



随着新能源汽车与智能汽车成为新的购车风潮,保有量日益增长的同时,相关汽车领域和品牌的投诉量也持续激增。中消协日前发布的《2021年全国消协组织受理投诉情况分析》(下称《分析》)显示,2021年汽车及汽车零部件投诉量41624件,在商品类整体投诉量中排名第三,同比增加19.28%,严重程度可见一斑。

■采写:新快报记者 张磊 ■图片:廖木兴

自动驾驶泊车、人脸识别打火……广告里有的,买回来车里什么都没有 监管、车企齐出手 助力行业量质并升



行业大数据

近三年汽车相关召回案例

(数据来源:国家市场监督管理总局)

2019年:共发起170起与汽车相关的召回案例,召回总量达到**680万**辆。

2020年:共发起145起与汽车相关的召回案例,涉及69家汽车厂商共245款车型,召回车辆共计**673.71万**辆,其中排名靠前的问题为燃油泵缺陷。

2021年:共实施汽车召回232次,涉及车辆**873.6万**辆,新能源汽车召回次数和召回数量比上年增长**31.1%**和**75.9%**。

行业痛点

汽车投诉八大热点

中消协表示,2021年涉及智能汽车和新能源汽车的相关投诉涨幅明显,并呈现举证难、维权难的特点。从《分析》来看,汽车领域消费者投诉的主要问题有以下几方面:

一是新能源汽车出现安全问题,如行驶中断电、汽车自燃、自动驾驶系统失灵等;

二是电池质量问题突出,比如充电故障等;

三是续航里程缩水,特别是冬季低温下续航折损快;

四是不兑现承诺,比如宣传使用高性能芯片,实际情况却非如此;

五是价格变动惹争议,消费者刚签完合同还未提车,所购买车型就降价,或者推出同价但性能配置更高的产品,导致消费者不满;

六是对已售车型,随意修改网上宣传资料和说明;

七是配套的售后服务体系、维修网点、维修技工等不能满足高速增长的新能源汽车需要,影响了消费者的使用体验和售后满意度;

八是汽车数据存储、提供问题引发广泛关注。随着新能源汽车智能化提高,相关数据由厂家垄断、拒绝提供,发生争议。

汽车自燃、辅助驾驶失灵等问题频发

据黑猫投诉平台发布的2021年度汽车企业红黑榜,汽车领域2021年度平台有效投诉量为10748单,较2020年增长139%。主要投诉问题集中在车辆故障、功能不符

合宣传以及意向金、定金不退款等问题。

具体来看,新能源车自燃、辅助驾驶失灵事件在去年已经成为消费者的“梦魇”。造车新势力中的威马汽车,旗下EX5车型在2021年底已经连续发生过3起自燃起火事故,引发了威马EX5车主对电池安全质量的严重质疑。此外,北汽、理想等品牌旗下相关车型也在此前发生过不同程度的自燃起火事件。

此外,今天一月以来,威马汽车“锁电门”事件持续发酵。车主投诉的内容主要是“威马汽车电池存在巨大安全风险,侵害用户知情权,通过降低续航方式掩盖质量缺陷。”

2021年上海车展“特斯拉女车主维权事件”后,消费者对于智能汽车辅助驾驶的关注度明显提升。蔚来汽车也一度陷入辅助驾驶失灵的舆论漩涡。

虚假宣传成为投诉“重灾区”

汽车厂商虚假宣传、侵害用户权益也是投诉重灾区。此前,长安汽车在宣传时标记了其旗下UNI-K车型具备“APA6.0自动泊车、L3级别自动驾驶、人脸识别点火启动、灯光秀时序迎宾灯、座椅老板键”等功能,然而车主实际购车后发现与宣传不符,即使车辆OTA系统多次升级,仍未完善上述部分功能。对此,车主们曾多次向厂家投诉。

黑猫投诉报告还提到,比亚迪、长安、荣威、东风风神能及时回复、解决消费者诉求,位于汽车领域红榜,而奔驰、吉利、宝马等车企回复及响应解决情况较差,位于汽车领域黑榜。

了更加灵活多变的“免费售后”玩法。蔚来的“服务无忧”政策已经更新到了第四个版本;多个新能源车企售后则直接承诺“免费换电”“终身免费基础保养”“终身道路救援”等服务。

对于汽车消费存在的种种问题,国家监管部门也放出了大刀阔斧的整改信号。市场监管总局等部门开始严格新能源汽车事故主动报告制度,加大缺陷调查力度,开展新能源汽车运行安全风险预测与防控关键技术研究,制修订《电动汽车安全要求》等相关标准规范。同时,还就消费者反映的异常加速、电池起火、车辆远程升级(OTA)等问题共同约谈了部分新能源车企。

针对新产品、新技术,市场监管总局创新召回监管方式,建立运行数据驱动的新能源汽车缺陷调查工作机制,推进智能网联汽车OTA大数据平台建设,探索建立智能网联车辆安全自我评估和事故报告制度,适时启动“沙盒监管”。

行家支招

中消协建议:经营者要主动作为

针对汽车领域的投诉焦点,中消协认为,经营者要主动作为,行动起来。

中消协建议:一要高度关注产品安全,特别是要强化智能网联汽车的数据安全、网络安全、软件升级、功能安全,加强辅助自动驾驶风险告知及质量管控,保障消费者人身财产安全;二要真实全面告知产品情况,公平合理约定双方权责,不夸大或者虚假宣传;三要切实落实合格产品交付义务,承担合同责任,履行所作承诺;四要保障消费者数据知情权。汽车数据是消费维权的重要凭证,消费者有权知悉、查阅、获取与自己有关的、未经篡改的原始数据;五要切实做好售后服务,充分尊重消费者,虚心听取消费者意见,正视自身存在的问题,积极、妥善处理相关投诉,杜绝拖延推诿、强势霸凌、威逼恐吓。

此外,新的汽车三包规定正式实施,汽车经营者应当认真学习新的规定,及时更新三包政策,加强企业员工培训,将三包规定落实到位。

广东省消委会也在消费者层面给出汽车消费提示,提示消费者明确出行需求定位、合理选择新能源汽车、注重车辆使用安全、仔细核对车辆信息、明确购车合同约定、坚持依法理性维权。此外,消费者购车时要多关注了解同款车型或同品牌车辆的用户口碑,将汽车各项配置、功能、收费标准、电池寿命、维修保养、额外收费项目、退款约定等重要信息写入合同约定。

行业破局

车企、监管部门齐出手

“里程焦虑”和“充电焦虑”是新能源车普及中较大的消费痛点,也是投诉的一大重点区域,究其原因就是续航里程虚标,且公共充电设施布局不合理、不完善。目前,已有不少车企针对新能源车充电层面做出了自己的体系打法。如小鹏汽车宣布超充网络实现了贯通全国337城,其中怒江、昌都、林芝等12个城市依靠小鹏汽车的超充网络布局,为当地提供了极为稀缺的180kW直流超充服务。

对于降低投诉率,解决车主诉求,各大车企也亮出了自己的诚意。广汽本田通过开展硬件设施升级、创新维权机制、服务体验强化、客户满意度提升等工作,导入“客户经理制”服务体制也是其一大亮点,消费者售后和维权渠道更加便捷化。

包含蔚小理、广汽埃安等在内的新能源车企则提供