

2014年热线投诉涉及汽车行业4类问题

“12315”汽车维修维权热线渐热

信阳消息(记者 董文俊 张继疆 刘远强)“2014年全年,我市‘12315’系统共接到涉及交通工具类投诉56件,尽管比2013年略有下降,但是较之前几年,已经有了相当大幅度的增长。私家车的逐渐普及,也让汽车消费类投诉迅速成为近几年12315系统的热点和难点。”3月9日上午,市工商局12315指挥中心主任陈军向记者道出了这样一组数据。

据统计,我市12315热线所接到的汽车商品投诉问题主要集中在四个方面:车辆本身的质量问题,如发动机异响等;消费者在选择分期付款时遇到问题,如必须到指定银行进行办理相关手续等;涉及汽车售后服务问题,如服务态度,零配件以次充好等;以及涉及汽车广告宣传用语方面,如“最省油”“全国销量第一”等用词。

据国家工商总局的统计数据表明,涉及车辆本身的质量问题所产生的投诉中,问题最多的为发动机,主要问题包括渗漏、油耗高、异响、机油损耗大等;其次是变速箱,包括异响、换挡困难、渗油等问题;以及车身及电气,涉及气囊、腐蚀及裂纹、音响、导航仪、车漆、门窗故障等问题;前后桥及悬架主要投诉部位为车桥及传动轴;轮胎主要存在爆裂、变形的问题;制动系统主要问题为存在异响的情况;排放系统主要问题为后氧传感器故障;同时,有部分涉及汽车自燃要求索赔的投诉。涉及汽车服务过程中的投诉中,售前投诉主要的问题在于宣传不实,有些经销商在相关销售材料及官方网站中夸大汽车配置等;在销售过程中,主要的问题表现为合同的制定及执行方面,部分汽车经销商利用消费者对于条款不熟悉进行条款欺诈,甚至出现拖延提车时间、强制保险等恶性销售行为;某些车企仍然存在销售欺诈、二次销售,汽车有问题不告知,甚至收回他人使用过的汽车进行二次销售,侵犯了消费者的知情权;售后问题涉及维修水平、维修价格、恶意修车等行为,其中大部分投诉内容为汽车召回过程中产生的费用纠纷及保修期规定存在异议的问题。

“如果消费者遇到类似问题需要维权,在拨打12315热线电话后,我们将在7个工作日内决定是否受理。在受理后,将转到相关的分局进行处理,按照相关规定,将在两个月内处理完毕。”陈军告诉记者,“我们不仅要消费者的权益进行维护,而且也要对相关的经销商进行处罚。”

关于“决定是否受理”,陈军解释道,例如由于互联网购物方式逐渐发展,越来越多的消费者开始尝试利用互联网购买零部件。随着购买量的增加,有关汽车零部件的投诉量也逐渐增多。由于目前我国非现场购物仍处在发展阶段,消费者在大型购物网站购买汽车零部件后售后服务跟不上,导致消费者权益被侵害。“类似此类投诉,市工商局12315热线暂时无法受理。”

“携手共治、畅享消费”是2015年“3·15”的主题。在过去的一年里,本报记者协调处理了某品牌汽车自燃事故,协调处理了消费者本是图方便贷款买车却多交了近五成车款的事件,协调解决了消费者在某品牌汽车4S店内修车时本车零件被拆下售出的事件。新的《消费者权益保护法》正式实施已有一年,“挑刺”有理,“较真”没错!如果您在购车及保养时有什么感触很深的维权经历,不妨跟我们分享。

联系电话:13700760051

联系邮箱:xyrbqcsd@163.com



过度维权 动了谁的奶酪?

张继疆

2014年,笔者在《信阳晚报》“小张帮忙”栏目中,曾多次参与帮助消费者维权的行动。在记者调查的过程中,不少消费者都曾提出“是不是拉个横幅,把事情闹大”类似的想法,希望自己的事情能够引起重视,尽快得到解决。对于此事,笔者的态度很坚决,“绝不提倡采用任何过激行为进行维权”。然而,当又是一年“3·15”到来的时候,笔者在对我市各大汽车4S店走访的过程中了解到,“过度维权”让商家对即将到来的消费者权益日“集体失声”。合法权益应该得到维护,那么如何维护才是合法的呢?

在笔者看来,过度维权,一方面反映了消费者维权意识的提高,另一方面也反映了消费者的法律意识仍然十分薄弱。消费者需要提高自身的法律素质,了解消费者的哪些行为属于法律保护的范畴,在法律规定的范围内维护自身的权益;需要认识到过度维权行为不但会增加维权成本,且难以得到法律的支持。维权的消费者,最初往往是处于弱势地位的受害者,然而当消费者维权行为超过一定的限度就有可能由维权者变成侵权者,如因车体自燃,就将残骸堵住商家大门,如感觉自己买车吃了亏,就用大型工程机械堵门,希望能够“有个说法”。这样的维权行为不仅达不到维权目的,反而可能乱上添乱,产生新的纠纷,扰乱正常的社会秩序和损害了他人的合法利益,违背了维权



的本质和目的。再者,还可能使过度维权行为本身成为关注焦点,丧失合法维权的机会,不仅不利于问题的解决,反而造成损害双方当事人利益的结果。

不少商家告诉笔者,“通常春节过后,会迎来一次维权投诉的高峰,但只要进了3月,就会立刻变得风平浪静”,每年的3月14日之夜大家都过得“提心吊胆”,因为没准3月15日一早,自己的店门口就被拉上了横幅,也没准是自己经营的品牌在“3·15”当天“榜上有名”,等待着“第二只靴子落下来”的时刻是最为难熬。

看起来,消费者处在市场交易中相对弱势的一方,消费者的权益被侵害的事件也时有发生。但是也不排除少数人举着“弱者”的牌子不计后果地谋取利益。但是,这种行为的短期危害和长远影响也是显而易见而且令人担忧的,“过度维权”最终伤害的必然将会是消费者。

从笔者参与的多起维权事件来看,当消费者提出合理的维权要求时,有些经营者对消费者的投诉常常采取敷衍推脱或是强词夺理的态度,再加上消费者和经营者相比存在信息不对称、搜集证据能力不足、经济实力差距大等诸多因素,同时绝大多数消费者只看到了消法中对自身权益的维护,却忽视了“过度维权”甚至是“敲诈勒索”可能带来的后果,认为“会哭的孩子有奶吃”,加之“面子”上过不去,才采取了过激的行为,导致了自身的合法权益却得不到维护。

“过度维权”现象的出现与和谐社会的精神和理念相冲突,消费者要学会运用法律武器依法维护自身合法权益。消费者在保护自己合法权益的同时一定要合理合法,坚持“有理、有利、有节”的原则,善于运用法律武器维护自己合法权益。当事人双方发生违约或侵权纠纷时,可以通过消协调解、媒体投诉、行政申诉、仲裁申诉、法律诉讼等途径合法维权,不能超越法律规定的限度。

“携手共治、畅享消费”是今年年“3·15”的主题。作为媒体,在此类事件中,更应该坚持客观、中立的新闻道德,深入调查事实,更多地挖掘事件背后的完整信息,也许在很多时候,汽车厂商才是真正的“弱者”。



大众评说