

消费调查

□ 本报记者 李万祥

新能源汽车消费服务要跟上

今年以来,新能源汽车消费明显

回暖。不过,随着新能源汽车产业不断发展,一系列新的法律和服务问题也亟待解决。如消费者应如何维权、如何获取充电桩服务等。

汽车消费结构持续转型

“里程焦虑”可以说是困扰新能源车主的最大问题之一。“新能源汽车电池冬季掉电快,跑高速不行。另外,高速路上快速充电桩少,车多时充电不方便。”家住北京市朝阳区的张华杰偶尔开车回河南老家,他的车开了快3年,刚跑了1.8万公里左右。

据统计,2022年,我国新能源汽车保有量达1310万辆。其中,纯电动汽车保有量1045万辆,占新能源汽车总量的79.78%。新注册登记新能源汽车数量从2018年的107万辆到2022年的535万辆,呈高速增长态势。从调查情况看,目前新能源汽车市场有两个突出特点:一是国产新能源汽车受到消费者欢迎,二是车辆使用年限多在3年以内。

“新能源汽车受到消费者青睐,主要是因为用车成本低、政策红利多、节能减排、驾驶体验好等。除了这些优点,新能源汽车也面临不少问题。”北京市消费者协会秘书长杨晓军告诉记者,在消费端主要表现为涉嫌虚假宣传、信息不真实、保养维修难等。

北京市第三中级人民法院联合中国司法大数据研究院调查研究形成的《新能源汽车案件审判观察(2018—2022)》专项研究报告显示,2018年1月至2022年12月,全国涉新能源汽车案件共计3397件。从案件类型上看,主要涉及产品质量纠纷、销售领域纠纷、机动车交通事故责任纠纷、车辆租赁合同纠纷及物业合同纠纷(安装充电桩)五大类。

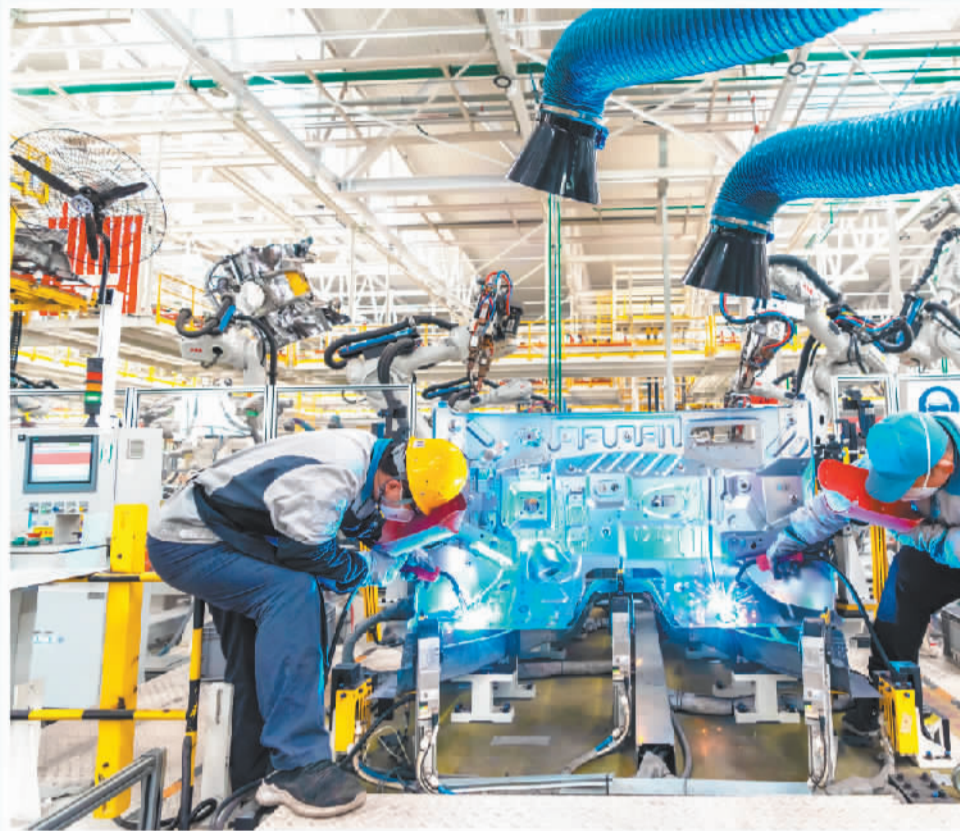
根据对上述案件的分析,北京市第三中级人民法院立案庭庭长侯军表示,生产质量存在问题,侵害消费者人身健康权及财产权;销售及售后服务信息不透明,侵害消费者知情权、选择权;配套设施不完善,影响消费者消费体验。

针对消费者关心的问题,北京三中院建议新能源汽车企业提高产品质量,消费者增强信息获取和辨别能力。同时,充分发挥保险保障功能作用,分担消费者的使用风险。

电池质量广受关注

新能源汽车的发展离不开电池,电驱系统等多项关键技术突破。根据调查,涉新能源汽车案件中由产品质量问题引发的纠纷占比较高。

“目前新能源汽车在质量方面主要存在续航里程不足、电池故障、电动机失效、刹车系统故障等问题。”北京市第三中级人民



上图 在2023川南(宜宾)汽车博览会上,市民参观新能源汽车。

左图 在山西省运城大运新能源汽车冲焊车间,工作人员正在进行新能源汽车车架焊接作业。

法院副院长薛强说,其中因电池系统故障引发的案件占到了此类案件的47.83%。

专家建议,新能源汽车企业应当加强技术开发,突破核心关键领域技术,充分利用互联网、大数据、区块链等先进技术强化品牌发展战略,提升产品质量和服务水平,并依据相关法律法规进一步公开汽车产品各项信息。

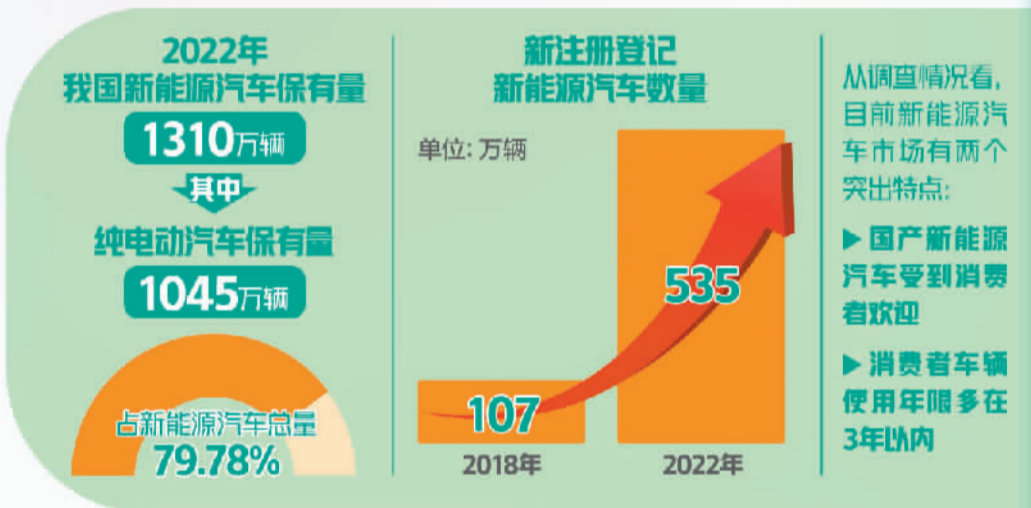
新能源汽车销售问题主要体现在有些商家销售过程中存在隐瞒车辆相关信息现象,导致消费者对车辆信息产生误解,造成对车辆价格的误判。有商家将二手车充当新车售卖,有的隐瞒购置税,有的交付后车辆信息与销售时的描述不符,售后服务与销售时承诺的服务不符等。

按照《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》,生产者应当明示动力电池容量衰减限值,消费者在选购新能源汽车时可参考“三包”凭证上的动力电池在包修期、“三包”有效期内的容量衰减限值作出判断。

“经营者销售电动汽车存在严重质量问题,构成根本违约的,消费者可要求退车退款。”北京市第三中级人民法院立案庭庭长侯军表示,因电动汽车质量问题造成的相应损失,消费者还可以要求赔偿。

典型案例显示,车主王先生因涉案车辆频繁出现质量问题,导致其经常去某汽车贸易公司或其指定的特约服务站维修,影响正常生活和出行用车。而且,车辆行驶过程中出现的质量问题也对王先生驾车时的心理造成影响。他向法院起诉,请求某汽车贸易公司赔偿其相应损失。法院依法予以支持,并根据该汽车贸易公司的违约情形、车辆维修情况等因素作出裁判。

邓青菁提示消费者要提高风险意识和证据意识。她说:“购车时要尽可能地询问、了解有关车辆性能及数据,并以合理的方式查看、索要有关凭证。无论是在购车时还是发生质量问题后,都要在第一时间以合法的方式固定证据,确保在出现纠纷时,自身权利能得到充分救济。”



配套设施建设仍需加强

中国消费者协会发布的《新能源汽车消费与公共充电桩使用情况调查报告》显示,受访者对充电桩配置充足性、充电收费价格满意度分别为74.5%、72.6%;对结算的准确性满意度最低,只有60%。站点少、不好找、桩不足是新能源汽车充电的主要痛点,近六成受访者表示经常遇到充电桩损坏或故障的情况。

近年来,新能源汽车加速发展,与新能源汽车同步发展的还有充电设施。小区物业能否无端拒绝住户安装充电桩?国家发展和改革委员会等部门于2016年联合发布的《关于加快居民区电动汽车充电基础设施建设的通知》明确规定,“发挥物业服务企业积极作用。在居民区充电基础设施建设过程中,物业服务企业应配合业主或其委托的建设单位,及时提供相关图纸资料,积极配合并协助现场勘查、施工。”

另外,北京市住房和城乡建设委员会在2021年发布的《关于做好住宅区电动汽车充电桩安装及后期秩序维护工作的意见》中明确,拥有产权车位或具有一年以上长期车位租赁

使用权的业主(物业使用人),可提出报装申请。

安装充电桩需要具备哪些条件?侯军表示,从新能源汽车充电桩安装纠纷审理情况看,法院判决支持安装诉请的理由主要为固定车位准许安装,法院判决不支持安装诉请的理由主要为短期临时车位未支持安装。另外,还有部分案件因新能源汽车本身的充电设备及充电桩在使用过程中存在的安全风险及小区车库的特殊地理环境,设置充电桩有安全隐患等问题,未予支持。

“我们发现部分物业服务机构在新能源汽车充电桩安装政策方面的理解及服务意识还有待增强。”侯军认为,物业服务机构应充分发挥自身在贯彻新能源汽车产业国家战略实施发展中的积极作用,对符合安装条件的充电设施在安装中予以协助配合。

很多消费者都有这样的“开箱”体验:一包密封茶叶,装在瓷罐里,衬上绒布,再放进木质礼盒中,礼盒外再套一个纸盒……“套娃”般的包装让人不禁疑惑,到底买的是茶叶还是包装。

中国消费者协会近日发布的《商品过度包装问题研究和消费者感知调查报告》显示,80.7%的消费者反对过度包装,认为会“助长奢华之风、不良消费风气,造成环境污染、资源浪费等危害”,88.1%的消费者表示自己购买商品时会选择简约包装。

过度包装既不环保,也不经济。一方面,增加了生产成本,产品溢价高,而这些不必要的成本最终会转嫁到消费者身上;另一方面,包装垃圾成“灾”,造成资源浪费和环境污染,不利于绿色低碳发展,也有碍厉行节约、反对浪费社会风气的形成。

从调查结果来看,八成消费者反对过度包装,对“包装材料环保”“包装循环利用”和“包装材料减量”的需求较高,反映出绿色消费理念正深入人心。《政府工作报告》提出,今年将完善支持绿色发展的政策,推进资源节约集约利用;新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准也将于今年9月正式实施。市场趋势和政策指引都在提醒企业,过度包装该“瘦身”了。

对企业而言,顺应消费者偏好,在包装上做出相应改变,更能赢得消费者认同;摆脱对包装的依赖,用高质量产品占领市场,才是长久之策。企业应秉承简约绿色包装理念,严格执行国家强制性标准,结合商品特点进行绿色设计、包装优化,并选择可循环、易回收、可降解的环保材料,在给予消费者“仪式感”的同时尽可能降低包装成本,向市场提供质优价廉、低碳环保的产品。

对有关部门而言,一方面要确保已出台的防治过度包装的规定规则真正落到实处,加大监管执法力度,同时在更多领域制定、细化更具有可操作性的过度包装判定标准,明确包装空腔率、包装层数和包装成本等要求,便于生产厂家从源头上遏制这一现象。另一方面,畅通过度包装投诉举报渠道,切实维护消费者合法权益,继续引导消费者形成绿色消费理念,提升环保意识。此外,建立包装材料回收利用长效机制,进一步完善再生资源回收体系。

治理过度包装不只是监管部门和商家的责任,消费者也要敢于对过度包装说“不”。选择简单适度的包装产品,聚焦产品本身,不盲从“颜值”,拒绝为过度包装买单;担负起监督责任,主动向市场监管部门反映过度包装行为;做好包装二次利用和改造,延长包装的使用寿命,减缓包装废弃品的节奏……在全社会形成共同参与的良好氛围,让商品轻装上架。

市包装

瘦身

津门尝鲜“线下购”七日无理由退货

本报记者 周琳

3月初,天津宝坻的消费者王晓芸在天津空港经济区王府井奥莱·新燕莎小镇购买了一双旅游鞋,试穿过程中体验良好,未发现任何质量问题。4天后,鞋子出现磨脚情况,她找到商家协商退货,可商家并不同意。

在知晓消费者投诉到市场监管部门后,王府井奥莱·新燕莎小镇方表示,该款鞋属于特价商品,商品本身无任何质量问题,因穿着一段时间,影响二次销售,消费者在试穿过程中未反映不适,无法退换。

双方各执一词,最终在天津港保税区市场监督

管理局工作人员的协调下,王府井奥莱·新燕莎小镇方相关部门响应“线下购物七日无理由退货”联盟的倡议,愿为消费者办理退货手续。

天津港保税区市场监督管理局消保科科长张寿松表示,商家积极响应“线下购物七日无理由退货”的要求办理退货手续,将进一步提升保税区消费环境,为保税区其他经营主体作出表率。

这样一件看似普通的无理由退货事件,背后离不开天津市多个部门推动“线下购物七日无理由退货”联盟的共同努力。

天津市滨海新区市场监管局副局长梁日云说,该联盟由天津市滨海新区市场监管局、天津港保税区市场监管局、天津市消费者协会等多部门指导发起成立,是天津市首家“线下购物七日无理由退货”服务联盟。

“线下购物七日无理由退货”联盟如何发挥

作用?天津港保税区市场监管局副局长朱磊说,联盟以民间社会组织的形式成立,逐渐把天津市各类线下实体店经营者、与线下实体店经营相关的协会及相关公益组织吸纳为成员单位,建立《线下购物七日无理由退货服务联盟动态名录库》,做好实时更新、合规吸纳、违规移除工作。同时,联盟将消费维权窗口前移,义务为消费者提供法律援助,加大宣传引导工作。

特价商品、临期商品、有瑕疵的处理商品是否适用无理由退货?记者日前在天津市滨海新区万客隆服饰广场看到,消费者谢彦鹏正拿着不久前购买的休闲鞋与商家协商退货。他认为,鞋子穿了不到一个月出现断底开胶,应退换。

商家却称这款鞋为特价商品,不退不换。此后,谢彦鹏将情况投诉到滨海新区消费者协会塘沽分会。

在滨海新区市场监管局的调查中,万客隆服饰广场相关负责人表示,该款鞋属于特价商品,购买时不享受“三包”服务,只能付费维修。滨海新区消费者协会塘沽分会相关部门负责人表示,即使是特价商品,经营者也应当承担包修、包退、包换或其他责任,不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的约定。

“对于特价商品、临期商品、有瑕疵的处理商品是否适用线下七日无理由退货的问题,要具体问题具体分析。”滨海新区市场监管局相关部门负责人表示,如果商家销售的是“处理品”,必须在鞋类商品显著位置和购货凭证、信用卡上向消费者明示,否则经营者应承担“三包”责任。商家不应混淆“特价商品”与“处理品”的概念,将“特价商品”作为“处理品”对待,拒绝承担“三包”责任。