

# 导航仪变CD机:如此修车 谁该负责



□张继疆

首先需要说明的是,这不是在说手机。

上周末,在记者参观我市一家即将开业的国产汽车品牌4S店时,注意到了一个人性化的细节,在修理区和客户休息区之间,纤毫毕现的玻璃幕墙前整个修理过程都一览无余,在休息区,除了免费的茶水、杂志和WIFI外,甚至还有一间小型的电影院。“这是总部制定的新的4S店建店标准,玻璃墙和电影院都是标配。”该店的负责人解释说。

记者注意到,在2015年之前,除了极个别的品牌将旗下4S店的修理区和客户休息区用玻璃墙隔开外,在不少店内,甚至是某国际大品牌2014年新建的新店内,修理车间通常还都是“犹抱琵琶半遮面”的。一旦消费者的爱车进了修理车间,出于安全等种种因素,一墙之隔,导致至少在半个小时内,消费者是看不到自己的爱车了,自然也就看不到维修的整个过程了。这就不难理解,为什么会有原零件被拆卸下来卖掉,为什么网上关于4S店维修黑幕的帖子会如此火——因为人们总是对未知的东西感到好奇,因为不透明的维修少了极为重要的监督环节。记者同样注意到,在我市今年新建的几个4S店内,修理区与客户休息区之间,变得仅仅只隔了一道玻璃墙。而且,据记者了解,在广东等地,不少日系品牌,已经要求在建的4S店新店中,修理区与客户休息区之间必须建玻璃墙。

汽车行业的“一墙之改”正在悄然进行,而有一个行业,类似的改革已经进行了快30年。1987年11月12日,中国第一家肯德基餐厅在北京开业,前门前排起了长龙,很多人在谈及“洋快餐”文化时,总着眼于食物制作的标准化、食物所含的卡路里,往往忽略了,在苏丹红事件曝光之前,给食客信心的,恰恰是那个几近透明的开放式大厨房。时至今日,当大娘水饺、沙县小吃、庆丰包子,甚至是西北牛肉拉面都能将分店开遍神州的时候,这些店无一例外地都拥有着

一个公开而透明的厨房。  
公开而透明,也许不是成功的充分条件,但至少应该是必要条件。  
汽车行业的4S店模式这几年在国内发展极为迅速,它是一种以“四位一体”为核心的汽车特许经营模式,包括整车销售(Sale)、零配件(Spare part)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey),是汽车厂家为了满足客户在服务方面的需求而推出的一种业务模式,其核心含义是“汽车终身服务解决方案”。在整个汽车获利过程中,整车销售、配件、维修的比例结构为2:1:4。维修服务获利是汽车获利的主要部分,对4S店的重要性不言而喻。因此,善于把握细节的日本人,又推出了5S的理念,即整理(SEIRI)、整顿(SEITON)、清扫(SEISO)、清洁(SEIKETSU)、素养(SHITSUKE)五个项目,因日语的拼音均以“S”开头,英语也是以“S”开头,所以简称5S。目的是通过规范现场、现物,营造一目了然的工作环境,培养员工良好的工作习惯,其最终目的是提升人的品质,所达到的效果也是5S:最佳推销员(Sales)、节约家(Saving)、安全有保障(Safety)、标准化的推动者(Standardization)、令人满意的职场(Satisfaction)。

成功不是一蹴而就,任何一个走在前面的人,都有其独到之处。汽车行业的4S到5S,绝不仅仅只是多了一个S,其变化的精髓在于从“提供方案”转变为“满意服务”,小小的一面玻璃墙,正是这个变化的一个缩影。

## 大众评说

□本报记者 张继疆 董文俊

4月28日,市民李先生到信阳日报社向记者反映了自己的爱车在4S店修理时,车上的导航仪被换成了坏的CD机,而且4S店存在“骗保”行为,同时投诉该店在维修过程中多次无理阻挠。随后,记者进行了调查。这是怎么回事?又为何会出现这种情况呢?

车主:修理车 导航仪变CD机

“4月18日晚,我的车在县里出了事故,撞得比较严重,当天晚上就送到了4S店修。第二天,我去店里的时候,发现原来装到车上的导航仪不见了,换成了一个坏的CD机。”李先生告诉记者,“在保险公司人员和4S店定损员在场的情况下,我打电话给这个店的张经理,他承认是自己店里的员工换下了坏的导航仪,装上了CD机。”

“24日,我决定不在这个4S店修车了,准备到同品牌的另外一家店去修。但是,在拖车来的时候,这个店内的员工多加阻挠不让走。无奈之下,我只有报警,最后是在警察的帮助下,才把车拖走。”李先生说。

面对这个问题,记者提出了疑问:“为什么4S店要这么明显地把导航仪换成CD机,这太容易被发现了,不合常理。而且导航仪显然比CD机

价格要贵,为什么4S店会这么做呢?”

“现在的维修保险程序是,出车祸后到4S店修车,要先经过保险公司勘验定损,维修费用我要先垫上,之后再根据4S店出具的维修发票,到保险公司报销。”李先生告诉记者,“他们把我车上的导航仪换成CD机,就是明显的骗保行为。我已经到保监会和‘315’投诉热线都报过了,但是这两家单位都在拖,一直没有给我一个明确的答复。”

4S店:应要求 为扩大损失

针对李先生修车一事,记者采访了这家4S店的相关人员,给出的答案却和李先生的说法大相径庭:导航仪换成CD机,是应客户的要求。

“4月18日夜晚,该车辆发生交通事故,收到事故信息后我与客户联系并进行施救,将车辆拖至我店。4月19日,客户到店和我商讨车辆维修事宜。因车辆无事故第一现场,客户说保险公司可能按车辆损失的70%赔付,与我协商看能否想办法帮他扩大事故损失,并说他有朋友在保险公司能做工作,将导航仪更换为CD机。4月20日上午9点半左右,我联系保险公司人员到店拍摄车辆拆检前照片,此时CD机已更换完毕。”负责此次车辆维修接待工作的张春枝告诉记者,同时,她对李先生提到的“多次出警”做出了解释:

“4月23日车辆已定损完毕,车辆损失保险公司未确认100%赔付,客户于18点20分左右到店索取定损价格报价表,询问车辆维修问题,并打电话给其在保险公司的同学询问车辆定损情况,因客户要求扩大车辆损失未达到自己的预期,客户不认事先约定,引起纠纷后报警。在信阳工业城派出所做完笔录以后,客户回公司约我商谈车辆维修事宜。我抱着负责任的态度,在合理前提下,解决客户车辆维修问题。最后商谈结果双方均同意。4月24日9点左右,客户到店商谈修车,又对先前约定有异议引起争执,要将车辆拖至其他地方维修。因该车辆19日经客户同意拆检定损,我害怕已拆检零件丢失引起纠纷要求其办好离店手续,再进行拖车。但客户执意蛮横拖车,后经派出所调解,车辆办好相关手续,客户将车辆拖至其他修理厂。车辆离店由派出所出警记录为证。”

果定损1400元的话,则车主几乎不用花钱修车。  
真的是这样吗?为此,记者特意从其他几家4S店的售后经理处了解汽车行业有关保险的“潜规则”:通常情况下,如果客户在4S店买的是店家所推荐的公司的保险,那么定损时,保险公司会倾向于满足客户“不花钱”维修的要求,即理赔数额接近4S店维修报价。但如果是客户自己在4S店外买的保险,通常则是“公事公办”,即按实际损失定损。“羊毛永远都只会出在羊身上,即使提高了理赔数额,保险公司第二年也会提高客户的保险金额。”  
李先生表示,自己是在完全不知情的情况下,车上的导航仪就被换掉了;张春枝则说,自己是按客户要求,不顾违反4S店内的规定,将导航仪更换为了CD机,为的是能让客户减少实际损失。那么问题来了,换

疑问:换配件 到底谁的主意?

根据双方所说,不难推断出,在这次事故和修车过程中,由于事故不能100%走保险,所以为了减少损失,在4S店定损时,将损失扩大后,那么其中多出部分,便可抵消掉保险不理赔的部分。即,实际损失为1000元,如果定损1000元,只能赔700元,需要车主自己交300元,但如



## 试驾送话费 摇摇领礼包

### 奇瑞“不试不卖”优惠申城市民

本报讯(记者 王红霞)昨日,记者从信阳瑞龙奇瑞4S店了解到,即日起,奇瑞汽车“不试不卖”到店试驾即赠50元话费活动在全国范围内的4S店正火热启动,广大市民到信阳瑞龙奇瑞4S店即可参与活动,领取丰厚礼包。

据了解,此次奇瑞汽车“双虎双7 不试不卖”活动的车型,包括艾瑞泽7、艾瑞泽M7以及瑞虎3、瑞虎5四款奇瑞主力车型。即日起至6月30日期间,市民登陆天猫、拍拍、京东奇瑞汽车旗舰店抢购1元“试驾宝贝”,到店成功试驾后给予在线好评,即享奇瑞送出的50元手机话费奖励,更有数码礼包、运动礼包、家庭礼包等购车大礼包!活动



## 一汽·大众新速腾在申城上市



图为新速腾上市发布会现场。 本报记者 张继疆 摄

本报讯(记者 董文俊 张继疆)5月9日,一汽·大众新速腾在信阳合众汇金4S店闪耀上市,掀开了速腾品牌在我市的传奇新篇章。秉承一汽·大众打造“高品质汽车”的精髓,新速腾在造型设计、动力操控、舒适安全等方面实现了全面的从“心”进化。

新速腾上市发布会选在信阳合众汇金汽车销售服务有限公司展厅举行,从外展专业的速腾车技表演到内展展示区、休息

区、上市区,整体格调与新速腾的包豪斯设计理念交相辉映,处处体现简约、精致、纯粹的设计感,准确地传递出“最新德国工艺与现代动感造型完美结合”的新速腾基于现代设计理念而产生的多种实用设计细节,以及渗透其中的工艺美学。“为机械注入生命的灵魂”——是包豪斯设计艺术的精髓,秉承“少即是多”的设计思想,德国大众和一汽·大众设计团队在传承现款速腾

经典设计的基础上,去繁求简,融入了大众品牌新一代MQB平台风格设计,再现大众品牌领先的设计理念。

回首速腾品牌9年历史,其每一次的升级、换代,或引领着A级轿车细分市场的设计风潮,或推动着技术研发迈向新的高度,每一次的改变都成为媒体闪光灯前的焦点,牵动着众多消费者的目光,成为消费者心目中高性能与完美品质的代名词。自品牌创立之初,速腾便凭借卓越的品质、领先的科技和出众的性能,一举成为A级轿车市场的新标杆,其诚意也收获了超过130万车主的高度认可和良好口碑,持续加冕细分市场冠军。

在发布会现场,一汽·大众信阳合众汇金汽车销售服务有限公司总经理侯妮霞女士向现场嘉宾朋友致欢迎词,之后为我市第一位新速腾车主牛先生颁发了车钥匙牌,并送上鲜花表示祝贺。牛先生表示,正是对大众品牌的信任和对新速腾包豪斯的设计理念,才让他在第一时间就预定下了这辆心仪的爱车。

## 用车常识

### 汽车销售合同“猫腻”知多少

“对不起,您定的这款车的中配已经停产了,您看是不是考虑一下高配?或者退您的定金?”——相信不少消费者在买车的时候,都遇到过类似的情况:“因厂方供货、运输等不可抗力造成卖方无法按时交车,日期顺延,以卖方通知为准,卖方不承担违约责任”——交完款,仔细看看销售合同,没准能看到这样的字眼;从曝光台栏目的热线电话上,笔者梳理了投诉所涉及的相关问题,其中很大一部分都指向了汽车销售合同中的“霸王条款”,甚至不少消费者是在出现问题找到4S店以后,才深深体会到之前的销售合同暗含“猫腻”。

笔者从市消协了解到,近年来,汽车投诉多集中在经销商逾期不交车、扣押车辆合格证导致车辆无法上牌、强制消费等方面。而这些纠纷的隐患其实在消费者与经销商签订“单方合同”“开口合同”“霸王合同”时就已经埋下。笔者了解到,目前尚无全国统一的汽车销售合同示范文本,仅上海、浙江、湖北的一些地方展开了地方探索。鉴于目前市场上绝大多数购车合同是由经销商单方面制定的,往往倾向于经销商的权益,消费者无权提出修改意见。笔者咨询有关法律人士后,找出了一些“猫腻”。

【“猫腻”条款】退还定金。

【点评】消费者取回“定金”其实也蒙受了损失,因为《合同法》中规定,接受定金的一方如果不履行债务,需向另一方双倍返还债务,但这些法定赔偿却在合同中经常被“退还定金”替代。当然,至于是“定金”还是“订金”,消费者在签合同前,必须要注意到。

【“猫腻”条款】新车出现质量问题“只修不赔”。

【点评】根据产品质量法规定,售出的产品有质量问题,销售者应当负责修理、更换、退货;给消费者

造成损失的,销售者应当赔偿损失。

【“猫腻”条款】交付车辆时双方共同进行验车,如有异议消费者应当提出、当场确认,否则视为交付的车辆符合要求。

【点评】作为消费者,不可能都对汽车性能状况非常了解。根据汽车“三包”规定,消费者需当面查验的是“外观、内饰等现场可查验的质量状况”,其余问题可在规定使用期限内视问题大小选择不同的售后处理方式。

【“猫腻”条款】消费者在接到经销商到车通知后××时间内必须提车,否则视为自动放弃提车权。

【点评】该条款侵犯了消费者对所购车辆的所有权。经营者可以提醒消费者前来提车,但如果消费者未能前来,也不能视为其放弃提车权。

【“猫腻”条款】车辆注册登记要放在供方×个月以上,方可办理车辆转籍、过户手续。

【点评】该条款排除了消费者对所购车辆证书的处置权。业内人士透露,经销商扣押消费者的车辆注册登记证是为了把证件放在银行进行抵押贷款,方便企业资金周转。

【“猫腻”条款】销售方对本合同有最终解释权。

【点评】这一条在很大程度上堵住了消费者维权的路,在出了问题后,给了销售企业“闪转腾挪”的极大空间。

消协人士建议,合同规范需要社会的共同努力,消费者应提高法律意识,在购车时使用书面合同,详细约定各种购车事项及双方的权利义务,并尽量做到“非备案合同不消费”。同时,经营者也要将合同备案作为自身提高服务水平的良好契机,做到“非备案合同不使用”,从而提高服务质量,获得消费者信任。(刘远强)

# 从一墙之改看4S与5S