

汽车消费 这些环节易“入坑”



随着汽车成为人们日常生活的必需品,与汽车有关消费的纠纷也越来越多。由于消费者和商家之间的信息不对称,也让消费者在维权或者消费的过程中很揪心。在“3·15 消费者权益保护日”来临之际,记者根据工作中的一些经验,为广大读者总结出汽车消费过程中容易“入坑”的环节。

□本报记者 王力

大礼包“名不副实”

“现场购车有 2000 元大礼包赠送”,对于很多购车者来说,这句话有很大的诱惑力,李女士就因为 4S 店的销售员这么一句话而买了一辆 SUV。不过令她感到意外的是,当她提车之后拿到赠送的大礼包后顿时有种受骗的感觉,赠送的所谓大礼包都是品质较差的地毯、贴膜等,而且还隐隐发出刺鼻的味道,她估计这些东西市场价值不超过 500 元。

解读:如今商家在卖车时都会推出各种促销手段,其中以赠送购车大礼包的形式最为常见,不少车型在现金优惠的基础上再送礼包。面对这样的诱惑,在购车时很多消费者都像李女士这样一时冲动做出购买决定。但是,这些大礼包值不值所宣传的价钱呢?据记者了解,部分商家赠送的这些“大礼包”无非就是导航、贴膜、真皮座椅,有的还包括地垫、脚垫、香水、头枕等。这些东西原本的售价也不贵,其实一个万元礼包远不如 500 元现金优惠或加油卡来得实惠。

因此,消费者在购车时应优先考虑优惠力度,赠送的礼包价值金额能折现最好折现。4S 店的优惠礼包务必看清楚,首先要了解赠送的物品质量是否靠谱,最好去装饰市场看看这些“礼包”里的东西到底值多少钱,做到心中有数,千万不能被这些华而不实的大礼包所蒙蔽。

定金和订金莫搞混

对于普通消费者来说,定金和订金很容易搞混。法律人士提醒消费者在签购车合同时一定要注意二者的区别。

陈先生去年与一家 4S 店签署了一辆家用轿车的购车合同,并交付了订金。当现车到店后,陈先生对该辆车并不满意,改而选择另一个品牌的备选车型,随后按照合同约定,陈先生拿回 4S 店退还的订金。

解读:陈先生之所以能顺利拿回预付的订金,就在于他注意到了订金和定金的区别。订金与定金拥有不同的法律意义,订金仅表示消费者的购买意向,可以退回,而定金则表示消费者已经确定购买,此时毁约按照合同约定将损失定金,因此车主在签署购车合同之时,一定看清楚,以免弄错造成不必要的损失。

异地购车需谨慎

“听说北京的车便宜,我想去北京买辆车怎么样?”,经常有朋友这样问记者。的确,北京的市场很大,有其特殊性,而石家庄离北京又不远,在北京买辆便宜车开回来似乎是很划算的。遇到这样的情况,记者往往会以“外地的市场复杂,人生地不熟,不要贪小便宜吃大亏”来劝说朋友打消这个念头。

解读:由于各区域间经销商的经营策略不同,使得各地的汽车售价存在差异,这是事实。对于为了省钱而想异地购买汽车的消费者,应该提前想好这样来回折腾是否值得,如果遇到质量问题,两地来回跑增加不少成本。此外还应该想好这些问题,如对于卖家的资质是否考察清楚了,对方证件是否齐全,是否可以保修等,以防吃亏。

口头承诺别轻信

近来因芯片短缺等因素,市场上很多车型都处于供不应求的状态,很多热门车型往往都要等两三个月,甚至半年以上才能提车。王先生去年 11 月底在一家 4S 店预订了一辆车,对方口头承诺今年 1 月底可以提到现车。到了双方约定的时间后,4S 店告知王先生因为疫情和芯片短缺,厂家供应的车源减少,如果要在春节前拿到现车,需要购买 5000 元装具才可以“优先提车”。

解读:在这两年的车市上,的确有部分车型处于供不应求的状态,因此“加价提车”这种有些怪异的现象也屡见不鲜。

像王先生这样不能如期提车的情况,就在于提车日期是口头承诺,没有落实到白纸黑字上。建议消费者在与 4S 店签署购车合同时,一定要把对方承诺的提车日期在合同上写明,以免口头承诺“死无对证”。另外消费者还可以选择后备车型,如果欲购车型加价,可以转而选购后备车型。



二手车交易“猫腻”多

去年赵先生在石家庄某二手车市场买了一辆二手车,但是今年当他续保的时候,却被保险公司拒绝了。赵先生告诉记者,保险公司拒绝续保的原因是他这个车出过重大事故,当时是全额赔偿 15 万多元,所以是全损车。二手车商把这辆事故车当成正常的车卖给了赵先生,所以保险公司不愿意去管,这就是重大事故隐瞒。

解读:时下二手车的交易量日渐增大,但二手车不同于新车,每一辆车的品牌、车况、行驶里程、年限、手续不同都会有差异,而且二手车信息不对称性更大,各种二手车欺诈事件时有发生。

在这里,记者给读者几点关于二手车消费者陷阱的提示。

隐瞒缺陷:有些泡水车、事故车,二手车商往往在卖车时不告知买主实际的车况,而消费者在车辆交易时又很难发现,而且也不懂二手车,所以建议消费者在购买二手车时,可以去查看这辆车的维修记录和保险记录。

配置造假:车辆配置的高低也是影响二手车交易价格的重要因素,车商往往把低配车型当高配车型卖给消费者,特别是对那些车龄比较长的二手车,后期加装一些配置当做高配卖。

卖抵押车:二手车市场上还有一些所谓低价格的“抵押车”,这些车价格往往很低,主要以豪华车居多,超低的的价格确实很吸引人,但是这些车往往不能过户,因为被抵押好多次,原车主很难找到,甚至是根本无法过户的“死档”车,消费者千万不要贪图便宜购买这样的二手车。

工信部印发车联网安全建设指南

工业和信息化部日前发布《车联网网络安全和数据安全标准体系建设指南》(以下简称“指南”),提出到 2023 年底,初步构建起车联网网络安全和数据安全标准体系。到 2025 年,形成较为完善的车联网网络安全和数据安全标准体系。

《指南》提出,车联网安全重点研究方向为基础共性、终端与设施网络安全、网联通信安全、数据安全、应用服务安全、安全保障与支撑等标准,计划完成 50 项以上急需标准的研制。完成 100 项以上标准的研制,提升标准对细分领域的覆盖程度,加强标准服务能力,提高标准应用水平,支撑车联网产业安全健康发展。

此时正值 2022 年全国两会,全国政协委员、360 公司创始人周鸿祎所递交的《关于建立智能网联汽车“数字空间碰撞测试”长效机制的建议》提案,内容同样聚焦解决车联网带来的安全新挑战。周鸿祎认为,软件定义汽车使得数字安全问题不可避免,代码数量增加使得车载系统安全缺陷激增,网络连接汽车导致攻击面增加,车企网联程度不断提高让云端成为最大安全隐患,其危害性不亚于传统安全问题。传统碰撞测试等手段无法发现汽车的数字安全隐患。

为此,周鸿祎建议借鉴传统汽车碰撞测试理念,尽快建立智能网联汽车“数字空间碰撞测试”机制,强制要求在我国境内销售的智能网联汽车都必须通过“数字空间碰撞测试”认证,通过依法合规地对车身网络、车云网络、车数网络、车联网和车企网络进行渗透测试,发现汽车“云、管、端”全系统数字安全问题,保障汽车出厂安全。同时,在车检和软件在线升级环节,增加“数字空间碰撞测试”要求,确保汽车持续保持良好的数字安全状态。

由于智能网联汽车安全是典型的复杂系统问题,需要体系化的安全解决方案,周鸿祎建议汽车行业尽快搭建起一套以安全大脑为核心的智能网联汽车态势感知体系,把汽车、车企、车企供应链、路侧设施、云控平台等都连接打通,汇聚分析汽车安全大数据,及时发现安全风险和事件,全面掌握每辆汽车的数字安全状态,帮助监管部门和车企实现汽车安全实时全程“可见、可控、可管”。

据国家发改委估算,2025 年中国的智能汽车渗透率将达 82%,2030 年将达到 95%,智能汽车保有量将达 3800 万辆;同时智能化程度逐步提升,预计到 2025 年智慧出行将成为可能。总体来看,我国汽车产业传统的供应链相对完备,产品综合水平也大幅提升。

全国政协委员、上海市信息安全行业协会名誉会长谈剑锋也谈到了同一个问题:汽车已不再仅仅是移动或运输工具,已成为下一代移动终端,汽车安全也不局限于驾乘人员和道路参与者的安全,需要关注车辆网联过程中的网络安全、数据安全,还要延伸至人们的隐私安全、交通系统安全甚至是国家安全。

“为促进智能网联汽车产业蓬勃发展,应该格外重视智能汽车的新型安全问题。”谈剑锋认为,在汽车关注传统安全之外,还需尽早形成一套贯穿“车、路、云、网”等整体信息和数据的总体安全体系,需要布局并逐步突破关键基础技术研究,如新型电子电气架构、多源传感信息融合感知、车载网络安全等基础前瞻技术研发,网络安全领域尤其需要纳入统一身份管理,搭建多层纵深防御、软硬件结合的安全防护体系,还要加强相应的安全标准及检测评价体系建设,确保车辆网络安全可靠、数据安全有效、隐私保护得力,从根本上促进产业健康发展。



扫一扫了解更多汽车信息

文汇报