



# 安徽消费者

4、5

第4、5期 总第91期 主办/安徽省消费者权益保护委员会  
准印证：皖L00-163 内部资料 免费交流

2019.10.28

## 本期关注:汽车消费





# 安徽消费者 4.5

第4、5期 总第91期 2019.10.28

本期关注:汽车消费



安徽省消费者权益保护委员会  
2019.4.5

主办/安徽省消费者权益保护委员会  
编印单位:安徽省消费者权益保护委员会  
第4、5期 总第91期 2019.10.28

## 编委会名单

主任 沈卫国  
副主任 韩永生  
编委 丁涛 吴瑞卿 张路明 罗勇  
胡茵 周鹏 洪敬谱 王张  
樊具山 金雷 余兵 曹桂旭  
齐刚 黄华纯 唐凤阳 朱伟  
钟林 喻薇莉 凤元华 陈波  
王晓震 万冬鸣 兰文军

主编 吴瑞卿  
编审 张路明  
执行主编 洪敬谱  
编辑 《安徽消费者》编辑部  
校对 李玲  
摄影 韩峻

主办:安徽省消费者权益保护委员会  
地址:合肥市宁国路112号工商大厦  
电话:0551-64675176  
网址:www.ah315.cn  
编辑单位:安徽中消报新媒体有限公司  
联系电话/传真:0551-64675172  
投稿邮箱:ahxfz2018@163.com  
印刷单位:合肥美之乐包装印务有限公司  
印刷日期:2019年10月28日  
印刷数量:1000本  
发送对象:

安徽省消费者权益保护委员会成员单位; 全省各级消保委

声明: 版权所有,《安徽消费者》编辑部保留所有权。未经书面许可,不得以任何形式复制、翻印、使用《安徽消费者》的任何图文。

# 安徽消费者

## 目录 Contents

### 卷首语

让消费者满意度成为质量标准最高值 ..... P1

### 专栏

|                |     |
|----------------|-----|
| 消保委工作动态 .....  | P2  |
| 投诉分析报告 .....   | P8  |
| 长三角“消联” .....  | P11 |
| 汽车舆情报告 .....   | P15 |
| 3·15汽车案例 ..... | P27 |
| 汽车销售法规 .....   | P38 |
| 各地消保委工作 .....  | P44 |
| 媒体关注 .....     | P52 |

### 封面

省消保委开展“质量月”消费体察活动。

### 封二

目录、编委会名单

### 封三

全省消保委工作剪影

### 封底

安徽省放心消费创建宣传标识



# 让消费者满意度成为质量标准最高值

文/施乾元

今年上半年,新能源车市场表现不尽如人意,其中国产新能源车型更是不太理想。

从整体上看,一个众所周知的原因是补贴政策退坡,少了这层倚仗,所有新能源车的日子都有点儿不太好过。而对于自主新能源车型而言,原因还不止这一个,过去在新能源尤其是纯电动方面发力不足的进口或者合资车型,如今动作频频,使得国产新能源车市场竞争压力陡然增加;而曾经在新四化方面颇多表现的国产新能源车,经历过一段时间的红红火火之后,如今多少显得有些后继乏力。可以说,这些都给自主新能源车市场营销拖了后腿。而更重要的是,抛开这些表象,从深层次上说,核心品质竞争力不足,更是国产新能源车市走势略显低迷的关键。

消费者对于传统车型的认知应该说已经有了不错的基础,所以在传统销售渠道,做到绕车讲解,做到个性提醒,基本可以让人接受。但对于新能源车型来说,认知不够了解不多,还是大多人的一个基本状态。所以用什么样的服务标准去改善消费者认知,增加消费者对于新能源尤其是纯电动车型的了解,就成为新能源车型纯电动车型销售服务需要更多思考的地方。

改善并不难,质量标准是关键。产品品质提升,不是一句口号,而应该是一个可操作可执行的规范体系。

目前看,针对传统车型,不仅具备相应国家标准,同时还有来自市场、行业以及专业机构的评测。以C-NCAP(中国新车评价规程)为例,基于该测评,目前在中国销售汽车产品的安全性较之早年有了很大提升。有没有安全带提醒,车辆是不是要具备足够的气囊,车辆每个位置的主被动安全保护是否达到要求,这些,与相关测评都有很大关联。也正是有了这样的测评标准,才有了每款新车发布时,产品介绍人不厌其烦地介绍车辆每个部位的材质选择与应用,其目的就是要让消费者知道,其产品至少在配置上,先期符合了安全保障的前提。而碰撞出来的星级标准,也正在成为消费者选购车辆的重要指标。

服务也一样,关于能源车型的服务规范体系,与传统车型有一致也有很大不同,完全依照传统车型服务标准体系会有差异会有疏漏,但规则建设肯定要滞后于市场。所以,对于产品提供者而言,对标传统车型服务标准,结合新能源产品纯电动车型特点,从企业层面,制定更高标准加严标准,并进而成为行业标准,应该是改善售后服务水平的一个良好前提。

然而应该注意的是,对于产品与服务质量而言,规范只是底线,犹如一个起点,停滞在这一点上,就难以承受市场的风浪,哪怕一阵微澜,也可能给一些品牌带来震荡,如同今天一些新能源品牌在市场上陷入低迷一样。如何提升规范标准,才是发展重点。

更高的规范标准是什么?产品质量标准的最高值,应该是消费者满意度。

从汽车市场发展过程看,100多年的历史进程,给汽车产品领域打造了不少让人口熟能详的品牌。而品牌的背后,无非就是产品美誉度的不断积累。

消费者满意度的概念已渐入人心。而一个个体消费者对于产品的赞许与批评,至今也渐渐汇成了一个产品的口碑,积聚起来,也就形成了每一个产品不同的美誉度。



## 省消保委秘书处荣获 “2017-2019 年度省直机关文明单位”荣誉称号



8月31日,省直机关印发《关于表彰省直机关文明单位的通报》,省消保委秘书处荣获“2017-2019 年度省直机关文明单位”荣誉称号,受到通报表彰。

挽回损失 7534 万元,解决率 95%,满意率 100%,先行和解、诉转案、诉调衔接、支持诉讼、公益诉讼等多元化解消费纠纷机制不断推进。宣传引导、消费监督、

组织协调等能力不断提高,引导消费者科学文明消费、督促经营者诚信守法经营,促进消费环境不断改善;响应长三角一体化国家战略,与沪苏浙消保委签署消费维权一体化合作协议,推动长三角首个一体化项目——景点儿童门票“身高兼顾年龄”规则出台落实,副省长周喜安作出批示对省消保委主动创新作为给予充分肯定。

2017 年以来,省消保委获“全国先进集体”、“安徽省巾帼文明岗”等称号,副秘书长吴瑞

卿获“省直机关五一劳动奖章”、省消保委党支部被评为省市场监管局“先进党组织”,省消保委秘书处在省市场监管局直属事业单位 2018 年度综合考核中获“好”等次、排序第一位。

(法律与公共事务部)



省消保委秘书处积极开展文明创建,将文明素质提升行动与履职能力提升行动有机结合,相融合、相统一,机关文明程度和职工文明素养不断提升,促进依法履职能力不断增强,工作绩效显著提高。2017 和 2018 年,全省共受理消费者投诉 2.3 万件,为消费者



## 吴瑞卿副秘书长走访安徽省汽车经销商商会

8月30日下午，省、市、区消保委亲临安徽省汽车经销商商会二手车行业分会进行调研和座谈。省消保委副秘书长吴瑞卿，市消保委副秘书长李伦扬，以及包河区市场监督管理局、包河区消保委等相关领导，安徽省汽车经销商商会副会长吴流柱，外联部主任韩卫红，二手车行业分会秘书长赵辉，副秘书长李惠冬等相关领导参加了此次座谈会。



省消保委副秘书长吴瑞卿在会议开始指出当前汽车工业销售下降，但汽车问题越来越多的现状。针对出现的问题吴瑞卿提出了相关可尝试的办法，如问题车展，二手车维权站点的搭建，以及设立维权工作站等。

二手车行业分会副会长、德理名车董事长褚德旺在经销商的立场上向消保委领导表达了自己的困惑和诉求，当前二手车经销商也存在很多难题，需要消保委进行一定的保护和规范。

省消保委副秘书长吴瑞卿回应了二手车行业分会提出的问题并进行了解析和答疑。同时消保委也将对市场不良行为进行规范，解决消费者最担心的三大问题。希望二手车经销商可以通过规范交易合同来规避很多问题；对于消费维权站点，消保委会提供技术上的支持，成立第三方检测机构；二手

车再售卖方面可先出检测报告再到市场进行销售。消保委希望汽车商会和经销商先进行初级过滤，面对解决不了的问题再交予消保委解决，以维持二手车市场规范平稳运行发展，避免矛盾激化。

省汽车商会外联部主任韩卫红指出各经销商应重视合同问题的规范，经销商可根据国家销售合同同时结合自己的需求制定出规范合理的合同和消费者进行良性沟通。

共同净化行业环境，维护消费者权益。

市消保委副秘书长李伦扬在座谈会尾声进行发言：二手车的检测、消费维权工作站的设立，消保委的民事调解都是十分有必要的。我们消保委要解决眼前能解决的问题，坚持自身公益性，保证公平公正客观，消费者和经营者利益都要兼顾，实现双赢。

(洪敬谱)

## 点赞,省消保委秘书处名列第一位

8月19日,中共安徽省市场监督管理局党组印发了《关于2018年度省局机关处室(局、中心)和直属单位年度考核情况的通报》,省消保委秘书处获得“好”等次,排序列直属单位第一位。

2018年,省消保委秘书处认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,锐意改革创新,全面履行各项公益性职责,为推进我省消费环境改善,促进经济平稳健康发展、社会大局和谐稳定做出了积极贡献。

荣誉代表着过去,更激励着未来。2019年以来,省消保委秘书处牢记使命再出发,各项工作在创新中稳步推进:精心组织六项3·15系列宣传纪念活动,其中,首次举办集最美维权人物表彰和消费侵权曝光为一体的3·15电视晚会,产生了良好的社会反响;悉心引导消费者科学文明消费,其中,老年消费教育基地和通信消费教育基地建立以来受众超过10万人次;着力监督经营者诚信守法经营,其中,约谈的快递、汽车等企业都主动进行了整改;

潜心研究热点难点问题,参与了国家三项法律法规的制定工作,提出合理化建议,推动消费民事公益诉讼取得实质性进展;全力融入长三角一体化高质量发展,与上海市、江苏省、浙江省消保委共同签署消费维权一体化合作协议,五项重点工作迅速推进。其中第一项开展长三角区域景区儿童门票收费情况调查并推行儿童免票身高与年龄兼顾新规则,受到消费者普遍欢迎和经营者积极响应。

省政府分管领导对省消保委主动创新作为,积极融入长三角一体化高质量发展给予高度肯定,希望再接再厉,实事做实做出实效,增强人民群众的消费安全感和满意度。

消费维权任重道远。省消保委秘书处将在省市场监管局党组的领导下,深入开展不忘初心,牢记使命主题教育,对标先进,补足短板,不断创新,迎难而上,充分履行好各项法定职责,以优异成绩庆祝新中国成立70周年。

## 安徽省第二家“老年消费教育示范点”在滁州揭牌

7月29日,安徽省消保委副秘书长吴瑞卿与安徽省滁州军分区离职干部休养所所长章家健共同为安徽省滁州市首家“老年消费教育示范点”揭牌。据悉,这是安徽省第二家“老年消费教育示范点”。

为倡导老年人健康消费,让老年人愈活愈健康、愈活愈快乐。在“八一”建军节前夕,安徽省市场监管局、省消保委联合滁州市市场监管局、市消保委、琅琊区市场监管局、区消保委三级联动,来到滁州军分区离职干部休养所开展“三送五进”活动,滁州市首家“老年消费教育示范点”在此揭牌成立。

活动现场,安徽省市场监管局特殊食品处调研员陈自福作了题为《科学认识保健食品,明明白白放心消费》的消费教育宣讲,课程内容丰富,贴近老年人生活消费实际。为老年人理性消费、健康消费、科学消费提供了警示,与会老人深受教育和启发。

活动中,工作人员还为现象的老老年消费者发放了《消费维权》《食品保健品欺诈十大骗术》等宣传资料,受到老年消费者的广泛欢迎。

安徽省消保委消费指导部主任胡茵介绍说,近

年来,一些保健品厂商利用老年人渴望健康的心理,设置消费陷阱、牟取非法利益的情况时有发生,老年消费问题日益突出,特别是老年人购买保健品及旅游服务的投诉举报量激增。为了更好地开展老年消费教育工作,帮助老年消费者维护其合法权益。2018年3月15日,安徽省消保委在合肥市和平路街道和平社区成立了安徽省首家老年消费教育示范点,滁州军分区离职干部休养所“老年消费教育示范点”是安徽省第二家“老年消费教育示范点”。

滁州市市场监管局党组书记、局长李如培表示,老年人口消费在消费市场所占的份额越来越大。下一步,该局将依托老年消费教育示范点为平台,将老年消费教育纳入全市重点消费教育计划中来,他要求滁州市消保委拟定培训计划,定期举办消费教育讲堂,提升老年消费者的品质消费能力;同时,要加强宣传引导,进一步遏制针对老年人群体违法营销保健品的行为,大力提升广大消费者对保健品的安全消费意识和辨别能力,为老年人健康消费保驾护航。

(李美娜)



## 吴瑞卿副秘书长出席 阜阳市消保委律师团换届会议

9月24日上午,阜阳市消保委举行该市消保委律师团更新换届会议,省消保委副秘书长吴瑞卿出席会议。会议由阜阳市12315投诉举报指挥处置中心主任齐刚主持。

为进一步落实《消费者权益保护法》赋予消协组织的职能,加强消费维权工作,更好地保护消费者合法权益,充分发挥律师志愿者在消费者权益保护工作中的重要作用,经研究决定,阜阳市消保委律师团举行更新换届大会,聘用张华等19名同志为阜阳市消保委新一届律师团成员。

阜阳市消保委副秘书长张艳秋介绍说,阜阳市消保委律师团主要职责是:对该市消保委履行法定职能的活动提供法律意见和支持;开展与消费者权益保护相关的法律及实务研究,提出政策和立法方面的建议;对消费维权领域中的热点、难点问题进行讨论研究;对重大消费维权事件及时做出反应,并以律师团名义发表观点;为消费者提供相关法律信息和义务咨询服务;对严重损害消费者合法权益的案件代理诉讼;参与重大或典型投诉案件的分析



研究和调查调解;参与该市消保委与有关部门及行业组织的协商对话;参与该市消保委对经营者进行的法律宣传和培训;对损害该市消保委合法权益的行为提供法律意见,必要时代理诉讼。

阜阳市市场监管局党组成员、市食安办副主任白雪梅在会上代表该市市场监管局对市消保委律师团的换届表示热烈的祝贺,并对新一届律师团的成员提出了新的要求,希望律师团能为该市社会主义市场经济的健康发展做出卓越贡献,把该市的消费维权工作提高到一个新的层次和水平。

省消保委副秘书长吴瑞卿在会上要求,阜阳市消保委要以律师团换届为契机,进一步探索创新整合社会力量壮大消费维权队伍的新方法、新举措,深入推动消费维权向专业化、法治化、制度化迈进;要积极与司法局、律协沟通联系,发挥各自优势,形成资源共享、优势互补的消费维权合作机制,进一步发挥律师在保护消费者合法权益中的作用,从而推动消费维权工作向更高层次发展。

(洪敬谱文/图)



## 安徽省消保委 5 号提示 “出境游”这些攻略请做好

节日期间,不少消费者选择去海外旅游。现在消费者特别是选择“自由行”的消费者,通常会提前就吃、住、游、行做出详细的攻略。但是消费者常常会对其中最重要的安全保障攻略有所疏忽。安徽省消保委提醒广大消费者出境游要特别注意以下几方面:

### 1.目的地情况要心中有数

提前关注文化和旅游、交通运输、气象、卫生健康、外交等有关部门发布的出行提示,了解当地的风俗、民族、宗教等情况,避免前往近期安全形势不佳或有自然灾害的国家和地区。

### 2.物品携带要规范

为了方便旅行一些消费者会携带一些食品、药品、日用品,但是您是否了解不同国家都有禁止被禁止带入的物品。如熟食、坚果、新鲜水果,蔬菜等。而有的国家对携带入境药品种类有一定的限制,对

于安眠药、镇静剂一类药物则需要医生证明才可以携带。

### 3.意外保险勿轻视

不少消费者在出境自由行,是经常忽视购买保险。境外旅游险一般包括意外保障、医疗保障、个人财物保障和紧急救援四部分,消费者一定要依据出游行程和游玩的项目,认真选购自身需要的保险产品,同时详细阅读了解相关条款以免造成不必要的纠纷。比如,在一些境外游意外伤害保险中会将潜水、攀岩、探险将等活动,造成的伤害损失列为除外责任,如果你在出游中有这类高风险的活动最好再购买一个高风险运动的意外险。

总之,在行程中遭遇突发事件,请保持冷静,在确保自身安全情况下及时报警,也可寻求中国驻当地使领馆帮助,或者也可拨打外交部全球领事保护与服务应急呼叫中心热线 86-10-12308。

(消费指导部)

## 安徽省消保委 6 号提示 欢度假期 如何吃得安全健康

节日期间,要注意饮食健康与安全,安徽省消保委特别提示如下:

### 一、亲朋相聚,合理饮食

要注意合理搭配、营养均衡,不要暴饮暴食,食物种类要多样化。外出就餐时,要选择有食品经营许可证或餐饮服务许可证,卫生环境良好、设施齐全的地方,避免购买、食用没有冷藏条件下销售或运输的散装熟食。

### 二、人在旅途,安全健康

外出旅游,体力较消耗大于平时,在选择携带食物和饮料时更要考虑对各种营养素的补充。外出游玩时可能出汗较多,使人体损失多种矿物质,因此除了纯净水、矿泉水或矿物质水外,还可考虑携带一些含有少量糖分的低糖饮料和含有钾、钠、钙、镁元素和 B 族维生素的低糖运动饮料。长途驾驶的司机,也可以准备牛奶、豆浆等有一定能量和营养价值的饮品,但要注意防止其变质。

(下转第 7 页)



## 安徽省消保委 7 号提示 自驾游 这些提醒请记好

节日期间,不少人选择自驾出游。安徽省消保委提醒您自驾出行请注意以下几点:

自驾出游,合理规划,错峰出行。消费者要应根据自己身体状况、平时驾驶习惯、兴趣爱好、时间安排、天气预报等合理规划自驾游线路,特别要关注“交通实时信息”注意错峰出行以免遭遇拥堵。出发前务必认真检修车辆,带齐相关证件保险,行驶时要遵守交通法规,避免疲劳驾驶。

租车出游,资质车况要看清,合同条款要注意。一些消费者为了避免辛苦,选择到目的地租车出游。一定要选择有营业执照和道路客运经营许可证的专业租车公司,千万不要只图便宜。同时也特别提醒大家注意做到两点,一是要仔细看租赁公司的承诺,并且签订一个详细的租赁合同。对车型、车况约定要详尽,特别要注意一些特别约定的条款,如有公司会对租用车辆的日行驶公里数进行限制如超出后加收费用。再如,对于出现违章罚款的处理约定,因为违章记录会有一定的滞后性,而消费者

异地自行处理会有一定难度,有租车公司就会约定,如消费者逾期不能自行前往交管部门处理就会自动视为客户自愿委托租车公司代为处理,而委托代为处理,则会加收消费者违章违约金。二是注意证据留存,在过程中要对一些关键证据进行留存如验车单、车辆的行驶证信息等等。

拼车出游,法律责任要事先约定。近年来拼车出游,AA制自驾游,日渐流行。一些个人或单位会以俱乐部、驴友的名义进行自驾游组织。一些自行拼车出游招募帖子在各论坛也有不少。对于这些消费者一定要慎重,组织者如无资质和经营许可、甚至没有正规合同,一旦发生意外或纠纷,消费者难以得到及时救助与赔偿。何况有些名为自驾游,实则是拼车游,也会影响旅游体验。对于个人私下拼车,建议大家尽量不要找陌生人,如果一定要拼车事前一定要签订书面“拼车协议”对时间、路线,费用、后续车辆耗损、出现意外的处理等进行详细的约定。

(消费指导部)

(上接第 6 页)

### 三、食用野味,勿随意

秋季是丰收的季节。外出时建议不要采摘和食用野生植物的果实。同时,不要购买和食用有关部门明令禁止、来历不明的食物,如各种“野味”,以防引起中毒等严重后果。

### 四、选购礼品,合规理性

走亲访友常常会携带一些食品做为礼物,但是选购时一定要注意销售方有无资质,不要盲目购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的产品;特别是在

为老人购买保健品时,一定要提醒老人家保健品不是药品,不能替代药品使用,不得用来治疗疾病,否则会延误病情。购买保健食品时,首先应当认清保健食品标志,要结合自己的身体健康状况,有针对性地选择保健食品,尤其是老年体弱者、慢性病患者、儿童及青少年、孕妇等特定人群,在选择保健食品时要谨慎。保健食品信息可在国家市场监管总局网站(<http://tsspxx.gst.gov.cn/gcbjp/tsspindex.xhtml>)查询。

(消费指导部)

# 安徽省消保委 2019 年第三季度投诉分析报告

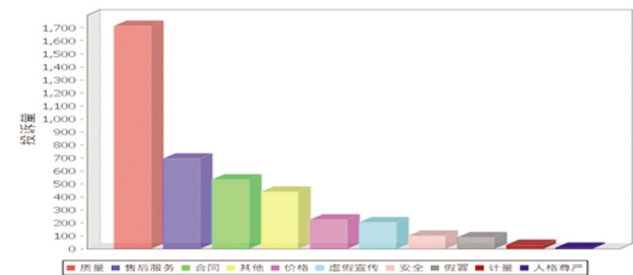
2019 年第三季度,安徽省各级消保委共受理消费者投诉 4040 件,较去年同期的 3046 件上升了 32.63%。已解决 3897 件,解决率 96.46%,为消费者挽回经济损失 1011.14 万元,共接待消费者来访、咨询 19788 人次。

受理投诉与 2018 年同期变化表

| 项 目       | 2019年第三季度 | 2018年第三季度 | 变化幅度     |
|-----------|-----------|-----------|----------|
| 受理数(件)    | 4040      | 3046      | ↑ 32.63% |
| 解决数(件)    | 3897      | 2894      | ↑ 34.66% |
| 挽回损失(万元)  | 1011.14万  | 1112.68万  | ↓ 9.13%  |
| 加倍赔偿案件(件) | 8         | 7         | ↑ 14.29% |
| 加倍赔偿金额(元) | 7470      | 9092      | ↓ 17.84% |
| 政府罚没款(元)  | 0         | 0         | ---      |
| 来访咨询(人次)  | 19788     | 18640     | ↑ 6.16%  |

## 一、投诉性质分析

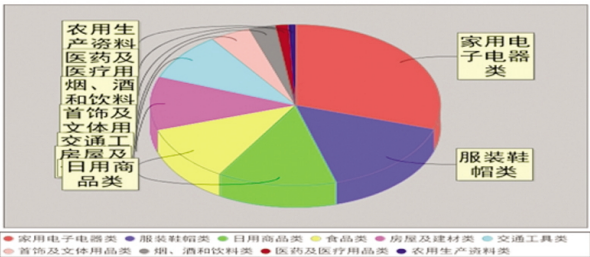
根据投诉性质分析(如图所示),质量 1714 件,占 42.43%;售后服务 694 件,占 17.18%;合同 533 件,占 13.19%;其他 439 件,占 10.87%;价格 226 件,占 5.59%;虚假宣传 204 件,占 5.05%;安全 101 件,占 2.50%;假冒 89 件,占 2.20%;计量 31 件,占 0.77%;人格尊严 9 件,占 0.22%;其中,质量、售后服务、合同、其他、价格占据了消费者投诉的前 5 名。



| 项目   | 2019 年 | 比重     | 2018 年 | 比重     | 比重变化  |
|------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 质量   | 1714   | 42.43% | 1255   | 41.20% | 1.23  |
| 售后服务 | 694    | 17.18% | 511    | 16.78% | 0.4   |
| 合同   | 533    | 13.19% | 408    | 13.39% | -0.2  |
| 其他   | 439    | 10.87% | 384    | 12.61% | -1.74 |
| 价格   | 226    | 5.59%  | 144    | 4.73%  | 0.86  |
| 虚假宣传 | 204    | 5.05%  | 197    | 6.47%  | -1.42 |
| 安全   | 101    | 2.5%   | 56     | 1.84%  | 0.66  |
| 假冒   | 89     | 2.20%  | 38     | 1.25%  | 0.95  |
| 计量   | 31     | 0.77%  | 48     | 1.58%  | -0.81 |
| 人格尊严 | 9      | 0.22%  | 5      | 0.16%  | 0.06  |

## 二、投诉商品分析

根据投诉商品分析(如图所示),家用电器类 661 件,占 16.36%;服装鞋帽类 344 件,占 8.51%;日用商品类 294 件,占 7.28%;食品类 251 件,占 6.21%;房屋及建材类 238 件,占 5.89%;交通工具类 212 件,占 5.25%;首饰及文体用品类 100 件,占 2.48%;烟、酒和饮料类 66 件,占 1.63%;医药及医疗用品类 33 件,占 0.82%;农用生产资料类 15 件,占 0.37%;其中,家用电器类、服装鞋帽类、日用商品类、食品类、房屋及建材类占据了消费者投诉的前 5 名。



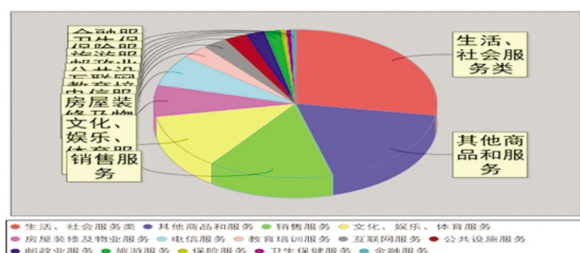
| 项目       | 2019 年 | 比重     | 2018 年 | 比重     | 比重变化  |
|----------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 家用电器类    | 661    | 16.36% | 546    | 17.93% | -1.57 |
| 服装鞋帽类    | 344    | 8.51%  | 229    | 7.52%  | 0.99  |
| 日用商品类    | 294    | 7.28%  | 259    | 8.5%   | -1.22 |
| 食品类      | 251    | 6.21%  | 176    | 5.78%  | 0.43  |
| 房屋及建材类   | 238    | 5.89%  | 190    | 6.24%  | -0.35 |
| 交通工具类    | 212    | 5.25%  | 214    | 7.03%  | -1.78 |
| 首饰及文体用品类 | 100    | 2.48%  | 60     | 1.97%  | 0.51  |
| 烟、酒和饮料类  | 66     | 1.63%  | 31     | 1.02%  | 0.61  |
| 医药及医疗用品类 | 33     | 0.82%  | 34     | 1.12%  | -0.3  |
| 农用生产资料类  | 15     | 0.37%  | 25     | 0.82%  | -0.45 |

## 三、投诉服务分析

根据投诉服务分析(如图所示),生活、服务类 503 件,占 12.45%;其他商品和服务 332 件,占 8.22%;销售服务 261 件,占 6.46%;文化、娱乐、体育服务 222 件,占 5.50%;房屋装修及物业服务 127 件,占 3.14%;电信服务 123 件,占 3.04%;教育培训服务 57 件,占 1.41%;互联网服务 51 件,占 1.26%;公共设施服务 46 件,占 1.14%;邮政业服务 41 件,占 1.01%;旅游服务 32 件,占 0.79%;保险服务 12 件,占 0.30%;卫生保健服务 11 件,占 0.27%;金融服务 8 件,占 0.20%;其中,生活、服务类、其他商品和服务、销售服务、文化、娱乐、体



育服务、房屋装修及物业服务占据了消费者投诉的前 5 名。



| 项目         | 2019 年 | 比重     | 2018 年 | 比重     | 比重变化  |
|------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 生活、社会服务类   | 503    | 12.45% | 352    | 11.56% | 0.89  |
| 其他商品和服务    | 332    | 8.22%  | 248    | 8.14%  | 0.08  |
| 销售服务       | 261    | 6.46%  | 111    | 3.64%  | 2.82  |
| 文化、娱乐、体育服务 | 222    | 5.5%   | 115    | 3.78%  | 1.72  |
| 房屋装修及物业服务  | 127    | 3.14%  | 65     | 2.13%  | 1.01  |
| 电信服务       | 123    | 3.04%  | 115    | 3.78%  | -0.74 |
| 教育培训服务     | 57     | 1.41%  | 33     | 1.08%  | 0.33  |
| 互联网服务      | 51     | 1.26%  | 91     | 2.99%  | -1.73 |
| 公共设施服务     | 46     | 1.141% | 63     | 2.07%  | -0.93 |
| 邮政业服务      | 41     | 1.01%  | 38     | 1.25%  | -0.24 |
| 旅游服务       | 32     | 0.79%  | 19     | 0.62%  | 0.17  |
| 保险服务       | 12     | 0.3%   | 10     | 0.33%  | -0.03 |
| 卫生保健服务     | 11     | 0.27%  | 5      | 0.16%  | 0.11  |
| 金融服务       | 8      | 0.2%   | 17     | 0.56%  | -0.36 |

#### 四、热点问题

##### 1、家用电器类投诉有所上升

2019 年三季度家用电器类投诉 661 件,占投诉总量的 16.36%,居投诉商品类别首位,与去年同期相比上涨了 21.06%,问题多在产品质量及售后服务上,产品质量有问题,商家、厂家执行三包政策不规范;质量问题报修后,售后服务人员态度不好,维修质量水平欠缺,给消费者带来无尽困扰。

消费者杨某在宿州市某购物中心购买价值 11656 元的某品牌空调,并按售后安装人员要求付费安装了漏电保护器。2019 年 3 月 24 日凌晨三点,空调突然起火,造成室内空调、家居物品毁损。后经消防部门出具了火灾事故认定书,认定起火原因不排除电器线路故障引起火灾。事发后,消费者多次与宿州市某购物中心协商,要求赔偿,但双方迟迟无法达成一致,于 7 月份投诉至宿州市消保委。接诉后,消保委工作人员及时了解火灾发生情况,经核实,火灾成因疑似为空调问题,起火点为空调下部。因专业检测机构对漏保或空调进行起火鉴定,需产生四万余元的费用,投诉双方均不愿意承担此项费用。经宿州市消保委多次调解,双方达成一致,经营者补偿消费者同等价值(11656 元)柜机空调一台,另补偿价值 4000 元品牌挂机空调一台,赠送价

值 1000 元礼品,双方达成和解。

##### 2、汽车消费服务费用暗藏玄机

自今年“奔驰事件”后,汽车销售公司收取汽车金融服务费问题再次进入大众视野。消费者在购买新车时,几乎所有车主都被推荐在销售公司店内购买车辆保险,更有甚者会强制要求消费者在店内购买全险、缴纳保险押金等,否则不让消费者提车。而汽车销售公司销售的保险普遍比消费者自己向保险公司购买的要贵的多,真正理赔的时候也没有像汽车销售公司当初承诺的那么方便、快捷。

2019 年 7 月,宿州市消保委接到消费者盛某投诉,称其在宿州市某汽车贸易有限公司购买一辆轿车,提车时缴纳 2000 元保险押金。第二年因盛某未在该汽车贸易有限公司续交保险,该汽贸公司拒绝退还续保押金。消费者多次与该公司协商无果。接诉后,宿州市消保委工作人员立即了解相关情况并组织双方现场调解。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条 经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,第九条 消费者享有自主选择商品或者服务的权利。经调解,被投诉汽贸公司现场退还消费者 2000 元保险押金,双方和解。

##### 3、房屋中介行业良莠不齐

近年,随着房地产市场火爆,房地产中介行业发展迅速,但中介机构良莠不齐,部分机构和从业人员存在着经营行为不规范、侵害消费者合法权益、扰乱市场秩序等违法违规行为。“二手房”交易的复杂性加之当事人相关法律知识、专业知识的缺乏、防范意识的不足,导致房屋买卖纠纷经常发生。

消费者霍某通过六安市某房产中介公司购买一套二手毛坯房,交付了购房定金和中介费后得知房屋有多处漏水,于是要求解除购房合同。但是中介机构表示消费者在签订购房合同之前已经验房,中介方和卖方没有故意隐瞒房屋真实情况,若不继续履行合同不予退还定金和中介费。消费者无奈诉至六安市消保委。市消保委通过调查发现,该房屋确有多处漏水问题,且房屋买卖合同没有约定房屋的质量状况。后经过调解,最终买卖双方解除合同,卖方和中介机构退还消费者定金和中介费。

##### 4、共享汽车难退押金案

随着共享经济的到来,共享单车、共享汽车等交通工具已融入人们生活,然而,共享服务存在着诸多问题中最突出的是押金难退。消费者按要求提交退还押金申请,但企业并未在规定时间内退还消费者的押金,拨打客服电话也无法解决问题。

淮南市消费者韩某等三人陆续向淮南市消保委投诉,称其某公司交了押金,办理了共享汽车服务,但由于消费者因事不再需要该服务了,便申请了退押金,依据流程 20 个工作日会退款。然而,消费者一等再等,始终未收到退款。淮南市消保委接到投诉后,经过多方调查了解,辗转找到了该公司淮南办事处的负责人,向其通报消费者投诉情况,正告经营者,共享服务要做好,相关服务承诺就一定要做好,不能让消费者交钱容易,退款时却屡屡拖延。在消保委的一再督促下,消费者 6000 元押金顺利退回。

#### 5、玉器销售忽悠无边

俗话说“黄金有价玉无价”,玉石被人们寄予了很多美好的意喻,价值也是有高有低,商家为了销售商品,用玉石留缘这样的营销手段忽悠人,消费者防不胜防。

消费者康某向东至县消保委投诉,称其 8 月 6 日准备在某黄金首饰店购买一款手镯,营业员执意向其推荐了一款并不适合她手围的手镯,导致试戴后手镯无法取下,还造成手部肿胀。而在消费者提出有事需离开,该店仍以“玉石是有灵性,取不下来是因为这玉镯只愿跟你走”等等说辞挽留。最后店家硬要求消费者暂押 2000 元在店内并承诺过几天手部消肿后来店内取下再全款退还。当天消费者感到手部酸胀不适到医院检查,医生出具证明建议立刻敲碎手镯以避免手镯压迫手部神经造成病情恶化。消保委展开调查后,指出商家在推销过程中不顾实际情况和消费者的感受,刻意推销手镯并借口各种“玉石留缘”的说辞,有强买强卖的意图,收取消费者的押金是不合理行为。经调解,最后商家同意当场敲碎手镯并退还消费者 2000 元。

#### 6、食品安全不容忽视

民以食为天,食品安全是底线。食品投诉很多

问题都出现在食品质量上,商家不及时采取补救措施,可能小问题会蔓延成大问题,解决的难度就会加大。

2019 年 8 月 5 日,消费者尹某到太和县消保委投诉称,2019 年 8 月 3 日在某面包店购买面包,一共购买 4 个,共计 34 元。回到家里打开看,有一个面包已经发霉,该面包价值 18 元。投诉人找到店家要求按《食品安全法》赔偿不低于 1000 元,店家不同意,双方发生纠纷。县消保委接诉后,立即联系到了某店,县消保委工作人员向双方摆事实说道理,耐心的劝导店家做适当的让步。经过调解后,双方自愿达成一致调解协议,某店愿意赔偿 600 元,双方和解。

青阳县钱女士投诉称其某母婴店购买了一听婴幼儿奶粉,在拆开罐口时就发现奶粉中有毛发,表示对该奶粉质量严重怀疑,认为婴幼儿食品出现了这种问题,商家应该给个说法,但找到商家理论时对方却说没关系,遂投诉,且要求商家给予十倍赔偿。接到投诉后,经过调查了解,消费者反映情况属实,经营者也认可,但经营者对此问题却不重视。最后,经过多次调解,经营者最终同意赔偿消费者 8 听奶粉,消费者对此结果表示满意。

2019 年 7 月 30 日,某女士拎着一盒儿童常食用的小雪糕来到石台县消保委,称其早上在某超市购买的某品牌小雪糕,打开一看许多小雪糕外包装都发霉了,要是小朋友吃坏了肚子如何是好,为防止超市继续销售该产品,请求消保委助其维权。经石台县消保委工作人员现场查看,发现多个小雪糕外包装均有异物,确实有发霉的现象,但该产品仍在保质期内。随后,工作人员联系了该超市负责人,负责人称以前没有出现类似情况,应该是某一盒小雪糕没包装好,超市工作人员在查验时疏忽,未发现有液体漏出,导致其他小雪糕外包装发霉。经调解,该超市负责人表示,立即查验超市内的所有同类产品,坚决杜绝此类事件再次发生,愿意为消费者退货并赔偿 100 元,消费者表示满意。

(投诉部)



## 长三角共推老字号振兴 安徽消保委先行一步



8月15日,长三角消保委联盟与长三角老字号产业联盟在上海召开会议,研究讨论联动工作计划,将通过共同搭建平台开展产业研究、共同提升营商环境、共同宣传等方式,让长三角老字号成为国内外消费者放心消费的首选。

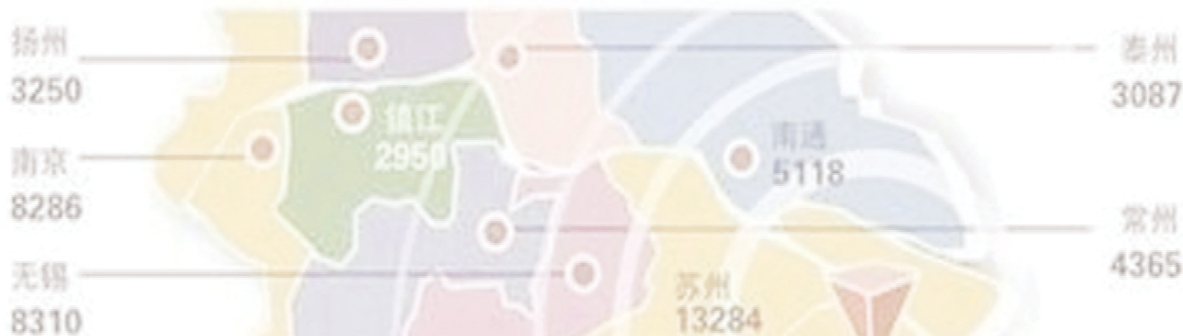
长三角消保委联盟轮值秘书长、上海市消保委副主任兼秘书长陶爱莲表示,产业协同创新已成为长三角更高质量一体化“推进器”。长三角消保委联盟与长三角老字号产业联盟将加强区域合作交流,成为政府、行业和企业桥梁和纽带;共同探索振兴长三角老字号品牌和产品的新方法、新举措,为长三角老字号产业升级服务;进一步承接中国国际进口博览会溢出带动效应,抓住消费升级“买全球、全球卖”的重大机遇,让广大消费者在长三角地区能消费、敢消费、愿消费。

振兴老字号安徽消保委已先行一步。经过充分调研论证,8月6日,省消保委印发了《关于开展

2019年安徽伴手礼(老字号)评测活动的通知》,在全省范围内开展以老字号为重点的安徽伴手礼评测活动。为了推出老字号精品,活动要求参评的老字号企业法人与商标注册人须一致,且注册商标经过两次或两次以上的续展,商品或服务要有传承更要有时代内涵、美好愿景。传承“老”字,有动人的老故事;创出“新”字,有赋予时代内涵的新理念;展现“力”字,有经得起市场检验的活力和潜力。

省消保委吴瑞卿副秘书长表示,省消保委将建立“安徽伴手礼(老字号)名录”,入选的安徽老字号将纳入长三角老字号产业发展平台,并联合有关权威机构、行业专业人士及国内知名电商平台等对老字号等名录商品或服务进行宣传推广,对企业营销情况进行跟踪分析,支持老字号老品牌的传承与创新,广泛调动专家、消费者、媒体等多方资源,共同挖掘安徽文化精髓、展示安徽品牌实力,全力演绎安徽品牌故事,促进安徽消费增长。(法律与公共事务部)

## 长三角推广“无理由退货” 共同打造“满意消费长三角”



银泰百货、联华华商、雅戈尔、吉利汽车、红星美凯龙、三只松鼠等 48 家知名企业,于 9 月 26 日在浙江嘉善举行的长三角地区企业无理由退货承诺行动启动仪式上,共同签署承诺书,公开承诺自愿参与长三角企业无理由退货承诺行动。

参与无理由退货承诺的企业有大型商场超市也有品牌连锁便利店,有家具电器销售平台也有制造生产企业,涉及家居建材、儿童用品、食品、服饰用品、日常生活用品、家用电器、旅游管理等多个行业,承诺内容包括退货商品范围和 7-90 天不等的具体退货时限,并推出了先行赔付、三包服务等消费维权保障措施。

这些承诺已经远超法律规定的退换货标准。例如杭州联华华商承诺全网比价买贵退差、销售商品 16 天无理由退换货;吉利汽车承诺整车四年或十万公里保修,并提出在三包有效期内符合相关退换车情形的无忧退换车的承诺。

国美、苏宁、红星美凯龙、居然之家、华夏家居港等一批家居电器销售龙头企

业作出了自营商品七天无理由退货承诺;安正集团、雅戈尔、方太集团、欧琳集团、帅康集团、寿仙谷、星星便洁宝、三只松鼠、好孩子等一批制造生产企业也对其生产商品作出了工厂直营 7-30 天不等的无理由退货承诺。

“在国家发展战略和拉动消费内需的大背景下,长三角地区企业推行无理由退货承诺正逢其时。”浙江省市场监管局副局长马剑平表示,“无理由退货”在长三角地区正逐渐呈现出由“点”及“片”、连“片”成“面”的良好建设态势,以打造更优的消费环境,满足人民日益增长的品质消费需求。

8 月 6 日,沪苏浙皖市场监管部门共同签署发布了《长三角地区共同开展“满意消费长三角”行动实施方案(2019-2022)》,明确提出了引导大型连锁商场、超市、直营店实行省(市)域异地异店退换货,到 2022 年实行七日无理由退货承诺的线下实体店达到 10 万家以上的建设目标。

(长三角消保委联盟)



# 全国首个！长三角消保委联盟推动 《老人鞋》团体标准落地



10月9日下午,长三角消保委联盟召开新闻通气会,发布老人鞋比较试验结果及《老人鞋》团体标准。

## 长三角消保委联盟推出老人鞋团体标准

当前老人鞋产品存在宣传夸大、标准缺失、规则不全等问题,长三角消保委联盟委托上海市皮革技术协会制定《老人鞋》团体标准。

### 标准亮点:

规定鞋底硬度、防滑、减震、抗菌、保暖性能的技术要求及试验方法。

提出老人鞋不允许有可触及的锐利边缘和锐利尖端的技术要求,建议用粘扣带代替鞋带。

明确人造革/合成革中甲醛、偶氮等物质的考核要求。

参考国际先进标准和品质要求,设定了六价铬、重金属等有害物质的限量值等。

### 消费调查

长三角消保委联盟开展了有关老人鞋的小调查,结果发现,近一半被访老年消费者表示都购买过老人鞋,其中不少还买过2双以上,另外超过三分之一的打算购买老人鞋。近七成消费者认为老人鞋比普通鞋更轻便合脚,但也有一成消费者认为老人鞋的实际使用感受不像广告宣传说的那么好。

有六成多被访者表示会在日常穿着老人鞋,四成左右会在健身或旅游时穿着老人鞋。近八成的消

费者在选购老人鞋时都关注舒适、防滑和轻便。

老人鞋的卖点:轻、软、舒适度、防滑耐磨

### 比较试验

本次比较试验共计购买80件老人鞋样品,价格从49元至439元不等。

结果显示,老人鞋比年轻消费者的休闲鞋(板鞋)更防滑,比普通休闲鞋更轻,但重量和质量没有明显关联。

## 轻

| 重量     | 老人鞋   |           |          | 普通休闲鞋样品 |
|--------|-------|-----------|----------|---------|
|        | 所有样品  | 不符合明示标准样品 | 符合明示标准样品 |         |
| 最大值(g) | 840   | 735       | 840      | 1045    |
| 最小值(g) | 245   | 245       | 270      | 385     |
| 均值(g)  | 455.3 | 450.6     | 458.7    | 577.6   |

注:参与重量比较的样品均为同一尺码

### ▲重量比较



### 测试结果显示

老人鞋比普通休闲鞋更轻,但重量和质量没有明显关联。

## 软

老年人脚型变化、身体机能下降,与儿童对鞋子需求较为接近。鞋底过硬,行走时形成弯曲使用的力相对较大,足部容易疲劳;鞋底过软,将导致阻隔性下降,特别在路面不平时会感觉硌脚。



▲硬度宣传

测试结果显示  
52 件样品软硬适中。

舒适度

微孔底压缩变形是测试鞋底微孔材料抗压缩变形的性能,衡量鞋底在日常穿用过程中,经过踩压变形后回弹性能的优劣程度。



▲回弹宣传

测试结果显示  
16 件样品回弹较差。

防滑耐磨

| 防滑性能(湿态静摩擦系数) | 老人鞋样品 | 休闲鞋(板鞋)样品 | 雪地靴标准要求 |
|---------------|-------|-----------|---------|
| 最大值           | 1.20  | 0.91      | /       |
| 最小值           | 0.47  | 0.36      | 0.30    |
| 均值            | 0.82  | 0.63      | /       |

▲防滑性能比较

测试结果显示  
老人鞋比休闲鞋(板鞋)更防滑。  
耐磨性能差也将导致鞋底防滑花纹磨损过快,会大大降低鞋底的防滑性能。



▲耐磨宣传

测试结果显示  
14 件样品耐磨性能不佳。

消费提示

老人鞋选购五步走

一折:对折一下鞋底。对折时弯曲的地方应在鞋底前部三分之一处。要确保鞋底的弯曲部位和走路时脚掌的弯曲部位相吻合,才能舒适合脚、不挤压。

二捏:捏一捏鞋子的后跟部位和前部包头。后跟和前部包头不宜过软,应有一定的硬度。

三拧:两手对拧一下鞋子。过软的鞋子无法给脚部提供有效支撑,易造成脚部扭伤;太硬则影响穿着舒适度,行走易疲劳。



▲太软



▲太硬

四按:用手伸到鞋子内部按一按。前掌部位太薄易使人感觉硌脚而影响行走舒适性。后跟部位也不能一味追求柔软,良好的回弹性能才能更好地保持行走过程中缓冲、减震的效果。

五闻:闻一闻鞋子有没有异味。若有明显刺鼻气味的,切勿选购。

(长三角消保委联盟)



# 安徽省汽车市场舆情分析报告

安徽省消费者权益保护委员会

## 第一部分:西安奔驰女车主维权事件始末

2019年4月11日开始西安利之星的女车主维权事件在网络上引起热议,从而引起人们对于汽车行业的广泛讨论,后期舆论发酵到不止对此次事件解决的关注,引发人们对准汽车行业的质量收费不透明以及众多汽车的质量问题的讨论。据悉,16日开始,上海地区在举办上海车展,中奔驰展厅承载着巨大压力而在上海车展中,奔驰展台也成为了焦点,而有人爆出在车展开幕仪式之前,奔驰展台配备了大量的安保人员。在此次车展上京奔驰的销售总裁兼任首席执行官——倪恺也回应了“奔驰漏油事件”,称其为偶然的孤立事件,并不能说明奔驰存在广泛问题。5月28日,西安市场监管局高新分局对外通报了“奔驰女车主维权案处理结果”。不管是西安利之星4S店还是厂商,都应该吸取这次的教训,认真做好产品和服务。

### 一、事件发展脉络

#### (一)事件简述

王小姐在西安利之星奔驰4S店付款66万提车,车辆未开出4S店门,发生发动机漏油现象,车主要求退款或退车,奔驰经销商从同意赔偿到换车,到更换发动机。王小姐无奈坐在店内车辆引擎盖上哭诉维权,维权视频在网上引起巨大反响,13日双方进行和解谈判后录音遭到曝光,再次推高了舆论关注度,女车主不仅指出车辆本身的质量问题同时爆料在购买奔驰车时销售人员在其不知情的情况下,诱导其刷1万5千多元的奔驰金融服务费,认为“这是欺骗行为”,甚至引来了金融监管部门的介入。而随着关注度的上升和媒体的介入,事件本质也发生着变化——一桩简单的交易纠纷,正逐渐升级为大众对消费者权益保护的探讨,和对整个汽车行业销售内幕的追问。在王小姐维权引发广泛关注之后,广大网友除了对于此次事件本身的解决持续跟进外,首先汽车行业的“金融服务费”成为

焦点,大家对于费用的合法性与资金流向产生质疑,其次,陆陆续续的引发全国各地曾购买有问题的车辆的车主进行维权。

#### (二)衍生后续维权事件

1. 2019年3月15日,刘先生从北京百得利之星汽车销售有限公司按揭购得了一辆奔驰车(混动款奔驰C260,搭载1.5T发动机)。3月21日,刚买了7天的奔驰车在高速路上突然亮起“加注机油”警示灯。出问题的奔驰车被拉到了位于河北省沧州市的奔驰4S维修店。专业人员检测后告知刘先生,车的发动机核心零部件出了问题,需要生产厂家拆开发动机才能进一步处理。刘先生随后联系了销售方北京百得利之星汽车销售有限公司,销售人员明确表示销售方无法解决这个问题,让刘先生联系维修4S店或奔驰生产厂家解决此事。刘先生只好前往位于北京亦庄的生产厂家——北京奔驰汽车有限公司。工作人员向刘先生坦言:“说白了我们就是两家公司,新车出了问题得找销售方解决,作为厂商,只能根据销售商和用户协商的结果进行相应配合。”在西安奔驰事件成为热点后,北京百得利之星4S店主动联系刘先生将车运回北京进行再次检测,得出和之前一样的检测结论,只能拆解发动机。双方仍协商未果。

2. 郑州王女士在郑州之星奔驰4S店花40万买了一辆C260,提车不到24小时内,驾驶员发现车在行驶中方向盘助力系统突然失效。王女士表示,随后4S店派人将车拖走并给出反馈称“方向盘助力失效”,对此王女士气愤称,“我一辆新车刚驾驶不到24小时就要换配件,我感到非常荒唐。”据王女士披露,她与郑州之星奔驰4S店反馈此事后,接连等待近一个月均未果。王女士表示,销售人员曾表示无法退换,但她查询相关法规后了解到其车辆属于汽车三包法规定的退换范围内,遂将此事向媒体反映。在郑州之星奔驰4S店,对方销售主管承认汽车在24小时内方向盘助力系统出现问题,并称“更

换电子配件就行了”。王女士在现场质问销售人员，“修车我不能接受，这么严重的问题，你给我修我也无法相信它的质量！你们要逼我像西安女车主那样坐在引擎盖上哭诉才解决啊？”据悉，郑州之星奔驰4S店承诺在下周二（4月16日）给消费者答复。

3.4日，王雯在上海中升之星奔驰4S店花了34万余元购入新车，还没提车，就被4S店通知前围板有配件断裂。她提出退车请求，工作人员称可以“免费更换”“赠送配件”“减免保费”等，但不同意退车。交涉后，店方承认这是辆拍卖车。

4.嘉兴小杨买了辆奔驰车，他说：提车后不到24小时，发动机故障灯就亮了，4S店这边说只能维修，不过配件国内没货，德国也没货，需要等德国工厂先生产。

5.今年2月2号，贵州贵阳陈先生在上班途中车辆突然冒白烟，他紧急停车下车以后车就开始自燃，当天就有交通管理部门给出情况说明表示车辆并未与任何车辆或固定物发生碰撞，确定是自燃，4S店找到北京奔驰售后部门来鉴定之后，却一直没有给陈先生鉴定结果，不仅如此，还要求陈先生重新找第三方机构鉴定。无奈之下陈先生只能向法院提起诉讼。更令人啼笑皆非的是，对方的代理律师说，车有出厂合格证，就证明不存在质量问题。“简直是强盗逻辑”

6.浙江宁波的张先生2015年3月在宁波利星奔驰4S店全款购买了一款奔驰S320L豪华版轿车，可是拿车不久就发现汽车无法启动。张先生给记者拿出了数张维修记录，包括车辆发动机无法启动、底盘渗油，后轮胎等维修共计12项质量问题。对此，张先生认为车辆存在质量问题，要求退换车辆，可是4S店提出以二手车回购或用试乘试驾车辆替换在内的方案，张先生不满意，开始维权到现在已经4年了，张先生的问题仍然没有解决。他称维权近4年花费近40万，车辆曾被4S店员工泼油漆。

7.15日媒体爆出，根据西安冯先生举报称，被当地奔驰4S店诈骗2000多万。2018年，冯先生在新泰丰奔驰4S店订购40辆奥迪奔驰车，收款方为自称高层的薛某。冯先生称向4S店支付了800万预付金，向薛某支付了1600万余元尾款，随后薛某

失联。冯先生想要回预付款或预订车辆遭拒。

## 二、应对过程分析

### （一）奔驰方

3月28日，西安利之星第一次提到会给女车主一定赔偿。

4月1日，西安利之星改变说法，从退车变为换车，第二次提出赔偿。

4月4日，西安利之星再次改变说法，只愿换发动机，第三次提出赔偿。

4月8日销售人员回复王小姐称“按照全国三包，只能换一台发动机”。

4月13日女车主与奔驰方工作组在西安市市场监督管理局高新分局进行了三个多小时的沟通协商

4月14日梅赛德斯-奔驰发表声明称：一向尊重并依照相关法律法规开展业务运营，不向经销商及客户收取任何金融服务手续费。

4月16日，北京奔驰销售服务有限公司发布声明，暂停西安利之星奔驰4s店销售运营。北京奔驰销售服务有限公司发布第二封声明称，公司代表与西安车主沟通后协调其与相关授权经销商达成了谅解共识。再次向客户道歉的同时将对相关经销商展开经营合规性调查，如调查结果显示相关经销商的销售行为存在不合法不合规经营行为，其销售运营授权将被终止。

### （二）西安市场监管部门

4月9日，西安市市局将投诉信息转给我局处理11点左右当天投诉信息流转至监管部门后，工商和质量监督机构分别向西安利之星奔驰4S店进行了了解，并敦促他们尽快妥善解决这一纠纷。

4月11日，西安市市场监督管理局高新分局成立调查组介入调查。封存了涉事车辆，并核查了车辆来源、报关手续等。

4月12日，市局还为此事召开了专题会议，并指派了一名分管副局长进行督导。

4月14日，西安市场监管部门已对涉事奔驰4S店涉嫌质量问题进行立案调查，责成尽快退车退款。14日7时许，发布了一则最新通报：西安高新区市场监管部门对“利之星”立案调查，责成尽快退车退款。



5月28日,西安市场监管局高新分局对外通报了“奔驰女车主维权案处理结果”:西安奔驰女车主维权案发生以后,西安市场监管局高新分局依法封存涉事奔驰车并委托第三方鉴定机构对车辆进行鉴定。结果显示,涉事奔驰车在出厂前,车辆发动机就存在装配质量缺陷,属于产品质量问题。

经法定机构检测鉴定,涉事奔驰车发动机曲轴箱多出一颗螺丝钉,发动机无拆修历史,曲轴箱破裂质量问题产生在装配过程之中。涉事车辆发动机在高速运转过程中,其第二缸连杆大头撞击该遗落的螺栓,使该螺栓击破缸体,出现漏油情况。

### (三)国家相关部门

4月17日银保监会最新回应:经销商不得以为汽车金融公司提供金融服务的名义收取费用!记者从银保监会了解到,对于近期媒体热议的奔驰女车主被收取“金融服务费”问题,中国银保监会已要求北京银保监局对奔驰汽车金融公司展开调查,目前调查正在进行中。银保监会非银部副主任庞雪峰表示,已要求奔驰汽车金融公司在全国范围内对其经销商是否存在类似违法违规收费问题进行排查,并进一步加强对经销商的管理,明确要求经销商不得以为汽车金融公司提供金融服务的名义收取费用,切实保护消费者合法权益。银保监会再次重申,汽车金融公司在提供服务时收取费用应当严格遵守国家法律、法规、规章和有关监管规定,遵循公开、公平、诚实、信用的原则,应在各类相关营业场所醒目位置、公司官网等公示收费项目和标准,主动接受社会监督。

4月17日上午中消协回应奔驰事件:汽车金融服务费应明码标价。针对汽车消费领域的突出问题,中消协举办“推动解决汽车消费维权难座谈会”,中消协将积极采取措施,着力推动解决汽车消费维权难问题:第一,广泛听取消费者意见,强化汽车领域的商品和服务监督。第二,聚焦汽车消费问题,推动相关立法完善。第三,拓宽、畅通投诉渠道,监督企业落实义务。第四,对于重大、典型侵害汽车消费者合法权益行为,综合运用调查、约谈、反映、建议、揭露批评、诉讼、信用公示等方式,切实加强了对消费者的保护,有力遏制经营者不法行为。

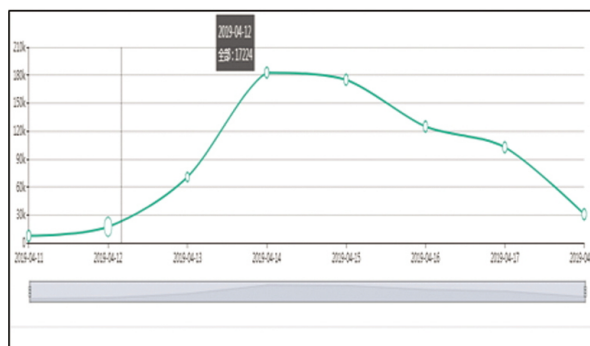
经调查,西安市利之星主要存在两个问题:一

是侵害了消费者的安全权;二是侵害了消费者的知情权和公平交易权。根据调查组和委托鉴定意见,西安利之星汽车有限公司有销售不符合保障人身、财产安全要求的商品,依法处以罚款五十万元。另外,西安利之星公司在售车过程中,隐瞒有关信息误导消费者与陕西元胜汽车贸易有限公司签署垫款服务协议并支付服务费,从中获取收益。市场监管部门依据有关规定,处以最高限罚款五十万元。以上两项处罚合计罚款一百万元。

对梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司涉嫌销售不符合保障人身财产安全要求产品的行为,已移送有管辖权的部门处理。

## 三、舆情分析

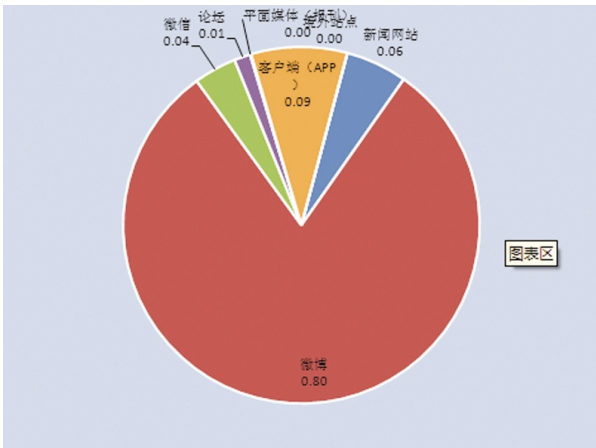
### (一)舆情趋势分析



图片 1: 舆情曝光趋势

4月11日至4月18日,共监测到“西安奔驰女车主维权”相关舆情711239条,其中新闻39240条,微博569052条,客户端61981条,论坛10373条,微信27595条。“西安奔驰女车主维权”事件舆情数量短期内迅速上升并稍有回落。在4月11日视频曝出开始被媒体关注,4月13日录音曝出后,事件在网络上持续发酵,在14日达到顶峰,达到18余万条信息,特别是在微博上抢占热搜,从而引发全网关注,同时短时间内出现大量媒体的报道、转载。随后舆情关注度稍微下降,但由于后续接连发生维权事件,热度没有迅速消退。

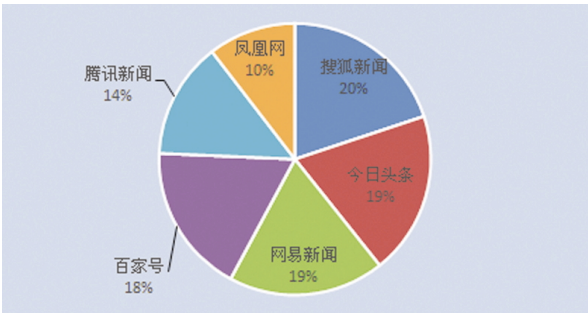
### (二)站点分布统计



图片 2: 媒体类型统计

在此次“西安奔驰女车主维权”中,主要的传播主体媒体为微博,转发评论的渠道以新浪微博为主,占比 80%,其次为手机客户端,占比 9%,再次为新闻网站的报道为 6%。

### (三)媒体报道分析



图片 3: 媒体报道占比图

据统计,在众多报道西安奔驰女车主维权媒体中,搜狐新闻、今日头条、以及网易新闻成为关注度最高的媒体;其次为百家号,腾讯新闻和凤凰网。

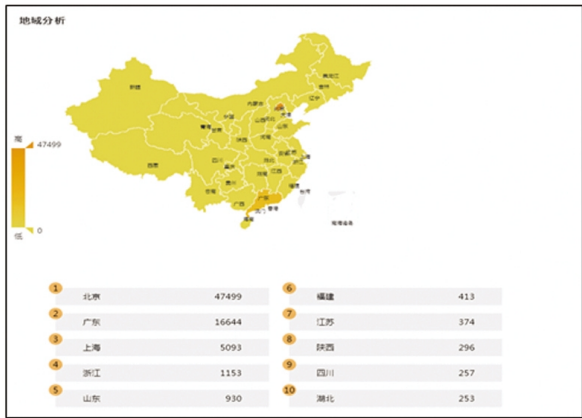
#### (四) 热点词汇



图片 4: 字符云图

从字符云图中可以看出,“奔驰”、“女车主”、“维权”、“金融服务费”等均是讨论的焦点。

### (五)地域分布统计



图片 5:地域分布统计

据统计,在众多地域中,对西安奔驰女车主维权相关舆情的讨论热度各不相同,其中北京地区讨论热度最高,广东、上海、浙江等地的媒体也持续深入解读。

## (六) 微博



图片 6:地域分布统计

从新浪微博的搜索中可以看到,截止 17 日,奔驰女车主哭诉维权的信息仅在新浪微博上就已经引发了 4.2 亿的阅读量,20 多万的网友参与讨论,每一条奔驰维权相关的搜索都达到上亿的阅读量。

#### 四、观点倾向分析

### (一)媒体观点

### 1.新华网:油漏了,别把良心也“漏”了!

2.人民日报:又一起涉嫌店大欺客的案例!扔掉斯文,忍辱泣诉,普通人维权何其难。涉事店的傲

慢与推诿,不仅砸企业招牌,也是砸城市品牌。再倾力提升城市形象,也经不起类似事件损耗。监管部门已介入,在还原真相的同时,更需秉公严处。

3.新华网官方微博:“按闹分配”不应是社会常态,忠厚实诚也不应被欺负。涉事店的态度不仅砸了自己的牌子,还“漏”了自己的良心!相关部门在还原真相的同时,还需秉公严处,给公众一个交代!

4. 央视新闻:奔驰女车主维权事件:个案可以和解,根源还须深挖。

## (二)专家点评

中国人民大学法学院教授刘俊海,他表示:①女车主有权要求退车并获得相应赔偿;②金融服务费属于不当得利,应当退回;③消费者投诉渠道存在“肠梗阻”现象,建议通过行政监管的手段,敦促企业及时保护消费者合法权益。

中国法学会消法研究会副秘书长陈音江建议,消费者权益保护不能只停留在立法和提示教育层面,而要不断加大执法和处罚力度,真正提高违法成本,对不法商家形成有力震慑,让其不敢也没有能力再去损害消费者的合法权益。“消费者应该积极维护自己的权益,从销售终端倒逼汽车销售行业的规范化。”

央视财经特邀评论员赵萍:改善竞争环境?形成消费者优先的市场氛围,要不断完善竞争环境形成消费者优先的市场氛围,这样消费者在购买商品时,不用再情绪激动地去维权来保护自己合法的权益。比如,汽车行业在过去几年当中,实际上在逐渐完善营商环境,包括积极扩大进口去建立平行车进口渠道来打破品牌商垄断,并出台了汽车销售管理办法来实现汽车经销商之间有良好的竞争。以及除4S店专门授权的渠道外,建立起像汽车专卖店,还有汽车电商等多种渠道带给消费者更多选择,使各个渠道间形成一个良性竞争。

中国人民大学公共管理学院教授杨宏山表示:以焦点事件为契机,推动营商环境对消费者更友好。不能单纯地把这个事情归因于4S店经营不规范所存在问题,我们也要把完善营商环境与之相关的政策进一步梳理,哪些地方对打造消费者更友好的环境更有益处,在这方面要与时俱进来推动,创造良好营商环境需要相关部门和商家共同努力,并

在现实中更好体现出来。

## (三)网民热评

### 1.对于王小姐的支持

一年只能改一次我要谨慎:支持女主到底,事到如今,这是关乎每一个缺乏话语权的普通人的事。或许你不买奔驰,但要买车。也许你不买车,但你走出家门衣食住行都是一个消费者,都要接触商家。没有规则意识的社会,会伤害每一个人,特别是弱势群体。

“侠客岛”:能文争,谁愿意武斗。都是讲道理没人搭理之后,采取的种种过激举动。目的无非是希望引起舆论关注,形成热点,倒逼侵权方从速解决。很多时候,也确实达到了这一目的。

彭西大猪蹄子:这姑娘是我们广大消费者的英雄,她做了我们不敢做的,说了我们不敢说的,中国大部分人的维权意识太薄弱了,各部分的官员,管理部门是不是收了别人好处了,还是自己也是黑吃黑的情况,事情闹这么大了才磨磨蹭蹭的出来,我说这话是不是要被关起来啊

### 2.对于奔驰的讽刺

九州太守张:大家别再黑奔驰车了,我曾经开奔驰到山里遇到大雪,最后救援队通过油滴找到了我。

猫的夏目和我的你:奔驰在手,天下我有,六十多万,寸步难走,车窗漏雨,引擎漏油,售后服务,基本没有。想要维权,基本靠吼,没有网络,被欺成狗。金融服务,瑟瑟发抖。关注结果,底线死守。

### 3.对于监管部门的质疑

用户空山残月:这种监管部门混吃等死,才是事件的元凶,监管部门如果恪尽职守,那来的销售部门如此卑劣?不严惩当地监管部门,此种事件永无休止。

卿卿颖佳人:为什么我觉得奔驰面对问题就是在避重就轻呢?那个“金融服务费”能不能特别说明一下?这个不开票的费用到底流向何处?我觉得买房也是给了这个费用的,面对这个问题是该整顿了。周蓬安:事情闹得这么大,竟然就这么稀里糊涂地结束了,实在是不可思议。如果各方就这样稀里糊涂地和解,可以说除了4S店暂时得到解脱外,所有各方包括政府都输了。外界会认为当事人被钱



买通,因此W女士输了;汽车行业最牛逼的品牌,信誉受损,奔驰公司输了;执法机关严重不作为,公信力受损,政府输了;社会看不到真相,此前被欺诈的消费者输了。我理解W女士遭受了太多的压力,但这个结果是社会不能接受的。我倒是希望此前向4S店支付过金融服务费的车主,也去维权,把这个行业的黑幕彻底揭开。

### 五、“奔驰女车主维权”舆情影响分析

(一)舆论质疑政府监管缺位,形式主义现象频发

“奔驰女车主哭诉维权”视频之所以引发网友的“共情”,这背后所指向的则是当地相关部门的监管缺位甚至失灵。相关报道称,该事件早在4月9日,女车主即向当地政府热线投诉涉事4S店,该4S店亦于当晚答复监管部门称“已与消费者达成和解协议”。在未与消费者进行核实情况下,当地监管部门即相信双方已经达成和解。但是,该纠纷非但没有解决反而越闹越大,不仅让监管部门疲于应付,连续发布多个声明,还成立由多部门组成的联合调查组。有观点认为:“恰逢扫黑除恶、处理形式主义的风口。全社会都在寻找黑恶势力在哪里?现在某些4S店就是“黑”或“恶”。一些地方政府在处理过程中往往陷入“无的放矢”“隔靴搔痒”。4S经销商的问题,与地方有千丝万缕的关系,媒体屡屡发声抨击,主管部门被推一步、走一步,不推则不动。质量部门难道不知道汽车的质量每况愈下?工商部门难道不知道4S店垄断和滥权?税务部门难道不知道4S店涉嫌偷税?消保部门不知道侵犯消费者权益?金融监管不知道汽车金融公司的乱象?”

(二)消费升级与服务升级难和谐统一

事件反映在消费升级中,消费方和供给方升级步调不统一。“奔驰女车主维权”事件所反映的社会深层次关注点在于:改革开放40年以来,中国市场消费需求侧在不断升级的态势中,消费维权却存在着普遍性、长期性和常态性困难,消费供给升级未跟上消费升级。“奔驰女车主维权”事件发生后,有舆论关注事件背后所折射的深层次问题,即在改革开放的大潮中,中国服务业的供给是否跟上了消费升级的步伐?有舆论认为:“随着中国经济的不断发展,中国人的消费规模和水平都在不断提高,经济

活动的频率增高,交易往来增多。与此同时,物质上的供给似乎也随之升级。就像是最近“哭诉维权”的女车主,有了消费能力,就能开上豪华的“大奔”了。就像涉事的4S店,如果能够切实为消费者提供服务,而不是只顾着推责,那这件事也就不会愈演愈烈了。消费作为经济的主要动力,消费升级作为带动经济升级的重要动力,需要市场公平能够得到保证,确保服务层面的供给升级也跟上。从这个意义上说,供给升级,绝对不只是产品本身的质量升级与附加在上面的服务升级,而是其背后的、能够保证经济活动和交易秩序公平的保障系统的升级。

(三)金融服务费触动行业潜规则,或影响今年汽车行业消费环境

违规收取金融服务费触动行业潜规则,加之舆论影响或将进一步扩散到全国所有4S店,进而影响今年整个汽车行业的消费环境。在“奔驰女车主维权”事件中,原本西安利之星奔驰4S店进行退款处理后,该事件理应告一段落,但女车主多次质问奔驰4S店,收1.5万“金融服务费”到底服务了谁?将事件再次推上舆论热点。对此,有舆论认为:强制加装和金融服务费是个大事,也是4S店的一大笔收入,这一事件可能改变今年汽车消费环境,扩散到全国所有4S店,涉及客户可能以千万为单位。从奔驰新车漏油问题,到金融服务费的违规收取,奔驰女车主可能以一己之力撬动整个行业,而对于行业“金融服务费”等潜规则也可能是一次真正的揭发和触动!

### 六、深度分析

(一)奔驰方的危机公关处理

此次事件中,在最近身陷舆论漩涡中心的时候,无论是一线的展台工作人员,还是身居高位的高层,奔驰的危机公关都称不上处置得当,不仅高姿态脱离群众而且反应慢错过解决的窗口。西安女车主哭诉维权事件爆发两天后,在当地工商部门介入后,奔驰官方申明才开始发布。在18分钟的录音中,主管部门想要和解被女车主化解,此时的税务和银监会介入,就是要给一个交代,这个时候奔驰进行危机公关的作用也开始失效。而且,上海车展中的奔驰展台上,还没正式开展亮相就让人不敢靠近。奔驰的确是汽车文明的先驱,的确是BBA三驾

马车之首,但家底再厚,店再大,但是此次事件处理让人觉得处事态度傲娇,诚意不足。

## (二) 奔驰后续影响

奔驰作为豪车的代表,他的基盘不在于奔驰车主在广大买不起奔驰车的普通人,奔驰车作为奢侈品代表的是车主的品味以及财力,这是奔驰车的深层的价值。在以前的奔驰车辆的负面问题中,关注问题的受众是奔驰车主或者潜在车主,受众范围小,其基盘未受到影响。但在此次事件中,首先冲击网友眼球的是奔驰车的质量问题,女车主也在八点诉求中提出要对车辆进行安全检查,奔驰车漏油质量不可靠这些负面印象通过互联网的平台迅速的打到大众的脑海中,并且通过舆论的不断发酵使得成为一个梗,产生了长足的讨论。这个时候,奔驰车的溢价价值受到损害,以后愿意为奔驰车的溢价价值买单的车主会减少,从而引发奔驰车辆的业绩。

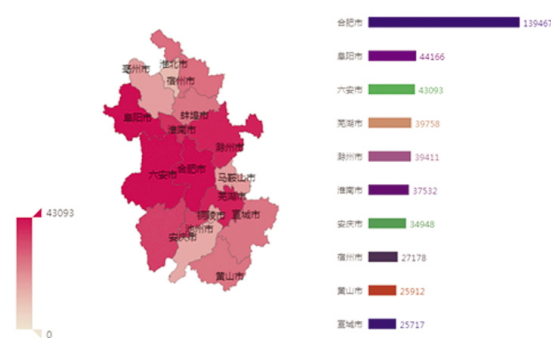
### (三)汽车行业收费乱象

近两年汽车金融发展迅速，在行业乱象之下，经销商的利润空间被逐渐挤压，以至于通过另外的方式将失去的利益补回来，金融服务费就是在这种情况下产生的畸形产物，他不符合法律法规的明文规定但是成为行业的默许规则，在此次事件中遭到曝光具有一定的偶然现象，但是对于这种乱收的情况进行曝光也就是早晚的事情。



自 2019 年 1 月 1 日至 7 月 22 日 13 时,“安徽汽车消费市场”相关信息量共 457,182 篇,其中,网站新闻共刊发、转载相关文章 246,531 篇,微博 75,969 条,客户端新闻 10,239 篇,微信公众号文章 6156 篇,论坛相关贴文 3479 篇。具体而言,网络舆论对“安徽汽车消费市场”关注度整体呈趋势较为平稳,自 6 月 18 日开始明显上升,7 月 11 日达到本监测周期高峰,与安徽省近期召开的汽车消费领域维权难点与热点交流会相关。

## (二) 地市热度分布



## 第二部分·安徽省汽车市场舆情分析

## 一、安徽省汽车市场舆情概述

西安奔驰女车主事件过去已经四月有余,但其暴露的汽车行业的乱象问题却远没有结束,舆论海啸席卷了整个汽车行业,首先露出的就是金融服务费以及二手车问题。随着行业乱象的“冰山一角”被撕开,质疑和讨论甚嚣尘上。本文从安徽汽车行业存在的问题出发,通过抓取本地论坛、贴吧等自媒体来源数据,分析消费者对汽车购买系列流程中的真实评价,从而探讨安徽汽车消费市场存在的问题及乱象。

### (一) 舆情关注趋势

针对安徽省汽车消费领域存在的问题,统计各地区舆情发生数量,排名前十的地市分别为:合肥、阜阳、六安、芜湖、滁州、淮南、安庆、宿州、黄山、宣城。

### (三)词频分析



对安徽省内汽车相关报道及网民评论进行词频分析，排除中性及无关词汇，词频排名前十的词汇分别为：金融服务费、续保押金、咨询服务费、精品装潢、贷款服务费、汽车三包、汽车保养、更换发动机、质量问题、收取金融。

二、安徽汽车消费市场存在的问题

(一)根据销售环节划分

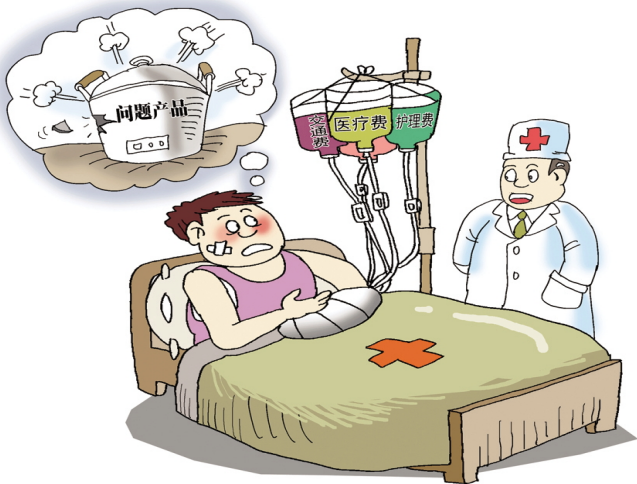
按照销售环节划分，目前安徽省汽车消费维权问题主要集中在售中及售后环节。售中环节，结合媒体报道及网民投诉反映，除去金融服务费具体表现还有：1、销售人员虚假宣传；2、付过预付款项后出现车辆押金不退的情况；3、强制购买金融贷款、委托保险、汽车上牌等其他服务；4、在签订合同时故意遗漏车辆具体型号、年份等重要信息，导致消费者维权困难；5、购车不给合格证等问题。

售后服务方面存在的问题主要有：1、购车后车辆出现问题售后人员拖延处理，质保期内不质保；2、三包期内，车辆出现严重的质量问题只进行简单或拖延修理，三包期过后或保养时，将小问题说成大问题，要求消费者自费更换价格高昂的损耗件等方面内容。

|    |               |
|----|---------------|
| 01 | 金融服务费         |
| 02 | 虚假宣传诱导买车      |
| 03 | 车辆押金不能退还      |
| 04 | 贷款买车捆绑销售强制买保险 |
| 05 | 购车不给合格证       |
| 06 | 强制收取车辆内部装修费   |
| 07 | 小病大修过度保养      |
| 08 | 质保期不质保        |
| 09 | 不配备备用车辆       |
| 10 | 咨询服务费         |

(二)二手车销售市场存在的问题

自 2019 年 1 月 1 日至 7 月 22 日 13 时，“安徽汽车消费市场”相关信息量共 292,103 篇，占“安徽



汽车消费市场”总体舆情的 38.98%。梳理媒体报道及网民观点，分析认为二手车市场存在的问题主要集中于：1、卖问题车，隐瞒事故车，数据作假；2、巧立名目收取服务费；3、消费者作为卖方，平台抽取中间费；4、“零首付”二手车套路贷款。

三、市场乱象分析

(一)售中存在问题及现象

(1)金融服务费

自西安奔驰女事件曝光以来金融服务费问题一直是热点问题。该事件后各地车主开始重视汽车行业违规收取金融服务费问题，所以该问题在网络媒体、汽车之家及新浪微博中始终保持较高话题度，同时安徽本地舆论对此也进行了高度关注并持续曝光多起相关事件。具体如下：

中安在线 4 月中旬发布题为《合肥多家 4S 店车贷存金融服务费“黑洞”》报道称，4 月 16 日，本网记者以消费者身份探访了省城合肥多家汽车 4S 店，发现仍有店面在收取“金融服务费”，费用高低与贷款额度有关，最高的一家收到了 4500 元。报道曝光了东风雪铁龙合肥悦意店、一汽大众合肥亚夏宝腾汽车 4S 店、合肥亚夏福特汽车 4S 店、一汽马自达旗舰 4S 店等店铺不同程度收取金融服务费现象。

新浪安徽 6 月 19 日转载安徽商报题为《合肥 4S 店还在收金融服务费》称，此前，陕西西安奔驰车主新车发动机漏油，女车主无奈坐上车头维权，成为全国的一个热点。人们在关注车辆质量的同时，车主曾被收取的“金融服务费”也成了关注热



点。日前,安徽商报融媒体记者以消费者身份探访了合肥多家汽车4S店,发现“金融服务费”仍是各家4S店普遍存在的一个现象,动辄数千元。报道分别曝光了天智路一4S店、凯迪拉克店、国际汽车城三家店铺。

随后,新浪微博网民@合肥生活通7月4日发布微博称,安徽时代华悦凯迪拉克收取万元服务费却不给车辆临牌致新车被扣,车主将失业一年半。网民@合肥正能量4月18日,合肥的胡先生拨打本报962000热线反映称,今年4月4日,他在合肥市宿松路与方兴大道交口的裕田汽车产业园内的安徽时代华创汽车销售服务有限公司(下称“时代华创”)购买了一辆雪佛兰探界者SUV。“4S店以贷款免息为由,要求以金融贷款方式提车,并收取了抵押费、金融服务费等共计8000元,另外又强制在店内购买保险。

## (2)车辆押金不退

在汽车消费中,买卖双方经常会因为“订金”或“定金”的退还问题产生分歧,甚至对簿公堂。“订金不退”的纠纷,在日常交易中并不陌生,俨然已成行业潜规则。从业人员称店里在给消费者订车时,承担风险,为了防止消费者在订好车后不要的情况,以及由于定下车后,别人想买时店家不卖,结果最后订车的消费者不要了的情况,订金在一般的店里都是不会退的。

万家汽车发布文章《买车不成反“倒赔”安徽致

翔4s店3000元订金不退成行业潜规则》报道称,合肥市民陈先生来到蜀山区名车广场内的安徽致翔雪铁龙4s店,预付了3000元订金并签订了销售合同,但由于合格证拿不到等问题,后陈先生表示取消交易,单销售顾问称,退车可以,订金是不能退的,并且合同上也写明了“不退”。

随后,网民@六安爆料发布帖文称,有网友在六安德众大众4S店按揭买辆车,当时4S店收一个2千元押金条,后一个负责人说必须在他们店买保险,押金才退,当时买车销售告诉该网友,说贷款还完,就可以退押金。

## (3)强制购买保险、汽车上牌等其他服务

当前,汽车商家为了吸引顾客经常会有各种活动,不过由于行业竞争压力大,会用很多“套路”,譬如消费者在商家明明购买的是裸车,但是他们却强制性要求自己买保险和上牌照,店内的保险一般比市场上的表现贵出一大截,但其实一般的保险代理人,都能满足车险投保的需要。

网易号安徽城市之声发布文章称《上汽荣威:车主:4S店“强制购买保险”,签订“空白合同”,4S店:没有的事!》文钟称,安徽城市之声“汽车315”节目组,接到一位周先生打来电话,表示自己今年的9月份在淮南广成荣威4S店购买了一辆荣威RX5,可是自己在提车时被4S店强制要求在店里购买保险,否则不能提车。并且还让周先生签了一份空白合同,说是规定。

微博网友@悲伤的基努6187月5日发布微博称,安庆市Jeep4S店,坑害消费者,去年买的车,交了押金后4S店强制要买2年保险,4S店说不买保险汽车开不了发票,今年去买保险他们又要我全额买保险,2千押金只能给我一张1500元修车的VIP卡,此消费者后拨打12315进行投诉。

## (4)购车欺诈现象

购车合同诈骗是指通过签订虚假汽车买卖合同的方式,要求购车人交纳一定的定金,然后将定金非法占为己有,不出售汽车给购车人的一种犯罪行为。眼下除了合同欺诈各类的汽车欺诈现象层出不穷,例如旧车当新车卖,低配车改装后卖高配的钱,国五



的车当国六的车来卖等等一系列的欺诈现象。有的商家在承诺价格为全包落地价后在拿车时收取贷款手续费等额外费用。

六安本地多个大V进行报道称,六安福瑞德4S店,承诺消费者只要绑定第三方平台就可以半价购车,差价由第三方平台通过积分返还,1积分=1元钱,签订贷款购车合同后半价把车开回家,剩下贷款第三方平台可以用积分抵扣银行贷款,消费者不仅半价购车还能赚点油费。但真相是所谓第三方平台返还积分抵扣银行贷款,根本不可信,疑似欺诈已涉及60多位车主。

#### (5)汽车合格证问题

目前汽车经销商一般都采用三方融资手段向厂家提车,具体操作方式为:厂家、汽车经销商与银行签订三方协议,由经销商通过银行贷款向厂家提货,厂家将汽车发往经销商的同时,将汽车合格证作为抵押物交给银行。每卖出一台车,经销商就拿钱去银行换回一本汽车合格证。若经销商将卖车所得款项用于其他地方,不能立即偿还银行贷款,消费者就拿不到汽车合格证。但是4S店不能及时提供车辆合格证就将车卖给消费者,违反了《产品质量法》等相关规定。

万家资讯发布新闻《安徽男子32万买新车车架号合格证全作假 报警后销售员偷偷把车开走》称,家住滁州的高先生,今年3月份在滁州景祥汽贸有限公司,安徽车之骏汽车销售服务有限公司购买了一台一汽解放牌的环保自卸车,明明买的是新车,结果发动机和车架号接连被发现是假的,报警后销售将车开走,并称送去检查。

微博网民@合肥汇发布微博称有网友举报合肥中宝广汽丰田车主全款买车合格证却被4S店抵押,临牌已经全部过期,几次去4S店后了解情况,共有60-80辆车主合格证在不知情的情况下被该店抵押给多家金融机构。其中部分全款购车车主,4S店将合格证抵押给广汽汇理金融机构,80名车主维权的30多天里,安徽电视台做跟踪报道!至今未有负责人出面解决。

#### (二)售后存在问题及现象

##### (1)质保未到期,4S店却拒绝维修



万家资讯网7月17日转载安徽电视台内容称,阜阳张先生买奥迪车遇变速箱故障,质保未到期4S店却拒绝维修。据报道,阜阳的张先生给栏目热线打来电话,说自己在2016年8月买了一辆奥迪A6轿车,今年6月份,这辆车子突然出现故障,而当他让当地奥迪4S店维修时,工作人员一开始说这辆车没有质保了,你自己去修吧,可过了几天,又说可以申请质保,这事让他觉得很疑惑。

凤凰网安徽4月10日发文《安徽一男子汽车异地保养出故障 却遭4s店拒保 谁之过?》称,定远的李先生称,自己2016年的时候买了一部哈弗SUV汽车,今年3月份时,这车子出了故障,但是当他把车子开到4S店要求保修的时候,却遭到了拒绝。出现问题后,这车子最多只能开到每小时110公里左右,怎么加油也没法开得更快。所以,第二天,他就赶紧去当地的一家修理厂检查,得到的答复是增压泵总成坏了。然而,车出问题去4S店要求保修,却被拒绝了,4S店将还问题归咎于润滑油。

##### (2)三包前拖延修车,三包后小病大修

新浪微博@亲自合肥7月21日发文称,网友投稿【#新车不到24小时发动机损坏#7月5号提车6号就坏】我在安徽易和福来汽车销售服务有限公司,买了一辆探界者驰界版的车,参考价18.99万,是15万多买的,然后行驶了大概40km,车子发动机动力不足,发动机故障灯亮!4S店意思就是他们不能保证产品质量百分之百合格!车已经出售,

所有权是我,我得承担车子的问题;他们必须得严格按照三包法处理,完全不管他们车出厂有问题,客户是花了十几万买了一辆不合格的车!

新浪微博网民 @GUN-000 5月11日发文称,维权艰辛,求助微博! 2015年1月购买奔驰汽车,至今主要零件几乎都更换了,今日发动机警报灯又亮了,维修费用万元计算。4S店索赔无门,态度恶劣,只有一句话:超过三年,不在三包服务期内,无论如何,即使是质量问题也得消费者承担维修费用。面对刚刚过去的“西安维权事件”为何4S店态度仍然如此蛮横?难道过了质保期的奔驰车就不是奔驰车了吗?过了质保期质量问题就得消费者承担吗?

### (三)二手车市场存在的问题及现象

与新车销售市场不同,在二手车市场中,消费者既可以作为买方也可以作为卖方,既可以在线上交易也可以通过线下平台交易。梳理媒体及网民观点,省内二手车市场亟待整治规范。

#### (1) 故意隐瞒真实车况,消费者维权无门

中安在线7月5日报道称,2017年10月,她在包河区园江名车广场花费31万元,买了一辆捷豹牌二手轿车。作为销售方,安徽省园江汽车贸易有限公司(以下简称园江汽贸)在合同中承诺,“本车无水泡、无火烧、无事故、无结构性损伤,如有不符造成退车,退一赔三。”车子拿到手后,李女士通过某保险公司APP查询得知,该车在当年4月22日在湖南省发生过严重交通事故。李女士委托第三方公司进行检测,检测结果为“该车属重大碰撞事故车,左前部纵梁有碰撞变形维修痕迹。”两年来,这辆曾让她心动的二手捷豹车维权之路陷入死局。今年,李女士根据法官建议,将这辆“受内伤”的捷豹车以18.5万元的价格卖掉,“后续的93万元赔偿,在我看来仍然没个期限。”

《安徽商报》7月5日报道称,为了毕业后上班代步需要,小王在二手车电商平台上花1.3万元买了一辆二手车,想用来练手加代步。但目前这辆二手车却让小王头痛不已。小王称,当初电商平台对这辆车的描述是:所在地为成都,2014年出厂,里程9.8万公里,售价1.8万元。后来小王最

终通过该平台与车主达成协议,以1.3万元的价格成交。小王签署了一份知情确认书,并支付了购车款10%的订金。两天后车辆到达,小王完成过户支付尾款。“车刚开两天就出现故障,花了500元换电瓶,又开了几天,车子再次出现问题。”小王说,短短一个月时间内光修车就花了2000多元,但还是问题不断。维修的师傅建议其直接报废,否则维修费都够买辆新的。据悉,小王也曾联系二手车平台,但却无人处理,而原车主也“失联”。

#### (2) 巧立名目收取服务费,二手车抵扣购车款

中安在线7月5日报道称,7月1日,阜阳市民冯女士向记者反映,6月下旬,她通过自称“不赚中间商差价”的某知名二手车交易品台,联系上了在合肥周谷堆一家精品二手车行,并在该车购置了一辆2015款的宝马X1。“当时车的总价为14.7万元,我首付付了36000,贷款11万多。”冯女士称,签订合同后,“贷款没多久就放下来,我发现二手车交易平台负责给我办理贷款的人给我多贷了2.8万元,他说这笔钱说是产品附加费。”冯女士不解,要求涉事平台相关人员给个说法,“这么多天,办理按揭的人不接我电话,车行的人说多出的贷款跟他们无关。”一次贷款买车,莫名多出2.8万元,让冯女士不再轻信网上的二手车交易平台。7月2日,在多次沟通后,办理贷款的涉事平台工作人员愿意给冯女士做退款处理,但始终未就贷款合同中多出的2.8万元贷款做出回应。





据报道,为查明线下二手车交易市场和线上二手车交易平台的真实情况,记者以一辆买入四年的北京现代伊兰特对上述领域进行了报价测试。位于省城北二环安徽国际汽车城分布着不少的二手车卖家。记者问所开的车能卖多少钱,男子围着车身转了几圈,看了看里程表和发动机后表示,“如果你这

车没有大事故的话,一口价 4.2 万元。”“你这车的保险杠擦碰过吧,还有你这车是‘国五’标准,现在再不出手,以后越来越不值钱。”在包河区长春街一家车企店内,一名从事二手车交易的人员看了记者的车表示,如果想卖能够抵扣 4 万元购车款,但前提是从他们家 4S 店购置新车。为了测试二手车电商平台的价格,记者之后又在网上预约了一家二手车平台,平台随后委派了一名评估师免费上门检测,该评估师评估后表示,该车在网上的挂价大约在 3 万到 3.2 万元。“如果你挂 4 万元估计很难卖出去,挂 3 万元能卖的很快。”该评估师说,网上报价是根据大数据系统分析评定的,“平台只收取一定的服务费,不会赚中间商差价。”

### (3)新骗局:“零首付”二手车套路贷款

新浪微博@新浪安徽 4 月 17 日报道称,【男子误信“零首付”买宝马,车没到手先负债 17 万】合肥一男子小周看到网上有人提供“零首付”购二手车,便动了心,不料不仅车没拿到,还要偿还 17 万元贷款。原来小周被他人“套路”了,近日,该诈骗团伙已被合肥市公安局瑶海分局一网打尽,5 名犯罪嫌疑人全部落网,连带侦破全国同类案件 20 余起,涉案价值 500 多万元。

此前就有报道称,某二手车平台以欺骗手段让他们多付两万多元贷款、遭遇暴力收车、贷款买车变成了融资租赁,导致买车人损失惨重。部分消费



者表示,在线下与二手车商上谈好价格购买汽车,二手车商再推荐二手车平台为消费者进行贷款分期。后期还贷过程中,消费者发现实际贷款金额要比自己要贷金额多出两三万元不等。这些消费者在与二手车平台交涉过程中发现,自己与其签的合同原来是融资租赁合同,

车辆产权属于该平台。

### 四、研判分析

结合媒体及网民对安徽汽车市场的舆论反馈,综合研判分析建议:

1.检查汽车 4S 店、二手车汽车销售企业经营行为,重点检查有无利用为消费者办理汽车按揭贷款、汽车保险等服务之便违法收取金融服务公司、保险公司返利、服务费等不正当竞争违法行为;

2.检查汽车 4S 店销售服务企业、二手车市场广告发布行为,重点检查有无发布违法广告、虚假信息误导消费者等广告违法行为;

3.检查汽车 4S 店销售企业违规收费行为,重点检查有无存在收取违背消费者意愿搭售保险或商品,强制收取车辆出库费、上牌服务等侵害消费者权益的违法行为;

4.检查汽车 4S 店、二手车汽车销售企业的相关合同文本,重点检查有无利用格式合同排除消费者权利、加重消费者责任、免除经营者自身责任的条款和利用“霸王条款”欺诈消费者等合同违法行为;

5.检查汽车 4S 店、二手车汽车销售企业售后服务环节,重点检查有无利用格式合同质保期内拒绝维修,三包范围内无故拖延维修等行为。

6.与此同时,加强市场内部监管力度,车管所、二手车专业评估机构、消协等部门联合协作,切实落实市场主体责任,提高市场准入的审核门槛。

## “两岸汽贸店”帮忙贷款 还清之后押金不退

汽贸店帮忙贷款 还清  
押金不退？

滁州明光市的焦先生，2015 年通过当地的一家汽贸店，购买了一辆起亚轿车，总价 16 万多，首付付了 5 万多，剩下的 11 万，汽贸店帮焦先生从一家金融公司贷款，期限是 36 个月。去年的 9 月份，焦先生把贷款还清，可先前交了一笔押金却迟迟退不回来了。

2015 年的 3 月份，焦先生通过当地一家“两岸汽贸”，购买了一辆起亚轿车，汽贸店帮焦先生找了一家金融公司贷款 11 万元，为防止焦先生不能按时还款，金融公司要求焦先生交了一笔押金。

焦先生说，去年的 9 月份，他就把 11 万元的贷款还清了，眼瞅着这一年的时间快过去了，押金却迟迟退不回来。

由于贷款公司一直是两岸汽贸负责联系，焦先生说，他只知道贷款公司的名字叫“谭记”，对于公司的其他信息，他并不是很清楚，当时在办理贷款时，还曾见过公司的一个女业务员，专门做这个业务，他们两个在两岸汽贸签的所有手续，这些手续里就包括一张 5500 块钱的押金单子，焦先生说，单子现在并不在自己手里，在还清贷款后，他就把这张单子交给了两岸汽贸，然后由两岸汽贸寄给贷款公司，押金才能退回来。

焦先生告诉记者，他曾经找过谭记公司，但是该公司根本就不理会他。



### 放贷款收押金 竟然分属两家公司？

押金迟迟不退，着实让人很着急，8 月 12 号的下午，记者陪同焦先生来到明光的两岸汽贸店，门店的一位工作人员称，负责人现在不在，随后，焦先生拨通了汽贸店负责人徐总的电话。

在电话中，焦先生询问徐总押金什么时候可以退，徐总表示让焦先生现在到店里谈。

过了大约 20 分钟左右，两岸汽贸的负责人来到了店里，对于焦先生买车退押金一事，负责人称他已经要过很多次了，但也没有结果。

两岸汽贸的负责人称，焦先生的 5500 块钱押金是交给了一家名叫浙江谭记汽贸合肥分公司，那么，焦先生当时这笔 11 万的贷款究竟是怎么办下来的呢？

负责人告诉记者，当时他们这边的银行是不

货车贷的，当时是从浙江工商银行贷的贷款，中间有个中安金控和谭记公司帮他办的这个贷款。

汽贸店负责人称，当时他帮焦先生申请贷款，联系的是一家名叫中安金控的公司，中安金一名业务员来了以后，与焦先生签订贷款等相关协议。但让人意外的是，最后交给焦先生的押金条落款竟然是名叫浙江谭记汽贸合肥分公司。

中安金控：谭记正在重组 疑似资金问题

两岸汽贸负责人称，因为当时银行不办理车辆贷款，他才帮焦先生联系了中安金控办理贷款，至于焦先生签的押金单子上为什么会是浙江谭记汽贸的落款，由于中安金控的业务员已经离职，具体情况他也不清楚。

随后，焦先生拨通了中安金控公司的一个座机电话，电话中的一名女工作人员称，这个电话只负责办理车贷结清，至于焦先生反映的退押金事宜，并不在办理范围。并让焦先生联系谭记汽贸。

焦先生说，由于当初办理贷款的中安金控业务员已经离职，他现在根本不知道该找谁去要这笔押金。

记者通过网上查询：中安金控资产管理有限公司成立于2014年，总部地点位于杭州，法人代表叫谭建国，经营范围为企业资产管理、汽车事务代理、购车非融资性担保等。浙江谭记汽贸合

肥分公司成立于2013年，法人代表叫陈李哲，企业经营范围包括汽车事务代理、购车非融资性担保等。为了进一步了解情况，记者多次致电浙江谭记的一个400电话，始终无人接听。而此前联系过是中安金控，电话也无法接通。

浙江谭记汽贸有限公司是中安金控公司旗下的骨干企业，成立于2002年，总部位于杭州钱江，公司是经营汽车贷款担保及汽车事务代理服务的专业机构，是浙江省汽车贷款担保行业的龙头企业，固定资产价值近2亿多元，目前除浙江外，在上海、重庆、合肥等地也展开了汽车消费贷款担保业务。

#### 律师观点

那么，面对目前的情况，焦先生要想拿回办贷款的押金，究竟该怎么办呢？来听一听天天315维权律师观点。

杨阳 天天315维权律师

结合目前的案件来看，谭记公司因为无法联系，同时考虑到谭记公司与中安金控公司之间存在法律上的关联关系，我们认为焦先生可以向中安金控公司要求返还押金。因为中安金控公司系与银行为焦先生的借款提供担保，并且因为这种担保收取了押金，那么就应当返还。同时我们建议焦先生如果在与中安金控之间不能够通过协商解决问题的情况下，为了保证和维护焦先生的合法权益，焦先生可以通过诉讼的方式来解决案涉争议。同时在诉讼中我们建议焦先生同时把中安金控以及谭记公司起诉至人民法院，把两个公司同时作为被告，这样要求人民法院查询两家公司之间到底是何种法律关系，以及谁才是真正的收取押金的主体，以明确各方的责任。

（省消保委、《安徽电视台》公共频道）





## 刚买三天的凯迪拉克就漏油 4S 店：只修不换



### 新车三天就漏油？车主拒绝维修

颍上县的范先生给我们栏目热线打来电话，说自己 6 月 18 号在阜阳凯迪拉克 4S 店买了一部轿车，可是开了 3 天就发现漏油，而直到现在这事都没有办法处理。

7 月 9 号上午，记者在阜阳亚夏凯迪 4S 店见到了当事人范先生。旁边的这辆凯迪拉克 ct6 轿车是他今年 6 月份买的，总价 30 多万。他告诉记者，6 月 18 号那天买到车以后，他就把车开回了颍上，可等三天以后，6 月 22 号，他开着车回来贴膜时，意外发生了。

范先生向记者出示了一些视频，能看到在车辆底部，有一些油迹，新车底盘怎么会有这么多油迹呢，4s 店的维修人员检查后说可能是变速箱漏油。

范先生说，4S 店的工作人员当时说，漏油的部位还要仔细检查，要拆开才行，但是他并不同意。所以直到现在，究竟问题出在哪也不清楚。

开了三天就出问题，而且这车子又是知名品牌，价格不菲，这一切促使范先生向 4S 店提出了自己的要求，希望 4S 店给他换辆新车。

但是，4S 店拒绝了他的要求，表示范先生这个故障达不到退车标准。于是，从那天开始，范先生就把车子放在 4S 店里，还写了要求维权的话语放在一边。他认为，4S 店提出的解决方案不可接受

4S 店：提出解决方案 配合顾客处理

买个车，三天就发现漏油，这个确实是让人难以接受，事实是否如范先生所说？这一事件将如何

处理呢？我们继续往下看。

在阜阳亚夏凯迪 4S 店，负责人马经理接待了当事人，他向记者承认，6 月 22 号那天，确实是在车辆贴膜时，发现了漏油的问题。

马经理说，他们初步发现是变速箱旁边油封漏油，但是由于没有拆卸，所以只是初步判断。他们提出了一个解决方案，但是没有结果，并不是不管不问把客户放在一边。而范先生比较激动，要求退还车，但是这个不符合三包规定，他们提出维修，但是范先生没有同意。

范先生则反驳说，自己刚拿车三天，出现这样漏油问题，说明这辆 ct6 轿车本身可能存在隐患，所以退车的要求很合理。

范先生还说，如果 4S 店不能满足他的退车要求，他会考虑起诉厂家、4S 店，要求强制其退车。对于范先生的这种表述，4S 店的负责人表示，他们和厂家也进行了沟通，目前上汽通用凯迪拉克表示，对这一事件可以适当给出一些补偿。

### 律师观点

记者也就这一事件咨询了 315 维权律师，我们一起来看看。

#### 315 维权律师 杨阳

能否退车，关键要看漏油的原因，不同的漏油有不同的处理。按国家质检总局规定？涉及到汽车零部件的问题，就只需要更换，不需要退车；按产品质量法规定，如果产品存在严重质量问题，消费者可以提出退换车辆的要求，如果证明 4s 店存在欺诈，消费者不仅可以要求退车，还可以要求赔偿。所以，这一事件如何处理，需要通过权威的第三方机构的检测，来证明这一事件属于以上的哪一种情形。

采访结束后，记者也和范先生多次联系，他在电话中表示，目前还在向家人、亲戚朋友、律师咨询，究竟会采用何种维权方式仍未确定。我们也希望这一事件最终能妥善解决。

(省消保委、《安徽电视台》公共频道)

## 50 万买奔驰新车竟有多处补漆痕迹

肥西的汪先生向我们栏目反映说,7月17号,他在合肥包河区鹏龙融富奔驰4S店购买了一辆新车,18号上午新车刚开回家就发现,车辆翼子板和车灯下方有补漆的痕迹,这让他怀疑自己购买的是辆事故车。

眼前这辆就是汪先生花了50万购买的奔驰汽车,汪先生说,7月17号,他在包河区鹏龙融富奔驰4S店购买了新车,在上完牌照后,就将车子留在4S店做装潢。7月18号上午,就在汪先生将车开回去后不久,汪先生的朋友发现,车子有做过漆的痕迹。

新车刚买回家,竟然发现有补过漆的痕迹,汪先生和朋友赶紧对车子进行了仔细检查,这一检查却发现,有问题的地方不止一处。

孙先生的朋友告诉记者,车上每一个雷达孔上面的油漆都已经爆开了,所以就存在二次喷漆的情况,但是原厂的就不会这样。而且技术总监也承认有做漆的痕迹,但是不承认有拆装。

经过检查,汪先生新车的雷达孔、右车灯下方和右侧翼子板共计三处的油漆存在异常。当天下午,汪先生将车开回了4S店。

第二天,鹏龙融富的工作人员与汪先生当面



进行了沟通,并给出了补偿方案,补偿给汪先生一次保养,并给容易碰擦的地方贴上车衣。

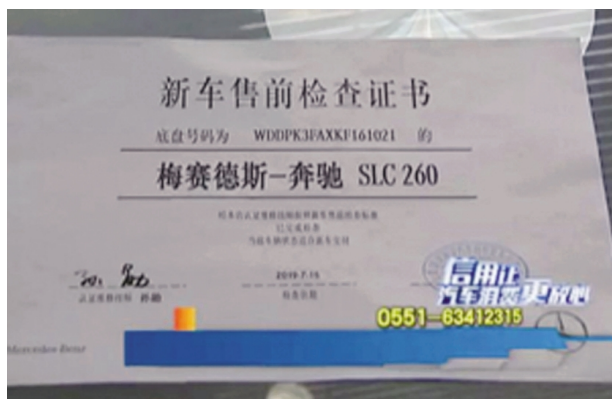
第三天,对于4S店的补偿方案,汪先生表示不能接受,并对车辆是否是事故车、有没有拆装过产生了担忧。

鹏龙融富:原因尚未查明愿意配合检测

汪先生觉得自己买到的是一辆事故车,并怀疑4S店存在故意隐瞒的情况。刚买的新车为什么会出现这样问题,车辆的前保险杠究竟有没有更换过?对于汪先生的质疑,鹏龙融富4S店又会给出怎样的回复呢?

汪先生告诉记者,他希望商家可以在一个约定的时间内给他换一辆新车,不能换的话退掉也可以。

由于车主汪先生在外出差,7月25号下午,带着汪先生的委托,孙先生和记者来到了当初购车的鹏龙融富奔驰4S店。店里的销售经理承认,汪先生的新车漆面确实存在异常,但并不存在拆装保险杠的情况。为了证实自己的说法,现场,销售经理还带着孙先生到维修车间,对车辆底盘的螺丝进行了检查。



对于汪先生新车漆面出现的问题,鹏龙融富的销售经理表示,接到汪先生的反馈后,他们也仔细排查了车辆运输和销售的各个环节,但是并没有发现车辆存在维修的情况。

孙先生提出,如果到店运输没有问题,是否存在有人私下出错导致车辆受损,擅自进行修补的情况呢?

销售经理对于孙先生的疑问表示根据车辆到店的时间、以及它出厂的时间,这一假设根本就不可能。

新车漆面出现异常的原因迟迟无法查明,事情的解决也陷入僵局。最终,经过协商,孙先生代表车主汪先生和鹏龙融富 4S 店达成一致,约定由双方共同委托第三方检测机构对车辆漆面异常的原因进行鉴定,之后根据鉴定结果再商讨解决方案。

### 律师观点

新买的奔驰车,刚开回去就发现车漆有做过的痕迹,眼下车漆异常原因尚未查明,汪先生担心的车辆是否拆装过也没有定论。面对这样的情况,责任究竟该谁承担呢?来听听天天 315 维权律师的观点。

杨阳 天天 315 维权律师

本案中,判断 4S 店需要承担何种责任,需要具体情况具体分析,主要是看案涉车辆存在修补痕迹

的原因是什么,这一点双方当事人已经着手委托第三方检测机构予以检测,相信很快有结果。

一般而言,如果案涉车辆存在过维修,4S 店在



明知此种情况下仍然予以销售,可能涉嫌法律所禁止的欺诈行为,那么根据消费者权益保护法的规定,经营者在经营过程中存在欺诈行为,应当增加赔偿消费者应此遭受的损失,增加赔偿的额度为消费者购买车辆的三倍,实际上,国家关于车辆从运输到销售整个过程规范了详细的流程和规范,4S 店应当履行,包括车辆在销售过程中,4S 店应当尽到检查义务,否则应当向消费者承担相应的违约责任,消费者亦可以基于 4S 店的违约选择解除合同,退还车辆价款,退换车辆。

(省消保委、《安徽电视台》公共频道)





## 保险已赔车灯不换 车主指责雷克萨斯 4S 店欺诈

合肥的张先生给我们栏目热线打来电话，说自己在今年 7 月份发生了一起交通事故，他也把车子送到 4S 店里去维修了，可当车辆维修结束以后，他发现，应该更换的车辆大灯没有换。一个大灯的价格是一万多元，并且这笔钱保险公司已经付给 4S 店了。究竟发生了什么事情，我们一起来看看。

### 车辆事故去维修 灯没换？

8 月 9 号上午，记者在合肥市半塔路见到了当事人张先生，旁边就是他今年 5 月份才买的雷克萨斯 es300 轿车，他告诉记者，事情发生在一个月前，7 月 9 号中午 11 点，他开车出门办事。

张先生告诉记者，在他正常行驶右转的时候，一个闯红灯的电瓶车过来，与他发生了轻微的碰撞。

张先生给记者出示了一些事发时的照片，可以看到，这辆雷克萨斯轿车的前盖翘起，车头左侧有碰撞的痕迹，而电瓶车倒在 10 米开外的路面上。

张先生说，事故发生后，他和合肥丰源雷克萨斯 4S 店取得了联系，一名叫王涛的工作人员过来帮助他处理交通事故。就在这个期间，有人拨打了他的电话。

张先生表示，可能是车子上面有联系方式，另外两家 4S 店的人也邀请张先生去他们家修车。

张先生说，当时，电话里的人说，修车有优惠，于是他告诉丰源的工作人员说，别家修车有优惠，他就不在丰源维修了。丰源工作人员见状告诉张先生其他家给的优惠，他们家也能给。

张先生说，自己当时没有相信这种说法，就让丰源 4S 店的工作人员写承诺书，承诺书上写了赠送维修基金和喷漆，还盖了公章。



张先生说，7 月 12 号傍晚，自己就找人把车子拉到合肥丰源雷克萨斯 4S 店维修，这部车在 7 月 18 号维修完毕。在随后的几天，张先生处理了车辆保险理赔，7 月 26 号，他把车子送去贴膜。可就在贴膜的时候，意外发生了。

### 保险已赔灯不换 车主指 4S 店欺诈

张先生说，当自己的车修好以后，他去重新贴膜时，却被告知车灯上还是原来的膜，这就意味着这辆车的左前大灯没有换过。事实真的如他所说吗？

在丰源雷克萨斯 4S 店提供的这份维修清单上，可以看到，这辆车的维修的项目里包括前保险杠、行人检测器、发动机盖合页等项目，总价五万多元，其中左侧大灯总成的价格为一万一千。另一张单据上显示，中国人保合肥分公司已经按照 4S 店的账单支付了全部费用。但是张先生的朋友却说，这灯上的膜还是原来的，这就意味着，左侧大灯很有可能并没有换过。

张先生打电话过去问，那个姓王的员工说，灯换过了，但是他去问车间贴膜师傅，师傅却说没有给灯贴过膜。

张先生告诉记者，自己后来去找车辆的投保公司了解情况，人保合肥分公司的定损员带着他去其他汽修厂拆检了这辆车的左前大灯部分，确认这个灯没有换过。

张先生说，自己确认左前大灯没有更换，4S店只是把损坏的大灯支架进行了修复。随后他多次和合肥丰源雷克萨斯4S店联系，最后得到了给车换一个新灯，但是原来的福利不给了这样的答复。

但是，这种答复在张先生看来不仅是没有诚意，而且他认为，4S店在这一事件中有严重的过错，形成了商业欺诈的行为。

#### 离职员工否认欺诈 4S店未回应

张先生认为4S店在这一事件中涉嫌商业欺诈，要求其承担相应责任，对于张先生的诉求，另外当事一方究竟是什么态度？记者也进行了一番调查。

8月9号，记者联系上了这一事件中的另一位当事人王涛，他之前是丰源雷克萨斯4S店的员工，这一事件发生后，目前已经离职，记者表明身份后，王涛称投诉人张先生所说的并非实情。

王涛称，7月9号事故发生后，他就陪同张先生去处理各方面问题，但是等到车辆维修时，张先生却告诉他其他公司送这个送那个，不想再在他这修。后面处理事故时又和王涛沟通用大灯的钱做其他维修。

王涛称是张先生授意他用大灯的钱来做其他维修，那么，他是否有证据证明自己所说的话呢？

王涛表示后悔自己没有录音，否则就可以方面对证。并在电话中称自己已经回江西老家去了，暂时不会来合肥。对于他的这种说法，张先生是坚决否认。

张先生告诉记者，这种行为涉嫌骗保，他不会同意用这种行为。

记者随后来到了合肥丰源雷克萨斯4S店，这里的工作人员表示负责人都不在店里，记者表明来意之后，他们记录了记者的联系方式，表示会和负责人反映这一事件。8月9号傍晚，当事人张先生给记者发来一些通话录音，在通话中，丰源雷克萨斯的负责人表示这一事件应该由王涛个人负责。

#### 律师采访

记者也就这一事件采访了天天315维权律师，我们来看看律师的说法。

截至发稿，丰源雷克萨斯4S店没有对这一事件做正面回应，张先生目前已经向辖区市场监管局投诉这一事件，在8月19号，经过协商，车主张智佳和前丰源雷克萨斯员工王涛，达成和解，在和解书中，双方表示，丰源雷克萨斯公司将更换大灯总成，然后王涛个人支付张先生5000元现金，张先生将不再追究丰源雷克萨斯公司的其他责任。

孙律师表示，在这一事件中，王涛为丰源雷克萨斯4S店的员工，所以，他的所作所为应当被视为职务行为，4S店要承担相应后果。王涛称这一事件是车主张先生授意从而导致的，但是又拿不出有力证据，从法律上看，这种指控也不成立。

(省消保委、《安徽电视台》公共频道)



## 惊险！新买宝马车多次途中熄火

### 新买宝马多次路途中熄火

不怕开车慢，就怕开车途中熄火，今年8月2号，合肥的李女士开着自己的宝马mini准备去加油，可是车子却突然熄火不走了，当时的马路，车来车往，李女士的心差点就蹦到嗓子眼了！

李女士告诉记者，自从2016年买了这台宝马mini后，她并不是第一次遇到这样的情况，偶尔会出现行使过程中熄火，需要停下来再启动的时候就打不着火的情况，但是她当时也没太当回事，因为她觉得可能这个就像电子产品一样，手机有时候死机了就重启一下，也因此没太当回事。

然而没多久，车子却一而再，再而三的出现行驶中熄火，并且刹车踩不动，车子也发动不了，这次，李女士再也不敢大意了，于是来到当初购买车的4S店进行检修。但是检查结果表明李女士的车并没有什么大问题，最后4s店的售后专员帮李女士重做了一个系统，但是重做系统后这个情况并没有得到改善。

一方面，4S店检修不出问题所在，另一方面，行驶中熄火的现象依然出现，无奈的李女士只能



再次把车开到4S店检修。这次检查发现了李女士车上的一个灯坏掉了，这有可能是引起车熄火的原因之一。

李女士说，自从换了这个灯以后，车子有一年多的时间没再出现熄火的情况，本以为车子可以继续正常行驶，可没想到却出现了我们刚开始报道的情况。

### 熄火原因不明 车主要求延保

李女士告诉记者，自从8月2号再次出现熄火的故障后， she就把车子送到了位于合肥繁华大道上的合肥宝之佳宝马4S店，那么将近一个星期过去了，这一次，4S店到底有没有检查出问题呢？

4S店给李女士的答复是，没检查出来任何问题。

面对4S店给出的回复，李女士没办法接受，眼看自己的车子就要过保，万一过保后再出现这样的状况又该怎么办呢？

面对过保后4S店给出需要自费维修的处理方法，李女士同样不认可。在采访过程中，李女士也向记者说出了自己的诉求，即希望就这个问题给她延保，不然就检查出来明确的原因并给她维修好了，只有这种解决方案她可以接受。







#### 4S 店：故障原因无法判断 问题已向上级申请

李女士说，就车子熄火而提出的延保诉求没有得到 4S 店的同意，双方始终协商不成。那么，李女士车子熄火的问题到底出自何因？4S 店最终又会怎么处理呢？我们接着往下看。

8 月 8 号，带着李女士的诉求，记者陪同她来到了合肥宝之佳宝马 4S 店，对于车辆行驶途中熄火，对方是何看法呢？

技术经理告诉记者，他们现在是确实实是试不出来李女士的车为何出问题，反复的试验下也没发现异常。最近会让维修人员把李女士的节气门拆下来，看发动机里面积碳多不多，由于车子随时时间开着久了，如果低速行驶的次数特别的多，或者车子平时开的少，就可能会产生很多的积碳，多的话可能要清洗一下积碳，然后再尝试一下是否还会熄火。

对于技术经理给出的积碳说法，李女士的丈夫并不认可，他认为妻子的车子是买来没多久就出现熄火问题，所以不存在积碳的说法。那么对于刹车踩不动，车子发动不了的情况，这位技术经理又是怎么回复的呢？

技术经理表示，刹车踩不动，可能是李女士用力不足，需要稍微使点劲，给它一个启动的信号才能打得着。

几经协商，面对李女士提出的后续延保问题，4S 店最终还是没有同意。考虑到李女士车子的特殊情况，这位刘经理表示，可以让李女士去其他宝马 4S 店进行再次检修。

就在记者截稿前，李女士给记者发来信息说，宝之佳 4S 店已经把她的的问题反映到了上级，4S 店将对李女士的车进行全面检查，如果一旦查出问题，也将给予及时维修。

(省消保委、《安徽电视台》公共频道)

## 买车贷款不成定金不退 “御珑二手车”回应：“法院见”



### 买车承诺当天办贷款？贷款不成定金不退

今年7月4号，铜陵的仇女士通过汽车之家软件，找到合肥一家名叫御珑二手车的经营部，了解之后觉得不错就赶来了合肥，可没想到，这一来，车子不仅没买到，自己差点还搭进去一万块。

7月4号当天，仇女士来到位于包河区的御珑二手车经营部，仔细挑选后看中了一款宝马3系的二手车，准备通过贷款的方式买车。

仇女士告诉记者，由于第二天要回去上班，心里很着急，就与销售交涉好当天办完贷款，还交了1万块的定金。销售向她保证，贷款若办不下来就把定金退还给她。

交了1万块定金后本想贷到款后就可以开车回家，可没想到的是，等了几个小时之后，仇女士却被告知，贷款当天办不了，定金也不能退。

当初说好办不了贷款定金可以退，现在却临时变了卦，仇女士当场就不愿意了，好说歹说，对方只退了7000，可剩下的3000，任凭仇女士怎么说，就是不退。

钱没交之前，你是上帝，钱交了以后，对方变成了上帝，看到这样的前后不一，仇女士觉得自己被欺骗了。

**销售员不承认当初约定**

**想拿回定金去法院**

离当初买车已经过去一个多月，这剩下的3000

元定金到现在还是没有着落。无奈，仇女士只能找到天天315栏目，寻求媒体帮助自己要回剩下的定金。

8月15号，记者带着仇女士一起来到了御珑二手车经营部，找到了当初协商退款的店长，对于贷款未办下来的原因，这位店长是这么回应的。

店长表示，贷款办不下来是因为当天系统过不了户，第二天才可以过户，但是仇女士不愿意等待。原本合同上写的是按揭是7个工作日，全款是三个工作日，在工作日之内把车子过户都不算违约，是仇女士违约在先。

面对店长的回复，仇女士一再声称：当初是销售员和她约定在先，可以让销售员来对质。

可对此销售员却表示，他想不起来了。

面对销售员突如其来的矢口否认，仇女士也是始料未及，对于剩下的3000元定金，商家到底是给还是不给呢？

仇女士告诉记者，因为非常信任这个销售员，所以也没有留下录音做证据，现在商家矢口否认，她也不知道如何是好。

### 律师观点

那么，面对现在的情况，仇女士还能不能要回这剩下的3000定金呢？来听听315维权律师陈杰的观点。

天天315维权律师陈杰

按照仇女士的陈述，在本次事件仇女士购车之前，她与商家的工作人员达成了口头约定，约定了如果当天贷款办不下来的话，仇女士的定金是可以全部退回的，那么后期商家的工作人员并没有如约的为仇女士于当天办理完毕相关的贷款手续，那么退款的条件已经成立，仇女士要求商家退回相关的定金是完全合法有效的。

(省消保委、《安徽电视台》公共频道)

## 汽车销售公司违规收取的“续保押金”退回来了

记者 8 月 21 日从安徽省宿州市消保委了解到，该市消保委近日成功调解了一起汽车销售公司违规收取“保险押金”的投诉，为消费者挽回 2000 元经济损失。

事情要从 2017 年 7 月 11 日说起。宿州市消费者盛先生于当日在该市伟杰汽车贸易有限公司购买了一辆汽车，提车时被该公司要求缴纳 2000 元保险押金，需连续三年在此处购买保险方能退还押金。盛先生在该公司交纳了 8000 余元购买了第一年的车险。在第二年盛先生来到该汽车贸易有限公司打算续交保险时了解到，该公司要求盛先生购买的车险高出市场价数千元。于是盛先生拒绝在此处购买，并要求该公司退还 2000 元的续保押金，但被该公司以合同违约为由拒绝退还。此后，盛先生多次到该公司协商无果。

今年 7 月 29 日，盛先生向《中国消费者报》安徽记者站进行了投诉，《中国消费者报》安徽记者站将该起投诉转给了宿州市消保委。

接诉后，宿州市消保委工作人员立即了解相关情况并组织双方调解。宿州市消保委副秘书长余兵接受《中国消费者报》记者采访时表示，盛先生与汽车贸易公司签订的合同中虽然写明了消费者需在该公司购买三年汽车保险，但并未明确写出每一年需缴纳保险的费用金额。后期消费者购买车险时，该公司以高于市场正常价格的费用要求盛先生购



买，该种合同约定的内容有部分为消费者不知情的，属于无效合约，合同上中的“需连续三年购买保险”的约定属于霸王条款。

余兵说，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条、第九条规定规定，经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。

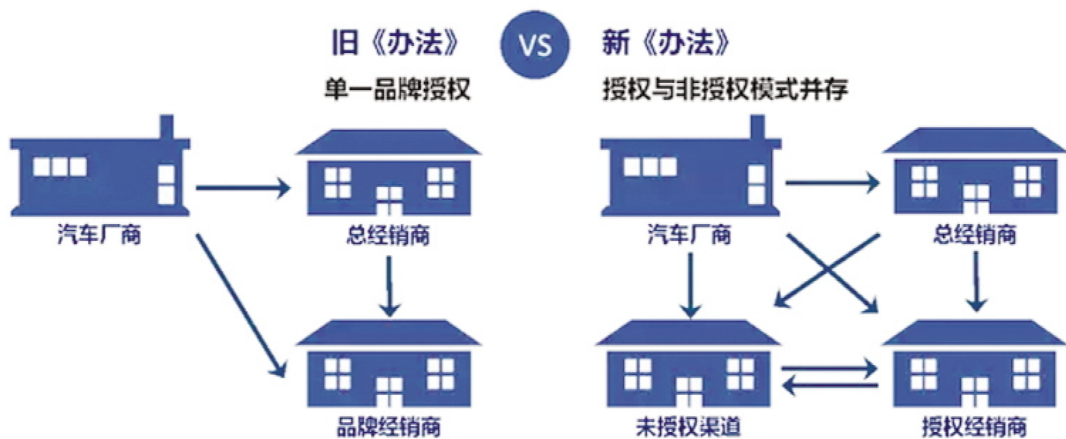
7 月 30 日，宿州伟杰汽车贸易有限公司积极配合宿州市消保委的调解，退还了盛先生 2000 元“续保押金”，并表示将认真整改。

(来源：中国消费者报)





## 解读《汽车消费管理办法》



### 一、取消品牌授权备案,汽车流通渠道更加多元化

#### 1、政策变化:

新《办法》取消了一直延续的厂商品牌授权备案制,减少行政审批的要求,允许授权模式与非授权模式并存。

#### 2、带来影响:

以往汽车流通领域的4S店单一模式从政策层面终结;

汽车流通市场更加开放,市场导向作用更加明显。

#### 3、发展方向:

虽然业界对新《办法》是否能对汽车流通领域的各利益方达成有效约束存在疑虑,但是可以肯定的是,随着汽车行业从卖方市场向买方市场的转移,在厂商与经销商矛盾激化、市场发展的倒逼、互联网创新力量的涌入等多种因素的合力下,行业将迎来大洗牌,未来的汽车流通市场一定是多模式、多业态并存的局面。

### 二、鼓励发展共享型、节约型汽车销售及售后服务网络,互联网力量将加速推动行业变革

#### 1、政策变化:

新《办法》重点提出鼓励发展共享型、节约型的流通与服务模式,加快发展城乡一体的销售及售后服务网络,积极发展电子商务,大力加强新能源汽车销售和售后服务体系建设。

#### 2、带来影响:

为带有共享、开放特色的互联网力量在销售及售后服务市场的探索发力提供了政策环境;

汽车电商作为强势力量,将会推动经营模式创新,促进汽车销售效率的提升;

伴随着三四线城市的销售增长,渠道将更加下沉,资源将投入至三四线及农村市场,销售和服务网络覆盖更加全面;

新能源汽车的流通在政策的推动下会有更长足的发展。

#### 3、发展方向:

未来在自由市场的推动下,由于汽车消费者的分散、传统线下门店体验的优势以及经销商资金与库存压力的存在,汽车流通领域的传统力量与新晋的互联网公司将在合作与角逐中逐渐找到定位。

一方面,面向C端用户的大多的多品牌的经销商集团或者汽车电商、卖场、超市等会出现;

另一方面,面向B端的大批售商以及服务提供

商也会确立市场地位,当然也可能是多种业态并存的生态体系。

### 三、销售和售后分离,推动专业化集约式发展

#### 1、政策变化:

旧《办法》中规定品牌经销商应当在授权范围内从事汽车品牌销售、售后服务、配件供应等活动;

新《办法》中,明确提出供应商不得要求经销商要求同时具备销售、售后服务等功能。不得限制经销商为其他供应商的汽车提供配件及售后服务。

#### 2、带来影响:

销售与售后分离,经销商自身的经营模式的选择更加自由开放,利于根据公司经营与资金情况合理配置资源;

消除垄断,原厂配件可以在授权与非授权体系中自由流通。

#### 3、发展方向:

销售与售后分离,对于推动多种流通模式的发展是一个补充及保障,销售与售后资源会向更加集约的方向发展。

消除原厂配件垄断,对于后服务市场及消费者是一个利好,意味着维修服务会有更广的人群覆盖,消费者也能得到更加便利的服务,更加集约化、覆盖面更广、更加专业化的维修商业模式会得到更好的发展。

### 四、限制供应商对经销商的经营干涉,经销商获得更多经营自主权

#### 1、政策变化:

旧《办法》中虽提出了不得强行规定经销数量及进行品牌搭售,但未做过多要求,近年来经销商与供应商在规定销售数量、压库、搭售、限制转售等方面的矛盾不断升级;

新《办法》中,明确提出供应商不得规定销售数量,压库,限制转售,搭售,干涉广告宣传与人力资源与财务管理等活动。

#### 2、带来影响:

对供应商对于经销商经营的干涉进行了明确

的限制,利于打破双方的严重不对等的地位,使经销商获得更大的经营自主权,降低过大的经营及库存压力。

#### 3、发展方向:

随着汽车销售买方市场的确立,经销商面临着与市场中新旧玩家的激烈竞争,而加之经销商经营中的弱势使其生存空间不断遭到挤压,与供应商的矛盾也日益激化,在政策的保障与市场的推动下,这样严重不对等的地位一定会被打破,经销商会有更大的经营自主权,而行业内的优胜劣汰也会加速。

### 五、明确产品质量、随车文件和售后服务责任,消费者权益得到更多保障

#### 1、政策变化:

旧《办法》中未对消费者权益做过多要求。而新《办法》中,明确提出经销商和供应商如实标明配件信息,明示生产商、生产日期、适配车型,明确收费标准、售后服务技术政策,“三包”信息等。

#### 2、带来影响:

消费者的权益得到更多的保障,符合消费社会的现实情况。

#### 3、发展方向:

随着市场不断发展,日趋成熟,市场中各方为了赢得客户,获取竞争优势,会在经营管理、服务等方面进行激烈较量,同时加之政策的保障,一定会推动消费服务朝着更标准、更透明、更完善的方向发展,广大消费者则会从中收益。

### 六、总结

尽管业界纷纷担忧新《办法》的出台是否能为矛盾重重、风云变幻的汽车市场带来实质性的改变,但变革的号角已经被市场吹响,在新的政策环境的影响下,随着汽车市场的日趋成熟,各种新模式、新业态的纷纷出现、激烈角逐,汽车流通领域固有的落后模式与经营体系一定会打破,并且随着互联网力量的出现已经在打破。相信未来的市场一定会更加公平、自由、机遇不断。

# 汽车三包政策解读

汽车三包政策是国家质量监督检验检疫总局于 2012 年 12 月 29 日颁布的《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(总局令第 150 号)(也称“汽车三包法”),自 2013 年 10 月 1 日起施行。下面是对该项政策规定的解读。

## 一、三包责任主体

在中华人民共和国境内生产、销售的家用汽车产品的三包责任,由销售者依法承担。销售者承担后,属于生产者或其他经营者责任的,销售者有权向生产者或其他经营者追偿。

解读:

该规定未明确家用汽车产品故障的检测机构、未明确约定生产者对在三包凭证内明示的发动机、变速器、易损耗零部件等范围可由销售者承担责任后直接索赔,及处理时限等细节。可能导致今后厂家自行检测对我们索赔的缺陷不予认可或消极回应,导致我们赔付给消费者的款项无法追偿。2013 年 1 月 1 日生效的《缺陷汽车产品召回管理条例》(国务院发布)中,明确约定“对实施召回的缺陷汽车产品,生产者应当及时采取修正或者补充标识、修理、更换、退货等措施消除缺陷。生产者应当承担消除缺陷的费用和必要的运送缺陷汽车产品的费用。”汽车三包法后续仍需细则明确约定生产者责任。

## 二、三包责任内容

### (一) 包修

1、包修期限:包修期限不低于 3 年或者行驶里程 60,000 公里,以先到者为准;三包有效期限不低于 2 年或者行驶里程 50,000 公里,以先到者为准。包修期和三包有效期自销售者开具购车发票之日起计算。

2、包修内容:在包修期内,出现产品质量问题,消费者凭三包凭证由修理者免费修理(包括



工时费和材料费)。

解读:

1、包修期限大于三包期限。三包期限为不低于 2 年或 5 万公里。包修期限为不低于 3 年或 6 万公里。

2、三包有效期及包修期限的起算时间均为开具购车发票之日。

3、免费修理需凭购车发票及三包凭证;

4、免费修理的免费内容包括工时费、材料费。

### (二) 包换/包退

1、免费更换发动机、变速器、易损耗零部件:

自销售者开具购车发票之日起 60 日内或者行驶里程 3000 公里之内(以先到者为准),发动机、变速器的主要零件出现产品质量问题的,消费者可以选择免费更换发动机、变速器。

易损耗零部件在其质量保证期内出现产品质量问题的,消费者可以选择免费更换易损耗零部件。

解读:



1、汽车三包法规定，发动机、变速器的主要零件的种类范围、易损耗零部件的种类范围及其质量保证期均由生产者明示在三包凭证上，其种类范围应当符合国家相关标准或规定，具体要求由国家质检总局另行规定。

2、汽车三包法虽规定上述主要零件、易损耗零件的种类范围及质量保证期由生产者明示在三包凭证上，但并未明确规定生产者需对明示内容的具体赔偿责任、处理时限等。对今后销售方承担后向生产者索赔较为不利。

## 2、免费更换或退货

自销售者开具购车发票之日起 60 日内或者行驶里程 3000 公里之内 (以先到者为准)，家用汽车产品出现转向系统失效、制动系统失效、车身开裂或燃油泄漏，消费者选择更换家用汽车产品或退货的，销售者应当负责免费更换或退货。

解读：

1、免费退换货时限：开具购车发票 60 日内或行驶里程 3000 公里内 (先到为准)。

2、免费退换货条件共 4 种：转向系统失效;制动系统失效;车身开裂;燃油泄漏。

3、问题：上述情形中并未规定车身开裂、燃油泄露的具体衡量标准，比如开裂的大小、燃油泄露的程度，是否需要生产者在三包凭证中确认，或是需要在经销合同中确认，或需要经过质监局



确认衡量标准?仍需后续细则规定。

3、累计修理或更换 2 次的情况 (消费者需支付使用补偿金):

(1) 因严重安全性能故障 (注 1) 累计进行 2 次修理，严重安全性能故障仍未排除或者又出现新的严重安全性能故障的; (2) 发动机、变速器累计更换 2 次后，或者发动机、变速器的同一主要零件因其质量问题，累计更换 2 次后，仍不能正常使用的，发动机、变速器与其主要零件更换次数不重复计算; (3) 转向系统、制动系统、悬架系统、前/后桥、车身的同一主要零件因其质量问题，累计更换 2 次后，仍不能正常使用的;

注 1：严重安全性能故障是指家用汽车产品存在危及人身、财产安全的产品质量问题，致使消费者无法安全使用家用汽车产品，包括出现安全装置不能起到应有的保护作用或者存在起火等危险情况。

解读：

累计修理或更换超过 2 次，经销商退货时可要求消费者支付合理使用补偿金。合理使用补偿费用的计算公式为： $[(\text{车价款 (元)} \times \text{行驶里程 (km)}) / 1000] \times n$ 。使用补偿系数  $n$  由生产者根据家用汽车产品使用时间、使用状况等因素在 0.5% 至 0.8% 之间确定，并在三包凭证中明示。





4、修理时间超过 35 日或次数超过 5 次 (消费者需支付使用补偿金):

在三包有效期内, 因产品质量问题修理时间累计超过 35 日的, 或者因同一产品质量问题累计修理超过 5 次的, 消费者可以凭三包凭证、购车发票, 由销售者负责更换。

注意: 包修期内, 因产品质量问题每次修理时间 (包括等待修理备用件时间) 超过 5 日的, 应当为消费者提供备用车, 或者给予合理的交通费用补偿。修理时间自消费者与修理者确定修理之时起, 至完成修理之时止。一次修理占用时间不足 24 小时的, 以 1 日计。(需要根据车辆识别代号 (VIN) 等定制的防盗系统、全车线束等特殊零部件的运输时间及外出救援路途所占用的时间不计入修理时间内)。

解读:

1、退换货的税务问题: 汽车三包法并未明确规定, 退货后销售者已经开具发票、缴纳的税款如何退回。企业用红冲发票抵扣之后的营业收入仅限发票开出之日起 180 天之内, 与汽车产品 2 年 (730 天) 存在很大的时段差异。如已超过企业可红冲的时限, 但又在退货时限之内发生退货, 企业已经缴纳的税款如何处理, 尚需后续细则约定。

2、退换货的费用问题: 退货后消费者已经缴纳的购路税、上牌费用、已购买的保险等问题如何处理, 汽车三包法并无规定, 该部分费用也并

未规定由经销商承担。仍需后续细则明确。

3、发票: 如发生换货, 因发票写明发动机号, 换货导致发动机号更改, 汽车三包法仅明确需重新发放三包凭证, 并未明确是否要重新开具发票。如换货发生在红冲期限之外, 重新开具发票的税收损失又将如何弥补? 是否可向生产者追偿? 仍需后续细则明确。

4、合理使用补偿金: 修理时间超过 35 日或次数超过 5 次, 经销商退货时可要求消费者支付合理使用补偿金。合理使用补偿费用的计算公式为:  $[(\text{车价款 (元)} \times \text{行驶里程 (km)}) / 1000] \times n$ 。使用补偿系数  $n$  由生产者根据家用汽车产品使用时间、使用状况等因素在 0.5% 至 0.8% 之间确定, 并在三包凭证中明示。更换或退货的要求 1、三包有效期内, 符合更换条件的, 销售者应当及时向消费者更换新的合格的同品牌同型号家用汽车产品; 无同品牌同型号家用汽车产品更换的, 销售者应当及时向消费者更换不低于原车配置的家用汽车产品。

2、三包有效期内, 符合更换条件, 销售者无同品牌同型号家用汽车产品, 也无不低于原车配置的家用汽车产品向消费者更换的, 消费者可以选择退货, 销售者应当负责为消费者退货。

3、在家用汽车产品三包有效期内, 符合本规定更换、退货条件的, 消费者凭三包凭证、购车





发票等由销售者更换、退货。

### 三、时限要求

1、三包有效期内，符合更换条件的，销售者应当自消费者要求换货之日起 15 个工作日内向消费者出具更换家用汽车产品证明。

2、三包有效期内，符合退货条件的，销售者应当自消费者要求退货之日起 15 个工作日内向消费者出具退车证明，并负责为消费者按发票价格一次性退清货款。

3、三包有效期内，消费者书面要求更换、退货的，销售者应当自收到消费者书面要求更换、退货之日起 10 个工作日内，作出书面答复。逾期未答复或者未依法负责更换、退货的，视为故意拖延或者无正当理由拒绝。

4、消费者遗失三包凭证的，销售者、生产者应当在接到消费者申请后 10 个工作日内予以补办。更换后三包期限 更换家用汽车产品后，销售者、生产者应当向消费者提供新的三包凭证，家用汽车产品包修期和三包有效期自更换之日起重新计算。汽车所有权转移与三包责任 家用汽车在包修期和三包有效期内发生所有权转移的，三包凭证应当随车转移，三包责任不因汽车所有权转移而改变。

### 四、三包责任免除

1、易损耗零部件超出生产者明示的质量保证期出现产品质量问题的；

2、消费者所购家用汽车产品已被书面告知存在瑕疵的；

3、家用汽车产品用于出租或者其他营运目的的；

4、使用说明书中明示不得改装、调整、拆卸，但消费者自行改装、调整、拆卸而造成损坏的；

5、发生产品质量问题，消费者自行处置不当而造成损坏的；

6、因消费者未按照使用说明书要求正确使



用、维护、修理产品，而造成损坏的；

7、因不可抗力造成损坏的。

8、无有效发票和三包凭证的。

解读：

严格的三包责任下，必然对汽车产品的使用、维护保养、修理要求更为严格，必须在授权的经销商或维修站进行定期保养和故障修理，可保证该部分业务收入来源稳定。

### 五、三包退回车辆处理

更换、退货的家用汽车产品再次销售的，应当经检验合格并明示该车是“三包换退车”以及更换、退货的原因。“三包换退车”的三包责任按合同约定执行。

解读：

1、退换车的处理：三包退换车仍可销售，销售前应当经检验合格并明示“三包退换车”及退换原因。

2、退换车的三包责任：退换车经修理、检验合格后再销售，已不再受汽车三包法的约束，改受“合同”约束。需经销商与客户签订售车合同时结合退换车的实际情况约定三包责任。



## 合肥市消保委典型案例之—【有请大律师】

梁某火锅店摔伤案

投诉方：梁某

被投诉方：经开区某火锅店

调解员：合肥市消保委副秘书长丁云

合肥市消保委投诉部主任李楠

大律师：合肥市消费维权律师服务团律师杨  
萍

安徽金的律师事务所合伙人

目前某担任某环境保护局、税务局、重点局、住建局等多家行政机关和数家房地产开发企业的法律顾问，长期与中国信达资产管理股份有限公司某分公司、中国农业银行股份有限公司某分行进行金融领域业务合作，多年专注于行政机关、企业法律顾问服务，熟悉商事合同及公司业务、建设工程合同业务、金融财税业务、企事业单位内部运营和 HR 管理事务等。

### 案情简介：

7月21日晚投诉方梁某于被投诉方火锅店就餐时，在该火锅店等候区误踩地面积水摔倒，右腿膝盖着地。梁某5月曾在省立医院做过右膝关节韧带修补术+半月板缝合术，再次摔倒后疼痛难忍，被火锅店负责人送入省立医院治疗，火锅店承担全部诊疗费用。医院右侧膝关节磁共振平扫检查诊断意见：右膝关节韧带修补术后改变；右膝髌骨、股骨下段及胫骨上段骨髓水肿；右膝内、外侧半月板损伤；右膝关节少量积液；右膝周围皮下软组织水肿。医嘱：内服艾瑞昔布片（关节消炎止痛药）、外用消痛贴膏；加强功能锻炼、加强伸直训练，不适随诊；半年后复查核磁，必要时再次手术。

梁某投诉称，地面积水，现场无警告提醒，造成摔倒。今年5月梁某在省立医院进行过右膝关节韧带修补和半月板手术，术后恢复良好，现



又摔伤右膝导致半月板损伤，火锅店应承担赔偿责任。梁某要求在安医二附院住院康复治疗，另外加上误工费、营养费等，共计要求火锅店赔偿30000元。

火锅店辩称，梁某摔倒后，火锅店负责人立即带其就医，承担所有诊疗费后又给800元慰问金，并准备补偿2000元营养费。消费者目前的情况是旧伤加上新伤造成的，责任不能全在火锅店，最多只能给3000元作为补偿。

### 案件分析：

本案正是一起发生在经营场所的人身损害赔偿纠纷。由于梁某的伤、病交织，旧病新伤竞合等多因素介入，导致事故责任认定十分复杂、赔偿数额差异也很大。一般人身损害赔偿纠纷中，双方对责任承担争议较大时可以申请司法鉴定进行明确，但司法鉴定时间长、成本高，纠纷处置周期和经济成本太高，本案中双方都不主张采用司法鉴定的方式解决纠纷，希望合肥消保委能帮助双方解决争议。

针对这一情况合肥市消保委邀请了大律师杨

萍参与调解，为双方提供专业、居中的法律意见建议。杨律师认为：火锅店未对积水地面及时清理也未采取警示措施，是导致梁某滑倒受伤的原因之一，由于未尽到安全保障义务，应承担一定的赔偿责任。投诉方梁某作为一个具有完全行为能力的成年人，应当充分注意观察自身周围的环境，确保自身安全，梁某自身未尽充分的安全注意义务亦是摔倒的原因之一，对其损害亦应自行承担部分责任；梁某5月右膝就已经存在损伤，在省立医院进行过右膝关节韧带修补和半月板手术，因原本就存在旧病，所以不能将目前的病况责任全部归结于新伤；另外，梁某要求24000元的康复治疗费也存在一定问题，首先就诊是梁某单方前往安医二附院就医，其次安医二附院诊断为滑膜炎，与梁某投诉诉称和省立医院诊断半月板损伤不符，还有住院进行康复治疗不是滑膜炎病患必要的治疗手段，故建议消费者在不能补充其他材料证明必要住院康复治疗的情况下，降低康复费用诉求。杨律师建议：由于梁某目前的情况是火锅店未尽到充分的安全保障义务、消费者也未尽到安全注意义务、旧病新伤等多种因素的共同作用下造成的，所以建议双方基于治疗的客观实际，各承担一部分责任，尽快化解纠纷，减少双方矛盾处置的成本，也有利于消费者及时治疗。

#### 调解结果：

经协商双方协商一致，火锅店现场支付8000元（包括之前垫付的诊疗费和和800元慰问金，计1400元）作为梁某的补偿，双方一次性解决争议，今后不再提出其他要求。

#### 律师点评：

##### 1.火锅店的义务与责任

法律明确规定公共场所的经营者要对消费者承担安全保障义务，否则要承担相应的责任。本

案中火锅店未及时处理地面积水，也未设置明显的警示标志提醒消费者注意脚下湿滑，导致消费者滑倒摔伤，明显未尽到安全保障义务，致使梁某遭受人身损害，应承担一定的赔偿责任。

##### 2.梁某的责任与权益

在餐馆就餐过程中发生的人身伤害，很多情况固然是由于经营者未尽到安全保障义务，但消费者也应当尽到自己的注意义务，梁某作为一个完全民事行为能力人，在消费过程中没有对自身的安全予以足够重视，没有尽到安全注意义务，存在一定过错，造成了自身伤害，负有一定的责任。而且梁某作为一个两个多月前刚做完关节手术的患者，更应该注意自己的安全，不能过度依赖经营者对自己的人身安全保障。作为消费者在人身健康发生损害时，应当及时保留证据，先与商家进行协商赔偿，协商不成的或有在第三方的介入下签订和解协议需要的，可以与市场监管部门或消保委联系。

#### 法律链接：

1.《侵权责任法》第三十七条第一款的规定，宾馆、商场、银行、车站、娱乐场所等公共场所的管理人或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。

2.《消费者权益保护法》第十八条第二款的规定，宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影剧院等经营场所的经营者，应当对消费者尽到安全保障义务。

3.《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第六条的规定，“从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织，未尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身损害，赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的，人民法院应予支持。”

(合肥市消保委)

## 阜阳市对 37 家汽车销售企业进行约谈

近日，阜阳市市场监管局、市消保委组织约谈了 37 家汽车销售企业。阜阳市市场监管局、市商务局执法局、市消保委等单位有关负责人参加会议。

会上，阜阳市消保委副秘书长张艳秋宣读了家用汽车调查评议报告，12315 投诉举报中心主任齐刚宣读了 2019 年上半年家用汽车投诉举报情况通报，针对阜阳市汽车销售行业出现的定金合同、强制购买保险、虚假宣传销售、合格证拖延以及售后服务维修等问题进行了行政告诫。

阜阳市商务局执法局局长姜军针对其监管的范围普及了《汽车销售管理办法》出台的背景并对其中部分条款进行了解读，市消保委律师团李彬和陈周杰两位律师分别对金融服务费等收费和虚假宣传结合案例发表了律师观点、进行了案例点评，各汽车销售方代表进行了表态发言，并与律师团律师积极互动学习汽车“三包”规定。

在阐述消费维权的重要意义后，阜阳市市场监管局副局长张文生对汽车销售企业提出了几点意见：一是执法者要对违法行为依法查处。确保汽车



销售服务行业约谈工作取得实效，强化汽车销售市场监管，搞好法律法规培训，进一步提高执法人员依法履职能力和查办案件质量。二是经营者要守法经营。经营者要公平交易，尊重消费者的知情权和选择权，认真履行汽车“三包”规定，自觉接受行政部门管理和社会的监督。三是加强社会共治。要建立汽车销售服务行业市场秩序长效监管机制，建立汽车经销商诚信联盟，公布投诉举报电话，努力形成行业自律、新闻监督、群众参与的社会监督体系。

(阜阳市消保委)

## 淮南市消保委开展放心消费乡村行相关活动

随着农村经济的发展，农村居民消费水平逐渐提高，但由于农村消费者普遍面临消费知识欠缺、维权意识淡薄、维权渠道不畅等问题，不法经营者贩卖假冒伪劣商品、农村消费市场环境混乱等难以得到有效遏制。

为落实省消保委“品质消费教育乡村行”系列活动文件安排，引导农村经营者诚信守法经营，教育广大农村消费者转变消费观念、提高为权益，近日，淮南市消保委开展放心消费进乡村相关活动。

淮南市消保委根据本地农村实际情况，设计制作了 500 余块放心消费承诺店牌及承诺书，由基层市场监管所发放到乡村经营户手中，并向其宣传放心消费乡村行的意义和有关法律知



识，提高乡村经营户的诚信守法意识，促进农村消费有序健康发展。

(淮南市消保委)

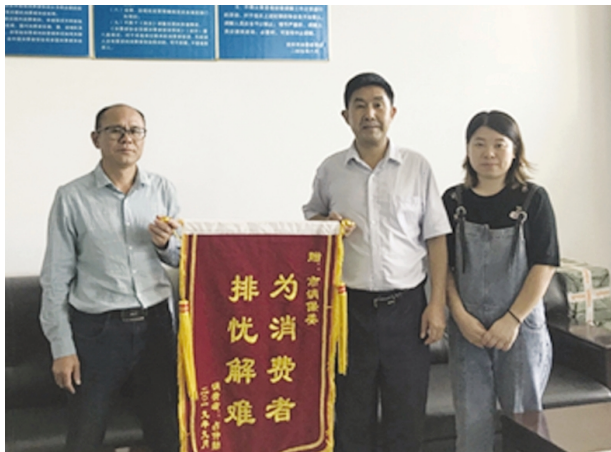


## 安庆市消保委成功调解一起车辆维修消费纠纷

9月30日,安庆市消保委成功调解了一起车辆维修投诉案例,并收到消费者赠送锦旗一面。

9月20日,消费者占先生来到市消保委投诉,称其于今年2月16日在安庆某4S店购买车辆,3月份该车辆发生侧翻事故,经由4S店维修后恢复使用。8月份在行使途中,无故出现发动机油底壳被击破现象。故占先生要求更换新发动机。由于此次发动机故障可能与3月份侧翻事故有关,4S店虽然同意更换发动机,但要求占先生承担更换发动机费用共计4万4千元。但占先生认为由于侧翻后4S店维修不彻底才导致此次发动机故障,故4S店也具有一定责任,应当承担更换发动机费用。双方因维修费用发生分歧,车辆无法维修,占先生无奈遂投诉至安庆市消保委。

安庆市消保委接到投诉后随即联系4S店,通过双方提供的资料,对此案件进行了详细的调查了解并对双方进行了调解。由于此次发动机油底壳击



破是否与前一次侧翻事故有关必须要由专业的鉴定机构鉴定,而鉴定的周期长,费用高,且可能耽误消费者更长时间,带来更大损失。

最终在安庆市消保委调解下,4S店为消费者更换新发动机,消费者支付24500元,剩余费用19500元由4S店承担,并免费赠送消费者车辆保养一次,双方对调解结果均表示满意。(安庆市消保委)

## 六安市消保委开展“放心消费暨消费维权知识宣传乡村行”活动



9月29日,为深入宣传放心消费创建工作,普及消费者权益保护法律知识。市消保委联合市市场监管局走进六安市新安市西桥村开展“放心消费暨

消费维权知识宣传乡村行”活动。

活动中,市消保委向该村赠送了《六安市放心消费创建宣传教育手册》《农村消费教育指导手册》《例说消费维权》《金融消费指导手册》等读本,并结合扶贫工作深入村民家中开展宣传,旨在引导村民树立科学理性的消费意识,宣传消费者享有的权利,以及遭遇纠纷时如何依法维权等知识,助力营造乡村地区更加安全、放心的消费环境。

(六安市消保委)

## 芜湖市消保委调解一起换购黄金饰品纠纷维权案

2019年9月2日，一名消费者向芜湖市消保委反映，其8月5日在某黄金饰品店以自己19克多的黄金项链换购了一副价值约7000元的3D黄金手镯。8月27日，消费者发现黄金手镯发生开裂，于是到店内提出换货，经营者称换货的话只能换同样价格的3D黄金饰品。消费者不同意，要求更换为店内19克足金饰品，或者将之前用来置换的黄金项链拿回，双方无法就此达成一致。

芜湖市消保委接到消费者投诉后，立即联系双方了解情况，经核实消费者所反映情况基本属实。最终经调解，经营者同意将消费者现持有的黄金手镯按克数以当前金价退货。

点评：在居民生活水平日益提高的当下，黄金饰品已成为一种常见的大众消费品，但因其自身的某些特殊属性（如单位价值较高、价格波动大、具备一定的投资保值性质），在交易过程中会存在一些惯例性的规则。目前的黄金饰品一般分为两类，一类按照销售当天的金价计算基础价格，再加上一些手工费用，此类饰品工艺较简单，附加值相对较低；另一类就是所谓的“一口价”，销售时以经营者标注的价格为准，而不考虑销售当天的金价，此类饰品工艺较复杂，附加值相对较高，典型的如3D金饰品等。黄金饰品店通常还会做一些换购交易，即消费者可以将自己所持有的黄金饰品拿到店内换购其他的饰品，经营者先把消费者提供的黄金饰品按照当天的金价进行折算，再考虑部分其他因素（如折旧、手工费等）定好一个价格，接着由消费者按此定好的价格在店内选购其他的饰品，最后多退少补完成交易。目前黄金饰品类消费纠纷有很多都集中在对于饰品本

身价格的计算上，经营者对饰品价格的计算标准一般都会尽量地详细和充分，但是消费者在涉及到退换货时往往从自身角度考虑较多，而相应地忽略掉其他细节，由此导致双方无法达成一致的局面。本案中，消费者原先持有的黄金项链的克数约为19克，按换购当天的金价计算的话价格应是高于7000元的，虽然经营者在换购当时已经向消费者详细解释了折算过后的价格（即算上折旧以及手工费等），消费者也同意在店内换购了一副价格约7000元的“一口价”3D黄金手镯，但是在手镯出现质量问题后，消费者要求换货时依然是以自己之前拿到店内进行换购的黄金饰品的价格（高于7000元）来衡量当下所持有的3D黄金手镯的价格（约7000元），并要求必须换回一个按照前者的价格来计算的黄金饰品。经调解，双方达成了一个折中的方案，即按照消费者现持有的3D黄金手镯的克数计算价格并退款处理。本案虽然最终经调解处理达成了一致，但是总体看来，双方争议的焦点还是在于对黄金饰品价格的计算上，即使经营者已作出了详尽的解释，并在单据上也注明了折算价格的规则，但是消费者往往会习惯性地以更有利于自己的价格来考虑出现的问题，甚至无视双方通过协议的方式已确定好的价格，这并不利于维持交易的自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

在此，我委提醒广大消费者，应在由经营者和消费者双方已确定的规则下处理消费纠纷，而不能完全只站在自己的立场上考虑问题，维护市场的公平和诚实信用，不仅是经营者的义务，同时也是消费者应有的态度。（芜湖市消保委）

## 黄山市开展放心消费创建进乡村活动

为推进放心消费创建工作向乡村延伸,进一步助力乡村振兴战略,9月19日,黄山市市场监管局、市消保委联合高新区、屯溪区市场监管局、中国移动黄山分公司,一起走进高新区新潭村、屯溪区下草市村,开展了放心消费创建进乡村现场宣传活动。

活动现场,通过发放宣传资料、宣讲消费维权知识、接受咨询等方式,普及了与农村消费者息息相关的法律法规和消费知识,激发了农村消费者的学习热情。对教育和引导广大农村消费者转变消费观念、重视消费品质,掌握消费纠纷救济途径,引导科学理性消费,提高自我维权能力,起到了良好效果。

此次活动共发放了《中华人民共和国消费者权益保护法》《安徽省消费者权益保护条例》《农村消



费教育指导手册》等宣传资料 210 余份,接受农民消费者咨询 20 余次。截止目前,黄山市放心消费创建进乡村数量 120 余个,乡村参与创建的经营户数 380 余家。

(黄山市消保委)

## 池州市首家“老年消费教育示范点”揭牌



10月18日上午,池州市首个“老年消费教育示范点”揭牌仪式在池州老年大学举行。揭牌仪式由池州老年大学常务副校长杨义和主持,市市场监督管理局副局长杨清理,市消保委秘书长王晓震、池州老年大学副校长李云霞、贵池区消保委秘书长

石学理及部分老年大学学员参加了揭牌仪式。

仪式上,杨清理和杨义和共同为池州市老年消费教育示范点揭牌。杨清理指出,池州老年大学“老年消费教育示范点”,要以保护老年消费者合法权益为宗旨,切实解决老年消费者所需解决的消费维权问题,尽职尽责为老年消费者做好服务。

设立老年消费教育示范点,是市消保委认真贯彻落实党的十九大报告提出的“积极应对人口老龄化,构建养老、孝老、敬老政策体系和社会环境”的有力举措。下一步,市消保委将依托“老年消费教育示范点”这个平台,将老年消费教育纳入全市重点消费教育计划中,按照培训计划定期举办消费教育讲堂,辅以宣传材料、消费体验活动等多种载体,引导老年人防范欺诈、健康消费,全面提升老年消费群体消费维权水平。

(池州市消保委)



## 天长市举行首批无理由退货承诺企业授牌仪式



为积极响应长三角地区无理由退货承诺行动，9月27日下午，天长市市场监督管理局在全省率先开展首批无理由退货承诺企业授牌仪式。

天长市人大副主任、市政府副市长、市消费者权益保护委员会成员单位领导、各镇街市场监督管理所负责人、有关行业协会代表、企业代表等出席活动。仪式上，首先宣读《2019年“放心消费在天长”创建示范领跑行动实施方案》，其次，首批无理由退货承诺企业代表宣读了《长三角地区（安徽省天长市）企业无理由退货承诺书》，天长市个体民营企业协会代表宣读了《无理由退货倡议书》。这32家首批无理由退货承诺企业既有大型商场超市，也有品牌连锁，涵盖了日用百货、食品、家用电器、服装、五金、建材等多个行业。他们的发言和倡议向社会亮出了承诺，让消费者感受到他们的自信，承诺就是胆量、诚信就是效益，“无理由退货”就是他们庄严的承诺。接着天长市首批32家无理由退货承诺企业负责人依次上台，从各位领导手中接过“放心消费在天长，无理由退货承诺单位”牌匾。

最后，天长市人民政府副市长周继安作出讲话，就天长市企业无理由退货承诺工作提三点要求：一是要提高思想认识，深刻领会开展无理由退货承诺活动的重要性和必要性。二是要广泛动员，增强经营者主动参与意识。三是加强监管，确保无理由退货承诺落实到位。

天长市举行首批无理由退货承诺企业授牌仪式，促进了“放心消费在天长”创建示范领跑行动的深入开展，对建立良好的放心消费环境，助推天长经济社会快速健康发展具有重要意义。

履行主体责任，自愿参与“满意消费长三角”企业无理由退货承诺行动，严格遵循“政府鼓励倡导、企业自愿承诺、承诺即受约束，“谁生产谁负责、谁销售谁负责”成为与会企业的共识。本次授牌仪式这是一个开始，天长市市场监督管理局将继续推进此项工作，使其扩面增量，并通过开展“满意消费长三角”行动，逐步给全市广大消费者带来“放心消费在天长，无理由退货在身旁”的高品质购物体验。

（天长市消保委）

## 滁州市消保委开展消费维权知识进校园活动

9月26日下午,滁州市市场监管局、市消保委结合“不忘初心、牢记使命”主题教育,在滁州学院开展消费维权知识进校园活动,局12315指挥中心、标准化科、皖东检验检测院以及市消保委志愿者参加活动。市局副调研员、12315指挥中心主任唐凤阳到场授课,200余名滁州学院2019级新生参加活动。

活动现场,副调研员唐凤阳对《消费者权益保护法》进行了宣讲,详细阐述消费者权利及经营者义务;随后,12315指挥中心工作人员为大学生们播放了2则消费预警宣传短片,提醒大学生理性购物,警惕互联网借贷陷阱;最后,志愿者们现场发放消费者权益保护宣传读本、《标准化法》单行本、检验检测小常识等各类宣传册共计200余份。活动结束后,12315指挥中心工作人员现场接受大学生的提问,现场气氛热烈,掌声不断。

本次活动是全市“质量月”系列宣传活动中的



一项,通过活动,向在校大学生宣传倡导科学消费、理性消费,提升大学生消费维权意识,取得了良好的效果。下一步,市市场监管局、市消保委将继续拓宽宣传渠道,创新宣传形式,营造良好消费环境。

(滁州市消保委)

## 宿州市消保委举办食品安全进社区知识讲座



近日,宿州市消保委、宿州市市场监管局特殊食品科的工作人员来到宿州市埇桥区北关街道教场社区,为老年消费者带来食品安全知识。

课上,特殊食品监管科负责同志为老年消费者科普了什么是保健食品,保健食品有什么样的标识等。针对保健食品常见的销售“陷阱”,揭秘食品、保健食品欺诈和宣传常见的十大骗术,结合日常工作中处理的老年人保健食品投诉内容作出消费警示,以防老年消费者上当受骗。引导老年消费者科学选用保健食品以及购买保健品的注意事项等。

课后,老年消费者表示所授内容与他们日常消费息息相关,参加讲座让他们受益匪浅。

(宿州市消保委)







出重点食品和突出重点项目。

记者在采访中了解到，该所通过层层防控，让监管跑在风险前面，并将违法违规企业和个人纳入平台“黑名单”，对行政处罚信息进行“双公示”，并记入诚信档案，推动监管机制从“实体监管”向“信用监管”转变，以智慧监管促进安全消费。

### 首创乡镇维权站

8月16日，巢湖市柘皋镇消费者王女士到柘皋镇消费者权益保护站投诉。经了解，今年5月，王女士在柘皋镇一家美容店购买了一个美容服务套餐，共计3个疗程。王女士在做完前两个疗程后，认为该店的卫生环境脏乱，服务质量较差，未达到预期的美容效果，不愿继续在该店美容，并要求商家退还剩余的一个疗程服务费用，共计400元，遭到商家拒绝。工作人员迅速联系美容店负责人。经调解，双方达成协议，美容店自愿退还王女士服务费用400元。王女士对工作人员热情的工作态度表示满意。

今年6月12日，巢湖市栏杆集镇党委政府挂牌成立巢湖市栏杆集镇消费者权益保护工作站，这是安徽省首个乡镇消费者权益保护工作站。“站长由镇主要领导担任，副站长由市场监管所所长担任，成员有派出所、司法所、民政所负责人等。”巢湖市市场监管局消保科科长兼消保委秘书长夏茂华告诉记者，截至8月下旬，巢湖市已建立了11个乡镇消费者权益保护站，保护站在当地党委政府的领导下，坚持以消费维权工作促进乡村经济振兴发展，积极参与普法宣传、平安乡村建设，化解消费纠纷、食品安全以及其他社会治理工作，消除了长期以来农村消费者“维权难”问题，实现了消费维权工作城乡全覆盖。

记者在采访中了解到，截至发稿时，巢湖市



9月4日上午，黄麓市场监管所开展“开学第一课”食品安全进校园活动。

各消费者权益保护工作站共化解各类消费纠纷78起，为人民群众挽回经济损失5.4万元，参与处理乡镇社会综治，化解社会矛盾纠纷两起。

### 建立志愿者服务队

黄麓镇是“和平将军”张治中的故里。8月27日上午，记者从合肥驱车来到黄麓镇采访。黄麓市场监管所所长凌琳告诉记者，近年来，黄麓镇积极发挥“红色引擎”作用，以“诚实守信，文明经营，放心消费在黄麓”建设为抓手，开展“黄麓红色基地+志愿服务+放心消费进乡村”的特色工作，加强基层社会治理，优化乡村消费环境，全面推进红色旅游地的党群融合度、经营诚信度、消费放心度，提升群众满意度。

为了更好地开展消费教育工作，黄麓镇建立了3·15志愿服务队，依托新时代文明实践工作开展的各类志愿活动，既丰富了群众的精神文化生活，也为美丽乡村的建设注入了新的内容。

9月4日上午，黄麓市场监管所联合黄麓镇政府食安办来到该镇临湖小学，为该校四、五年级的小学生上了一堂别开生面的“开学第一课”。黄麓市场监管所工作人员精心准备，通过通俗易懂

的课件，各类宣传册页和文具小礼品，与在场的小学生进行了氛围热烈的课堂互动，普及了食品安全常识，讲解了日常消费注意事项，有效增强了广大师生的食品安全意识。

凌琳说，2018年11月以来，3·15志愿服务队积极开展新时代文明实践志愿活动之“食药安全大讲堂”系列活动，以春节等节日消费安全为主题，将饮食健康、安全消费、合理购物的知识送到群众身边，全力护航美丽乡村安全消费，同时，开展以“防范非法集资”为主题的新时代文明实践志愿宣传活动，以“携手筑网 同防共治”为主题，通过悬挂宣传口号条幅、播放专题教育片等形式，引导群众深刻认识非法集资的风险及社会危害，提高公众识别、抵制非法集资的能力，共同营造防范打击非法集资的浓厚社会氛围，从源头上遏制非法集资高发蔓延态势。

### 加强放心消费创建

与黄麓镇相邻的炯炆镇素有红色革命传统，“传奇将军”李克农的故居就坐落在第五届全国文明村镇炯炆镇中李村。为巩固文明城镇成果，践行革命精神，自2018年起，炯炆市场监管所启动了炯炆镇放心消费创建工作。

从2018年放心消费工作打基点、拉旗杆，到2019年的点扩面、规行业，炯炆市场监管所始终稳扎稳打，广宣传、强监管、提服务，让放心消费创建工作在炯炆镇扎根落地。从发放放心消费宣传单、设立宣传台到为群众提供现场消费指导；从保健食品、母婴用品行业规范到处理消费者投诉举报；从知识产权、商标入企指导到卫生院物价调研，市场监管所、经营者、群众的共同努力



让放心消费创建越走越远。

袁永贵对记者说，自2018年开展放心消费创建工作以来，该镇培育了43家企业为放心消费创建活动单位，20家企业被评为巢湖市级放心消费示范单位，1家企业被评为合肥市级放心消费单位。炯炆镇围绕红色旅游兴镇，产业强镇，放心消费创建活动促进了经济发展和社乡文明，红色旅游经济得到提升。

巢湖市市场监管局副局长丁明峰在接受《中国消费者报》记者采访时说，为积极营造安全放心的乡村消费环境，努力提高消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度，2018年以来，巢湖市市场监管局、市消保委坚持周密部署、广泛宣传，扎实开展放心消费进乡村创建工作，坚持“亮品牌、提品质、守信用”的放心消费创建工作导向，培育涉及农业、制造业、餐饮业等多种业态的放心消费示范单位。截至目前，完成放心消费参创户数达258户，参与线下购物无理由退货参创经营户112户，巢湖市141户县级示范企业正在认定之中。“讲诚信撑起一片蓝天”的市场经营氛围正在巢湖大地悄然形成。

(向丽 中国消费者报记者 洪敬谱/文 陈雨薇/摄)



## 优化环境 提升品质

### 安徽省以推进放心消费创建为抓手消费维权工作实现创新发展



近年来,安徽省消保委以品质消费,美好生活为主线,以推进放心消费创建为抓手,强化宣传教育、舆论引导和社会监督,各项工作实现创新发展。

2018年,安徽省消保委消费维权宣传活动实现了多维度、立体化。315宣传实现多个首次:首次编印《安徽消费者》两会专辑并走进安徽两会、首次以省政府名义召开315新闻发布会、首次在城市社区举行大规模现场服务活动、首次举办老年消费教育讲堂等。围绕食品安全宣传周,安徽省消保委组织省人大代表、新闻记者和消费者代表30余人到食品企业开展消费体验,邀请食品专家赴老年消费教育点开展专题讲座。围绕全国质量月、诚信兴商宣传月,安徽省和各地消保委对放心消费参创单位进行诚信经营、质量提升培训。围绕互联网金融风险专项整治,制作宣传视频,走进大学校园开展P2P暨校园贷风险教育,在蚂蚁金服开通安徽省消保委金融消费教育平台。围绕军民共建,安徽省消保委以案释法为合肥警备区官兵宣讲了20个鲜活的维权故事,深受官兵们的好评。他们还精心组织开展寻找安徽最美消费维权人物活动。全省各级消保委与成员单位联动,历时4个月首次在全省范围内开展了寻找2018安徽最美消费维权人物活动。共征集社会各界参选人物65名,通过电视形象展播、网络投票、专家评审,评选出10位安徽最美消费维权人物。

为了使消费教育的进一步持续深化,该省先后宁国市港口镇和凤阳县小岗村开展品质消费教育乡村行及送法律、送知识、送服务三下乡农村消费教育系列活动,提高农民群众维权意识和能力,全省组织开展了60多场次品质消费乡村行活动。2018年3月15日,安徽省首家老年消费教育示范点在合肥市瑶海区和平路街道当涂路社区揭牌成立,安徽省消保委邀请金融专家和中医专家,为街道的群众讲授预防金融诈骗陷阱和老年保健知识。全省各地消保委针对老年群体的消费教育活动开展得有声有色。

2017年底,安徽省消保委通过媒体和官方网站、微信公众号向社会公开征集2018年度比较试验项目。2018年6月初,安徽省消保委对驻肥检测单位资质情况进行了调研,同时听取了检测单位对比较试验项目的意见建议,同年10月启动了麻油比较试验工作。针对消费热点发布系列消费警示,安徽省消保委先后发布了《购买年货 谨防假冒》《儿童消费品选购 莫要成人化》《理性选择高考房》《面对网购广告 消保委给您提个醒》《培训教育也应有度》等消费警示。

记者了解到,2018年安徽省各级消保委共受理消费者投诉1.2万件,为消费者挽回经济损失4612.6万元,共接待消费者来访、咨询9.2万人次。安徽省消保委律师团律师支持帮助农民打赢终审官司,判赔176万余元。全省诚信企业联盟主动和解纠纷5万件;马鞍山等地积极推广使用中消协电商投诉直通车平台,促进电商消费纠纷及时和解。安徽省各地消保委与人民法院诉调工作对接,成功调处一批疑难消费纠纷。安徽省消保委与省检察院联合出台了《关于加强消费民事公益诉讼协作的意见》。

据安徽省消保委主任沈卫国介绍,放心消费创建工作列入省委、省政府2018年重点工作,纳入省政府绩效考核和质量考核体系,全省创建工作整体上升为政府统一领导下的系统性工作。政府主导、高位推进,创建机制基本形成;企业参与、落实责



任,创建活力初步显现;强化宣传、助力维权,创建影响不断扩大;因地制宜、打造亮点,创建特色精彩呈现。

合肥市把品牌、品质建设作为创建工作的着力点,确立了亮品牌、提品质双品战略创建总体思路;阜阳市在全省率先成立了由市政府分管负责同志挂帅的市创建工作领导小组,确保全市创建工作有效运转;铜陵市围绕全力打造放心消费之城新形象的目标,形成了三高、三多、两强化的创建模式;芜湖市启动放心消费街区创建,将消费投诉公示试点

工作贯穿于街区的创建之中。滁州市充分发挥律师在保护消费者合法权益中的专业性、权威性作用,成立了市消保委维权律师团。目前,全省放心消费创建活动正在由点向线延伸、向面拓展。

安徽省市场监管局副局长张志宏表示,要增强责任感、使命感,以消费领域信用体系建设为载体,促进消费环境不断改善,牢牢把握工作重点,着力化解消费维权难点痛点,推进维权工作提质升级,努力提升消费维权能力水平。

(中国质量报记者 李辉)

## 安徽省消保委发布上半年投诉分析报告

新华网 安徽 安徽频道 >> 正文

### 安徽省消保委发布上半年投诉分析报告

2019年07月06日 11:05:40 来源: 中安在线

日前,省消保委发布2019年上半年全省消费投诉分析报告,全省各级消保委共受理消费者投诉6506件,较去年同期上升了7.82%。在这些消费纠纷中,二手车网上交易、家电销售承诺兑现困难等,成了投诉高发领域。

省消保委公布了几起典型案例,合肥市消费者权某向省消保委投诉称,他在某二手车交易平台购买的车辆有问题,车辆涉嫌调整了里程表公里数,还严重烧机油。消费者与经营者协商无法达成一致意见,请求帮助。省消保委接投诉后立即与交易平台联系,交易平台回复称,车辆公里数并没有私下调整,消费者投诉汽

日前,省消保委发布2019年上半年全省消费投诉分析报告,全省各级消保委共受理消费者投诉6506件,较去年同期上升了7.82%。在这些消费纠纷中,二手车网上交易、家电销售承诺兑现困难等,成了投诉高发领域。

省消保委公布了几起典型案例,合肥市消费者权某向省消保委投诉称,他在某二手车交易平台购买的车辆有问题,车辆涉嫌调整了里程表公里数,还严重烧机油。消费者与经营者协商无法达成一致意见,请求帮助。省消保委接投诉后立即与交易平台联系,交易平台回复称,车辆公里数并没有私下调整,消费者投诉汽车行驶公里数有误差,是因为销售人员在填写合同的时候笔误。汽车烧机油的情况确实存在,平台可以免费为消费者维修。最终经过调解,二手车交易平台补偿消费者一万元,由其自行维修。

2019年1月,消费者徐某向淮南市消保委投诉,称其准备在淮南市某房地产销售公司购买一套房子,用于儿子结婚。交付首付款等费用后,房产公

司迟迟不与消费者签订购房合同,消费者认为房产公司存在问题,所以决定不再购买,要求房产公司退款无果。

淮南市消保委接到投诉后立即与开发商取得联系,经查消费者投诉属实。经过调解,房产公司退回消费者预先缴纳的费用,最终消费者挽回了经济损失40多万元。

消费者陆某向六安市消保委投诉,称其2018年6月从市区某电器店购买了净水器一台。购买时商家承诺免费更换滤芯一次,并在发票上注明。这台净水器有4个滤芯,1-3号滤芯一年换一次,4号滤芯是两年更换一次。

今年到期时商家只更换了1-3号滤芯,拒绝更换最贵的4号滤芯,理由是4号滤芯明年才到期,更换就属于二次更换了,不在免费更换的范围之内。六安市消保委接投诉后,立即联系商家进行调查。

经查消费者投诉属实,商家免费更换滤芯一次的承诺已在发票上明确标注,消费者购买的净水器,1-4号滤芯的首次更换均应免费。最终经过调解,商家免费赠送消费者一个滤芯,等4号滤芯到期后自行更换。

据统计,2019年上半年,全省各级消保委共受理消费者投诉6506件,较去年同期的6034件上升了7.82%。根据投诉商品分析,家用电子电器类、服装鞋帽类、日用商品类、房屋及建材类、食品类占据了消费者投诉的前5名。

(来源:新华网安徽频道)

# 全省消保委工作剪影



7月19日，芜湖市消保委、市市场监管局在芜湖市老年消费教育基地——旭日天都社区开展防范电信诈骗消费教育活动。



9月24日上午，阜阳市消保委律师团换届大会举行，19名律师成为新一届律师团成员。



9月26日下午，滁州市市场监管局、市消保委结合“不忘初心、牢记使命”主题教育在滁州学院开展消费维权知识进校园活动，市局副调研员唐凤阳到场授课，200余名师生参加活动。



10月16日，六安市消保委、市市场监管局走进安徽迎驾集团股份有限公司开展“质量开放日”暨消费体察活动。人大代表、政协委员、市场监管社会监督员、消费者代表、企业代表和媒体记者等参加活动。



10月17日上午，安庆市消保委在银色世纪海洋家家福超市开展消费教育讲座，超市全体员工及近百名老年消费者参加了活动。



10月18日，池州市消保委、贵池区消保委在池州老年大学开展了老年消费教育宣传活动，旨在提高老年消费者的风险防范意识和消费知识。





营造放心安全消费环境  
促进经济持续健康发展

## 放心消费创建单位公开承诺

安全放心、质量放心、价格放心

服务放心、维权放心



“安徽消费者”微信公众号



“安徽新消费”微信公众号