

狂躁

九大病症之五 维修一团糟

车辆出现故障要修理并不可怕,怕就怕修了一次、两次、三次……这车怎么都修不好。在汽车相关投诉中,这类型的车主最狂躁,他们不明白,是什么疑难杂症让车辆故障久修不愈?是什么因素能令汽车配件迟迟到不了货?买车的目的原本是“车服务于人”,最后却变成“人伺候车”。

“这维修水平,都能让人抓狂”

病例:2009年2月,乐先生去上海通孚祥汽车贸易有限公司特约售后服务点——上海骏吉汽车服务维修有限公司维修车窗玻璃升降器。可修好后,左前车门却无缘无故多出了一个洞。车窗玻璃升降器故障并不算是很大的维修项目,为何意外造成其他损失?这让他不仅怀疑起4S店的售后维修水平。

无独有偶。消费者沈小姐2009年4月在上海联合丰田汽车销售服务有

上火

九大病症之六 隐瞒真相

我们常说,做生意要童叟无欺,但事实上,商家隐瞒真相所引发的纠纷并非少数,而消费者普遍对此“上火”。明知消费者所提新车曾被维修,不说;供货车辆配置与约定不同,不说;部分配置自己加装,不说……商家,你什么时候才能更为坦然地面对消费者?

商家隐真相 消费者苦成冤大头

病例:有句话说“眼睛一眨,老母鸡变鸭”,说的是突然之间一样东西变成了另外一样东西,让人诧异。

心悸

九大病症之七 虚构配置

消费者想了解车辆详情最直接普遍的方法,就是通过厂商提供的产品说明书及宣传广告。但在记者接到的多起投诉事件中,消费者却反映,产品说明书上说的有配置买了车后平白“消失”了,厂家广告言明配置多豪华,到最后却是一场空谈。虚构配置让消费者买车心悸不已。

配置不实,上演狸猫换太子

病例:2009年2月中旬,消费者代先生在上海景文汽车销售有限公司购买了一辆福田迷迪宜商版16L标准型汽车。据代先生介绍,购车时销售员向其宣传,“迷迪宜商版16L标准型搭载

抑郁

九大病症之八 商家服务

服务类投诉始终高居汽车类相关投诉量的前位,遇责任推诿、私扣车主证件、承诺不兑现等都是消费者认为商家服务不规范的典型。而对于消费者来说,从买车到售后都要与经销商打交道,可以说,商家服务优劣很大程度上直接关系到消费者用车生活的品质。

商家为财失信丢客源砸招牌

病例:2009年4月,消费者胡先生 在一家汽车二级销售公司看中了一款车,由于该店没有现车,销售员吴某便将胡先生带到了上海坦达汽车销售服务有限公司。按在二级店谈妥的价钱,胡先生与坦达签订了销售合同。随后,销售员将车辆合格证以及发票等相关证件交给胡先生,但在拿到的单

焦虑

九大病症之九 霸王条款

“这明显就是霸王条款!”签了合同,消费者才发现里面的条款严重侵害了自己的权益,“霸王条款”之所以遭到那么多消费者的“白眼”是因为少数经销商利用信息不对称、供求关系不平衡,将不平等的消费条款强加给消费者,让消费者不仅花了钱还得不白遭受冤气。

霸王条款何时不再“压人”?

病例:去年初,卫小姐购买了一辆轿车。当时准备为新车上外牌,并委托给经销商予以代办,但后来考虑到自

限公司购买了一辆轿车,不久发现车辆在怠速时空调不制冷。随后车辆维修达20多次,依然不能解决故障。

还有一个案例:一排LED灯,在质保期内经销商让车主等了两个多月还无法更换,甚至一度让消费者再等两个月,车主多次沟通未果进行投诉后,3天内配件得以更换。

车主董先生去年10月发生碰撞后在上海交运4S店更换了后保险杠外的拓展护套,谁知仅过了一个星期,董先生便发现新更换的护套有机玻璃板上印有车型的英文开始褪色。这让董先生对于这个被更换上去的新后保险杠护套产生了怀疑:难道这个护套不是正厂件?

开 方:

车坏了,维修那是理所应当的事情。可如果你的车屡次都修不好,更换

的配件又不过关,维修周期拖了又拖,那对车主来说,维修就成灾难了。病例中所描述的情况只是车主投诉维修质量不过关的冰山一角。如今,汽车种类多了,销量大了,相对应维修类投诉也在节节攀升。

作为厂家指定的特约售后服务站,理应在维修水平以及维修技能上过关方可为消费者服务,这是对售后服务商最基本的要求。对消费者而言,由于汽车本身构造复杂,汽车维修更是一项非常专业的职业技能,这使得一般车主在遇到问题时根本无从下手。此时,车主如果对维修质量或维修结果有疑问,应第一时间与售后服务商及时沟通,把问题提出来。另外,维修单据以及维修费用清单等证件一定要留存。如果连续数次仍然不能完全解决车辆故障,根据维修工单和质保期记录等,消费者完全有权利更换一家4S店进行维修,并可要求原4S店

型旗舰版与尊贵版的区别,被告知:旗舰版车型比尊贵型多配备了左右侧气囊和六个喇叭等配置,确定程先生提到的是一款尊贵型车。而程先生之所以购买该车,就是因为 在买车时销售人员表示该旗舰版车型相比尊贵型多了两个侧安全气囊。

虽然最终经销商表示愿意赠送其他的一些保养项目,程先生依然感到不满,但考虑到今后的用车问题,最终还是妥协了。

开 方:

在如今提倡诚信经营的社会中,还是有些商家为了一时的利益,将消费者的权益视而不见,甚至隐瞒本该让消费者知道的信息。像前文程先生



势,主要原因与小改款、2010款等车型陆续推出有关。新改款的车型在配置上发生了变化,或增配、或减配,而此时经销商在并没完全获得准确车型信息时,仍按照老款配置向消费者宣传,以吸引消费者购买。等到提车时,消费者所提车型却与其推介时的不符。



开 方:

据日前发布的2009年度中国汽车产品质量与服务质量投诉分析报告显示,2009年共收到用户投诉近万例,有关新车质量问题和售后服务态度问题的投诉均呈现上升趋势。其中,车主对汽车企业或经销商的服务诚信度越来越在意。在汽车服务质量的投

下,卫小姐咬牙签下了这个不公平的委托书。

没想到,签署委托书后的第二天,卫小姐就被告知车辆在上牌路上出车祸,对方全责,车辆损坏严重。卫小姐要求经销商换车,但遭拒绝,经销商方面提出可以将该事故车维修之后以二手车卖出,卫小姐再补贴一部分费用购置新车。双方各不让步,陷入僵持。后经过调解,双方最终达成协议,经销商向卫小姐提供一辆新车,卫小姐则再支付5000元现金。

开 方:

随着近些年来消费者维权意识的加强,对于合同的内容也越来越重视,其中“霸王条款”严重侵害了消费者的权益。按照我国《合同法》规



给予一定补偿。配件供应不及时已经是一个老生常谈的问题了,至今仍然困扰着消费者。

简单点说,配件出现故障,如果维修解决不了,更换那是必然,若是供应存在问题,就不能得到及时维修。倘若车主遇到此类问题,在一家4S店不能解决的情况下,可以联系同品牌其他4S店。如果配件仍无法提供,那很可能确实是配件周期较长所致。但如果

这样在买车过程中遇到的因为信息的隐瞒造成的纠纷也屡见不鲜。

对此,上海汇业律师事务所律师吴冬表示,《消费者保护法》和《产品质量法》都明确表示,经销商应该保证产品的实际情况与购买前的说明一致。若两者不一致,经销商就应该要承担相应的责任,该退的退,该赔的赔。因为在《消费者保护法》和《产品质量法》中规定,如果消费者购买的产品与宣传手册或广告中宣传的有出入的话,就可以将此类汽车视为有缺陷的产品,而消费者就有权利要求赔偿或退换车辆。在提出赔偿时,消费者一定要携带购车时的凭证和相关介绍广告等作为证据使用。除了事后索赔维护自己的权益,消费者还要知道如何事前提防。首先在购车准备签订合同时,消

开 方:

根据《合同法》规定:出卖人应当按照约定的质量要求交付标的物。出卖人提供有关标的物质量说明,交付的标的物应当符合该说明的质量要求。此外,《上海市消费者权益保护条例》第十六条中也规定了经营者提供的商品的质量应当与产品说明中的许诺相一致。

所以消费者拿到的产品应该与商家所宣传和推介时的产品一致。即便是消费者在事后才发现与原物不符的问题,在技术条件允许的情况下,可以要求经销商或厂家加装宣传时所称的部分配置。同时,消费者也可要求经销商提供相应的经济补偿。但如果双方不能够协调一致时,消费者可以到消协投诉或向法院起诉。就虚构配置而言如果消费者要通过司法途径解决,车主提出经销商虚构车辆配置的主张,应拿出能够证明自己所购车型应

别家可以提供,那么此前由于配件供应不上导致无法维修的过错,就在于原4S店本身了。

由于汽车制造工艺、制造水平越来越高端,对维修水平、维修人员的技艺的要求也越来越高,如果没有有一定维修技能和维修经验,很容易在后期维修过程中出现不可挽回的问题。所以,请厂家和经销商不要“搬石头砸自己的脚”。

费者对于自己比较在意的一些配置或者零件要多询问并获得经销商的肯定答复,有些经销商会给出一些模棱两可的答复糊弄消费者,这个时候消费者必须追问清楚,并且在买车时时刻做个有心人,保存好一切相关单据,比如购车合同、发票、汽车使用手册等。

同时,消费者还可以注意汽车经销商的一些宣传手册、广告,因为销售商为了吸引消费者前来购买车辆,都会在广告或宣传手册上打出一些非常诱人的条件,而一旦由于这些诱人的宣传而引发的纠纷时,这些宣传手册或广告就会成为非常有利的证据,需要进行留存。如果对于一些广告所宣传的内容,消费者有不明白的地方则一定要让经销商解释清楚,并以书面形式附加在购车合同上。

该有该配置的证据,例如商家提供的广告宣传单和车辆使用说明书都具有一定的证据力。

需要提醒的是,虽有了法律保障,但也不能高枕无忧。在实际操作中还要注意,可能由于经销商不承认、车主已经签署了提车确认书等客观原因,使车主原本正当的合法利益无法得到保障。与其事后亡羊补牢,不如事先就做好功课。这里建议消费者,为了预防事后出现不必要的麻烦和纠纷,在提车前应该仔细阅读商家提供的提车确认书,对每一项条款和内容都应该做到心里有数,尤其是模棱两可的条款一定要事先问清楚,必要的话,可以作为补充条款写在合同里面。另外,对于经销商格外推荐的配置或是服务,一定要了解清楚再做决定。再有,如果消费者订车时恰逢厂家新老车型更迭交替,如果经销商没有主动告知消费者车型上发生的变化,消费者应该主动自行了解清楚。

烦。签订购车合同时,消费者要仔细了解厂家或经销商的各项售后服务承诺,不轻信代理人或销售人员的口头承诺,要认真与经销商签订书面合同,确定自己的合法权利。购买合同上要注明提车日期,以防经销商随意延期。

另外,消费者要保存好发票和说明书等相关的材料,以及维修、保养的单据。按使用说明书规定的时间或里程范围到特约维修站进行保养,要求维修站在车辆保修卡上做详细记录,并且维修单据上的记录要和服务站电脑的记录一致,单据上除写明具体的维修内容外,还要有车主自己的签字,避免在以后的维权过程中因法律要件的丢失而丧失维护自己合法权益的权利。在购车后一旦出现质量问题,一方面可与经营者协商,另一方面要向生产厂家了解相关的政策和服务承诺,或向消费者协会投诉、向有关行政部门申诉、根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁或向人民法院提起诉讼,通过正当的法律途径来维护自己的合法权益。

掌握应对“霸王条款”的技能,对合同文件要认真审查,反复研究,过于简略的约定要具体化,可能存在歧义的内容要明确,可能构成损害的内容要删除,枝节问题可以以不坚持,原则问题绝不能让步;此外,还可以向行业主管部门投诉、举报,请有关部门予以纠正或处罚,商品质量问题向消协、工商管理部门投诉,也可向新闻媒体投诉予以揭露。同时,利用《合同法》的有关规定排除“霸王条款”的效力。发生纠纷后,可根据《合同法》的规定,向人民法院主张撤销合同中的“霸王条款”。就汽车销售流程来说,作为经销商,有管理好车辆的责任,应该要保证车辆的安全和完整。此外,作为消费者,在面对一些经销商提出的“霸王条款”时,也不应该盲目签字,给经销商逃避责任的借口。