的水平,推动国家要素资源的市场化配置,更好地办好企业,为国家、社会作更多贡献。

梅雪风:日前,中共中央、国务院印发《关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》(以下简称《意见》)。在支持民企改革发展方面,《意见》有哪些新突破?

周德文:力度更强,措施更细,范围更广,实质性内容更多。比如优化公平竞争环境,“全面排查、系统清理各类显性和隐性壁垒”;为民营企业排忧解难,发展新方向的金融环境,“保障民营企业平等获得资源要素”“进一步畅通减税降费政策传导机制”“鼓励银行提前主动对接企业续贷需求”;健全平等保护机制,给民营企业家更多安全感。

长期以来,各种有形无形的准入障碍是民营企业发展的重要掣肘。《意见》进一步开放过去民营经济难以进入的市场领域,削减民营经济发展机制性成本,为民营经济开拓了新的发展空间。

进一步放开民营企业市场准入,能增强企业家主人翁意识,让企业干事创业更方便、更畅通,也能让优质企业和产品脱颖而出,提升全社会供给质量,满足人民群众日益增长的美好生活需要。

制度的生命力在于执行。《意见》中的举措能否真正落地,能否转化为民企真正的获得感,关键在于抓好落实。需要加强对地方政府、各金融机构和各个服务企业的主体的督导。

这份立足于民营企业改革发展的首个中央文件的出台,将有效稳预期、强信心、增活力,为民营企业高质量发展带来新的契机。

梅雪风:在营商环境趋好的情况下,民营企业怎么才能实现突破?

周德文:对于民企而言,就要聚焦实业、做精主业、做强做优。

当前,政府出台了很多优惠政策,如果企业自身不讲诚信,政府也不敢主动给你提供服务,只有你自身是一个诚信的企业、高质量的企业、健康的企业,才能获得相关的社会服务。

民企要把自身的企业做好,只有做出了高质量的企业、高质量的产品,赢得了社会的信任,有了信誉度,才能赢得更好的营商环境。

梅雪风:关于优化营商环境,您有何建议?

周德文:为了优化营商环境,激发微观主体活力,中央已经出台了具体政策,或者已经指出了明确思路,进行了详细规划的,我只能提供一些补充性的建议以供参考。

一是树立从企业危机根源出发,探索营商环境优化措施的思路;二是从体系建设上提升银行对民营企业提供信贷支持的积极主动性;三是鼓励政府及社会组织帮助企业搭建资源对接平台;四是研究成立民营企业信用担保基金的可行性;五是完善企业资信评级制度,鼓励开展中小民营企业资信评级;六是针对市场化配置资源的方式,建立有效的监控防范机制。

乡村教育未来系于更多“硬核造梦人”

■ 邓海建 媒体人

以马云乡村教师奖评选为代表的公益作为,亦在以民间的力量,助力纾解当前教育发展中“最短板”问题,进而形成全社会都关注乡村教育的氛围,重构乡村教育的良好生态。

从2018年到2019年,教育领域最受关注的话题一直是“减负”和校外培训机构整顿。在普及素质教育过程中,国家政策导向、家长观念很重要,但最重要的一点,应该是教育资源的均衡分布,是更大程度和更大范围的教育公平。(1月8日《经济日报》)

如果说城市教育的短板在于“非重点校”,那么,中国教育的短板必在于最广袤的农村。无力改变的管理制度、无法融入的城市发展、备受审视的师德尊严和难以自洽的社会角色——这是不久前一份“田野报告”给我国乡村教师群体的精准画像。

在这个唯变不变的大时代,乡村教师依然是乡野大地上农村孩子的星辰大海。他们“心有光芒”,基层教育才会真正“必有远方”。前几日,教育部教师司司长任友群在马云公益基金会首次举办的校长领导力论坛上表示:“我一直想说,和平年代最可爱的人就是我们的乡村老师。”

只是,有些数据可能比较发人深省:比如2016年到2017年,只一年的工夫,全国的乡村学校消失了将近8000所,从接近21万所,减少到20多万所。再比如,教育部曾公布的一组数据显示,2010年至2013年间,全国乡村教师数量由472.95万降为330.45万。短短三年内,乡村教师流失人数达142.5万,流失率达30%。

这些年,一个共识越发清晰:我们是该为乡村教师做些什么了。

一方面,于决策层面来说——早在2018年8月,教育部长陈宝生在第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议上,就提出了将农村中小学编制标准统一提高到城市标准,都按小学1∶19、初中1∶13.5的师生比核定编制,并且对寄宿制学校适当增加编制。另一方面,从实践层面而言——比如山东规定乡村教师晋升职称职务不作论文要求;宁夏对连续在农村中小学工作15年、25年且目前仍在岗的6674名教师,不设门槛和职位限制,直接晋升中、高级职称。湖南也对乡村教师“直接评聘为基层高级教师”打开了制度的绿色通道。此外,以马云乡村教师奖评选为代表的公益作为,亦在以民间的力量,助力纾解当前教育发展中“最短板”问题,进而形成全社会都关注乡村教育的氛围,重构乡村教育的良好生态。

教育,是“一棵树摇动另一棵树,一朵云推动另一朵云,一个灵魂唤醒另一个灵魂”。说到底,教育是人的教育,是文化与文明最美好的“唤醒之道”。这些年来,乡村教师及乡村教育被高调提及,从民间版本的“乡村教师计划”“乡村校长计划”“乡村师范生计划”“乡村寄宿学校计划”等,及至官方版本的“乡村教师支持计划(2015-2020年)”等,皆不止立足于补短板的诉求,更景观照精准扶贫与乡村振兴,为中国乡村教育之天高水阔打造更多的“硬核造梦人”。

点滴作为,磅礴之力。就像我们反复追问的:比如一个民间公益计划,5年助力500名获奖教师,是否能影响我国乡村教育的未来走向?答案也许是肯定的。因为他们像一粒粒种子一样,在辽阔的农村天地“散作满天星”,点亮着一批又一批的孩子。

今天,我们唯有让乡村教师成为体面而尊严的职业,他们才能争朝夕、惜韶华,才能在更大程度和更大范围抵达教育公平,才能让千千万万村孩子看到春风浩荡的未来和“远方”。

坚决向破坏营商环境者亮剑

■ 杜才云 公职人员

对八起破坏营商环境干部的处理,彰显了贵州省维护营商环境的坚定决心,也展示了全面从严治党的决心毅力,传递了破坏营商环境不可为的震慑力。

据贵州省纪委监委消息,1月3日上午,“贵州省营商环境优化提升”新闻发布会在贵阳举行,发布了2019年我省优化营商环境集中整治工作情况并通报了8起破坏营商环境典型案例。

所谓营商环境,就是指发展市场经济所必须的政治环境、经济环境、法律环境、社会环境、治安环境等等。营商环境的好坏,直接决定一个国家或地区经济发展的质量、速度、增量,很明显,营商环境就是不折不扣的生产力。

作为一名商人来说,如果营商环境不好,商人们吃几次亏、办事不顺将心生离意;对于地方来说,投资额大幅减少,营商环境不好的坏名声臭名远扬,影响的不只是财政收入、群众收入,更影响其他投资商、投资项目资金的到来,未来高质量发展堪忧。

本次贵州通报破坏营商环境的问题,有区商务局违规设受服务对象私金礼品,有高新区管委会不作为问题,有公司董事长向企业索要钱财问题,有审批部门负责人向服务对象索要钱财问题,有审批部门违规收费、乱作为问题,有乡镇负责人为辖区民营企业索贿问题,有委营部门科室负责人违规为企业承揽业务并收受和索要钱财问题,有一般干部违规收受服务对象礼品礼金问题,人员涉及部门、乡镇、企业、职务涉及一般干部,也有科级干部,可见,他们都把服务对象当成了“唐僧肉”,营商环境就是这样被一步步破坏的。

对八起破坏营商环境干部的处理,彰显了贵州省维护营商环境的坚定决心,也展示了全面从严治党的决心毅力,传递了破坏营商环境不可为的震慑力,对于广大对于干部来说,又受到一次深刻的教育。

高质量发展经济是中央的总体擘画,不少地方按照中央要求,发展新六任务,经济社会发展形势一派大好。据世界银行于2019年10月24日发布《全球营商环境报告2020》显示,中国营商环境全球排名继2018年从此前第78位跃至46位,2019年再度升至第31位,跻身全球前40,连续两年入列全球优化营商环境改善幅度最大的十大经济体,充分展现了社会主义制度优越性。

值得注意的是,由于受区位优劣、资源分布等客观要素影响,仍然还有些地方经济发展较为滞后,特别需要经济放大经济增量,推动本地二三产业协调发展。在这种情况下,营商环境的好坏无其重要,只允许优化,绝对不允许破坏,对于破坏营商环境的行为,必须亮剑严惩,让政商概念不清的干部醒醐灌顶。

同时,“一个巴掌拍不响”,一些干部不断破坏营商环境的行为,作为企业家来说,也有不可推卸的责任,比如有的企业家为了夺使办事,向极少数干部送钱送物,也是营商环境的破坏者,也需要反省破坏公平竞争的不当之处,主动厘清政商关系,为营造优异的营商环境而努力。

“任人唯财”终落网

戏画闲言

■ 吴之如 文/画

中新社报道,内蒙古自治区包头市人大常委会原党组书记、主任苏荟近日被检方提起公诉。苏荟被开除党籍,被指以组织赋予的人事权力做交易,对抗组织调查;任人唯财,在干部选拔任用过程中收受他人财物;为他人谋取利益,数额特别巨大,依法应当以受贿罪追究其刑事责任。

“原主任”这人事权力用得真到位,在干部选拔任用过程中“任人唯财”;谁给他送上厚礼,就给谁封官。有道是:

“任人唯财”终落网,捞钱美梦成黄粱;贪官哀叹搜霉运,反腐风来心遭凉。

这不,违法乱纪的“原主任”,不但被开除了党籍,还被起诉以受贿罪追究刑事责任。真是早知今日,何必当初啊。

百姓当然期望反腐败斗争能够制度化、常态化,而不是一时兴起,更不是作秀表演;期望政府能够清明,公仆能够廉洁。

童鞋不合格不能“甩锅”给外购材料

■ 魏文彪 编辑

日前,回力鞋业一款童鞋被检测出含有可致“儿童性早熟”成分邻苯二甲酸酯。7日,回力鞋业方面就此事向媒体回应称,样品不合规是因为材料问题,该材料为外购材料。(1月9日《扬子晚报》)

据介绍,邻苯二甲酸酯是一种广泛使用、性能优良的增塑剂,可使塑料从硬塑料转变为韧性塑料,但是,邻苯二甲酸酯也是一种环境激素,不仅对人体多个系统均有毒害作用,还会影响青少年发育,甚至致使男孩“女性化”等。所以,童鞋及其他青少年生活、学习用品中邻苯二甲酸酯超标,会危害青少年健康成长,也会广大家长对孩子的健康充满担忧,让青少年及其家长夹去购买、使用生活、学习用品免于恐惧的自由。

对于一款童鞋被检测出邻苯二甲酸酯不合格,回力鞋业回应称,样品不合规是因为材料问题,该材料为外购材料。而其实,绝大多数企业生产产品都需外购材料,较少有企业自己同时生产产品材料。而企业为了保障自身产品质量,外购材料时需注重加强材料检测、控制,防范采购存在问题的材料被用于自身产品生产。如果企业产品出现问题,便“甩锅”外购材料,不利于企业产品质量获得应有的保障。

正如许多网友指出的,为了降低成本、增加利润,现在越来越多的企业实施品牌外包策略。而在品牌外包情形下,对于产品包括原材料等在内的质量管控,成为一大难题。品牌外包之后,对于贴牌生产企业的行为,品牌所有企业往往鞭长莫及,难以进行有效的质量管控。如此一来,部分贴牌生产企业就可能会出现购买廉价材料、质量管理不到位等情况,进而影响品牌产品的质量。也正因为如此,品牌所有企业在将品牌外包之后,加强产品品质控制,系保障品牌产品质量的必要之举。

回力鞋业同时表示,被检测出邻苯二甲酸酯不合格的产品去年9月已经停止生产和销售,并同步作了下架处理,公司将不断完善质量管理体系,加强对相关工厂的产品质量监管力度。如此从完善质量管理体系入手,强化对于工厂生产行为与产品质量的监督力度,才是有利于保障品牌产品质量,防止问题产品损害消费者健康,同时维护品牌形象,让老品牌在激烈市场竞争中保持“长青”的应有举措。

畅通春运路还需打好“组合拳”

■ 李劲松 国企高管

2020年春运,长三角铁路率先推出了春运包车服务,预计春节前将开行17趟团体包车列车,车型包括9趟“G”字头、3趟“D”字头、5趟普速列车。始发地区涉及上海、苏州、杭州等地,去向为成都、贵阳、西安、郑州、阜阳等西南、西北、中原方向,为大幅增长家流提供了多样化乘车渠道。春运包车服务,用网民的话说,叫“定制列车”。从春运以来的实际效果来看,“定制列车”深受社会欢迎。

应该说,为了广大旅客春运走得了、走得好,最大程度畅通春运,铁路部门没少在春运出行上动脑筋、花心思、绣真功。除了“定制列车”外,长三角铁路先后增开新线和临时列车,运力供给创新高。在高铁线和动车组实行电子客票,推行进站检票一体化服务举措,方便旅客进站上车。加强站区接驳联动,打通旅客出行最后一公里。实行重点旅客乘车依托站车服务联动网络,线上线下全流程闭环管理,全程服务联程接续。推广回空动车组打折优惠,引导旅客反向过节。一招一式,说明了长三角铁路真正服务用心、措施暖心、细节贴心,不断满足人民群众的美好出行需要。

据报道,2020年全国春运预计发送旅客30亿人次,而全国铁路预计发送旅客4.4亿人次,只占比14.6%。因此,对于全国春运工作来说,仅有铁路的种种举措是远远不够的,还需树立全国春运一盘棋意识,打好“组合拳”。道路客运部门要确保车辆始发时状态良好,并适当为驾驶人员设置好休息驿站。路政部门要及时清理悬劳无气带来的冰雪路障,交通警察要严查超速超载,坚决为大型客车与私家车做好保驾护航。民航与水运部门要高度关注气象变化,确保春运安全。

汽车客运站、港口码头与高速一步改善旅客候乘环境,在着力提高环境卫生水平上下功夫,增强旅客的认同感、归属感与舒心度。与此同时,地方各级政府、部门、民间组织也要与交通部门并肩作战,加强对重点群体的针对性服务,协调对接前景,包车包机等服务,引导旅客安全出行、错峰返乡,做好军人及其随行家属优先先优待服务。特殊旅客绿色通道服务,深入推行实施志愿服务,扩大社会参与、丰富春运内涵,发动全国人民无怨无悔地行好春运硬仗。“组合拳”到位了,春运路自然畅通无虞。

换燃气表让用户出钱被罚百万,该!

■ 王恩亮 公职人员

燃气表,家家户户都使用的计量器具,维护、更新成本本应由企业承担。然而,四川安岳一家天然气公司在换表时却让用户出钱。经市场监管部门调查,该公司收取700多户用户换表费用39万余元。1月6日,安岳县市场监管局对该公司作出重罚,不仅责令公司限期退款,还对其罚款118万元。(1月9日《成都商报》)

从报道来看,这家天然气公司是打着安全整改的旗号,通过让用户出钱更换燃气表行政财之实。为什么会这样说?一则从当地监管部门查证看,该天然气公司从2018年9月至2019年8月共收取700多户用户更换燃气表的费用39万余元。二则根据《四川省燃气管理条例》相关规定,燃气表这一计量装置的维护、更新费用都由燃气经营企业承担。

需要指出的是,在这近一年的换表收费过程中,该天然气公司曾于半年前被当地监管部门叫停过,只是他们敛财之心不死,半年之后又重蹈覆辙。更来气的是,该天然气公司此次收费换表只针对农村用户,这就难怪他们被指责,是利用农村群众信息闭塞、法律法规意识不强等,在更新、维护用户使用的燃气表时违规收取用户相关费用。因此他们的这些现象是否成立,就算真有这种情况,也不能成为让所有用户买单的理由。在处理上应该一码归一码,通过报警让警方介入调查、立案,尔后对肇事者进行治安处罚或法律制裁。仅从这一点讲,他们喊冤既站不住脚,也是徒劳的。因此现象,正视自己所犯错误,立说立改,并力求获得用户谅解,才是他们眼下最需做的事情。

新车被鉴定曾碰撞维修,退一赔三理应得到支持

■ 谢晓刚 职员

根据《消费者权益保护法》的相关规定,一方故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况,诱使对方作出错误意思表达的,可以认定为欺诈行为,消费者可以要求退一赔三。

1月6日,江苏薛先生向媒体投诉称,他于去年在江苏省常州市金坛区的某奥迪4S店购买了一辆全新奥迪车Q5L,在提车当天却发现车辆多处有维修痕迹,经检查疑似“事故车”,要求4S店退一赔三被拒绝,目前双方仍未达成和解,已经诉至法院。(1月9日澎湃新闻)

谁遇到这种事情都会觉得很糟心,从薛先生提供的鉴定书显示,2019年7月31日,金坛区人民法院委托苏州一家检测技术有限公司对涉事车辆进行检测,最终,鉴定意见认为:涉案车辆前部有过碰撞,存在维修现象。面对此结果,4S店同意换车并赔偿几万元,但薛先生认为此事存在欺诈行为,要求“退一赔三”。第二次开庭4S店依然不同意薛先生的赔付方案,目前正等待第三次开庭。

就此个案来说,其实案情明了,消费者的权益主张理应得到支持。根据《消费者权益保护法》的相关规定,一方故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况,诱使对方作出错误意思表达的,可以认定为欺诈行为,消费者可以要求退一赔三。而据检测,薛先生购买了这辆新车引擎盖左右翼子板缝隙不均,可见凸起;将车辆轮胎方向拉直,方向盘位置未在正常位置;左大灯、右大灯生产日期均晚于该车辆生产日期;右侧翼子板存在重新喷漆现象。在拆开引擎盖后,检测发现多处有修复痕迹,且前保险杠部分固定卡扣、衝量缓冲泡沫装置左侧已经破损。

很明显,此车到达薛先生手中时,并非全新,有曾碰撞维修痕迹的,也就意味着消费者买到的并非全新车,4S店也没有在出售此车时将车的真实情况告知消费者,这种行为就存在着故意欺瞒。店方以“目前仍无法认定该车辆在售出时为事故车”为由拒赔,实则有偷换概念之嫌,无论此车是否事故车,只要在销售给消费者之前出现过碰撞维修情况,就应该如实告知消费者;反之,则可以视为存在欺诈行为。

或许有人针对此案会提出不同的看法,认为薛先生有得理不饶人之嫌疑,更有人质疑消费者有要挟商家“挣一笔”的想法,毕竟一辆全新奥迪车Q5L价值不菲,如果真要“退一赔三”,岂不让4S店亏到底?

事就这么个事,理却不是这么个理,要想维护市场良性发展,保障消费者的权益,相关法规就必须带电带刺,消费者权益维护无价值大小,即使大到一辆奥迪车,小到一根针,只要是进入市场的任何物件,商家在经营过程中都应秉持诚信的原则,而不能为了一己私利而对消费者隐瞒、欺诈,去触犯法律。唯有如此,方能让法律真正成为人们的信仰,不良商家才会被有效震慑,依法治国才能落地落实。