刹车门 漏油门 召回门……未来还有多少"门"要被打开？

面对 举证难、鉴定难、索赔难，您该如何维护自己的 权益？

汽车消费维权指南

郝庆丰 黎宏河 ◎ 主编

国家工商行政管理总局消费者权益保护局 副局长 李 军

中国消费者协会 副秘书长 武高汉

新华社 汽车专栏作家 高级记者 李安定

北京电视台 著名节目主持人 潮 东

《车时代》 杂志主编 兰 河

《汽车博览》 杂志执行主编 吴道予

搜狐网 副总编辑 何 毅

等众多业界知名人士 **联袂推荐！！！**

机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车消费维权指南

主　编　郝庆丰　黎宏河
副主编　毕　欣　尹思正
参　编　侯振芳　阚有波　赵华山
刘　健　张元勋　边　博
毛　真　杨茗钧　皮建仕
萨维宇　张　剑　姜　楠
王桂成　于津涛

机械工业出版社

随着私家车的增多，关于汽车质量问题和售后服务的投诉也随之增多。如何避免消费误区和陷阱，如何维护汽车消费者的权益成为广大车主和准车主非常关心的问题。本书从数千件真实案例中选取有代表性的157个典型案例，按照消费投诉类别，从车辆选购、汽车保险、汽车维修、二手车交易和装饰美容五方面进行归类，方便消费者有的放矢地获得知识和指导。书中每个案例都源于实际，在编写中，针对每一案例特地给出了消费提醒和专家意见，读者不仅能够了解汽车消费中的误区和陷阱，也能了解正确的处置方法和维权途径。

本书适合车主和准车主了解汽车消费和维权知识阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车消费维权指南/郝庆丰，黎宏河主编. —北京：机械工业出版社，2010.4
ISBN 978-7-111-30184-4

Ⅰ.①汽… Ⅱ.①郝…②黎… Ⅲ.①汽车—选购—基本知识②消费者权益保护法—基本知识—中国 Ⅳ.①F766②D923.85

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第050508号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑：赵海青 责任编辑：赵海青 责任校对：王 欣

封面设计：王伟光 责任印制：乔 宇

北京铭成印刷有限公司印刷

2010年5月第1版第1次印刷
169mm×239mm ·14.75印张·287千字
0001—3000册
标准书号：ISBN 978-7-111-30184-4
定价：29.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务
社服务中心：(010)88361066
销售一部：(010)68326294
销售二部：(010)88379649
读者服务部：(010)68993821

网络服务
门户网：http://www.cmpbook.com
教材网：http://www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

序

汽车消费者维权的必读书

市场经济的法则应该是平等交易、诚信经营，但是由于生产者、经营者居于强势地位而消费者处于弱势地位，实际上在交易中双方的地位是不平等的，这主要表现在：

第一，消费者经济实力微弱。消费者在市场交易中是以个人的身份出现，而交易的对象是企业、公司甚至集团，其经济实力大小非常悬殊，双方在交易中实际上处于不平等地位。有的大集团雇有专门的法律人员打官司，应对消费者的诉讼，而消费者很难支付高昂的诉讼费用，汽车的质量问题鉴定费用，动辄就是几万元、十几万元，也没有足够的时间来完成法律程序，根本无法与企业、集团对抗。

第二，消费者欠缺商品知识。消费者为满足生活需要而购买各种商品和服务，需求范围非常广泛，由于科学技术飞速发展，产品结构日益复杂，技术含量越来越高，新产品层出不穷，消费者对于商品的成分、生产工艺、产品结构、品质检验不可能有深入的了解，甚至可能全然不知。而生产经营者对于自己经营范围内产品的这些专业知识有着全面的了解，否则他们是无法进行生产经营活动的。因此消费者与经营者相比，处于信息不对称地位。一辆汽车有两万多个零件、几百种材料，通晓每个零件都需要极高的专业水平，更不用说对所有的零件都很了解了。汽车的电子化程度越来越高，在中高档以上的汽车成本中，电子系统、电子零部件、电子附件及各种电器配备已经占到60%以上，最终汽车会发展成一台“有四个轮子的计算机”，对一般消费者来说，已经没有自己动手修理的可能。美国的《联邦担保法案》旨在保护所有购买超过25美元并且具有质量保证证书的产品的消费者，该法案认定，消费者在购买汽车前，具有最少的理解担保条款的能力和知识，对汽车产品完全不了解。这就是说，在法律上不具备同等交易的地位。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

前　言

给有车族或即将成为有车族的人写一本书，一直是我们多年的想法。

如今，汽车早已走进寻常百姓家，有些家庭甚至拥有2辆或2辆以上的汽车。虽有了汽车，但很多人不一定真正懂得与汽车有关的消费和维修常识。80%以上的汽车消费者对于汽车的了解仅仅停留在驾驶操作层面，或者是简单的保养层面，并不会深入研究产品的构成和设计。一旦发生质量问题，他们经常手足无措，没有办法辨明是何种因素引起的，也不清楚和无法判断这是否属于维权范围。更有一部分消费者，连整车保养手册都没有仔细看过。

这几年，经我们协调解决的汽车消费维权案例多达6000起，涉及质量、维修、购买、保险、装饰等各个环节。相对而言，质量问题占的比例仍然最大。尤其是新车，买回去半年内因频繁故障而投诉屡见不鲜。

由于消费者与汽车厂商之间信息不对称，对技术把握的水平差异悬殊。出现质量问题纠纷，特别是重大产品质量问题，经营者往往以“谁主张、谁举证”的法律原则，要求消费者举证或要求消费者寻求第三方检验。而汽车检验成本过高，受理程序又不直接面对消费者，检测难、鉴定难，使得消费者送检无门。

虽然各种协会、学会、新闻媒体、网络、团体、政府部门等，都接受消费者投诉，从某种意义上讲，这些团体或单位拓宽了消费者投诉受理的渠道，为维护消费者合法权益、保护消费者利益方面起到了一定的积极作用。但有的团体或单位，不是以解决消费纠纷为目的，而是利用消费者的投诉达到其他经济利益，一旦与被投诉企业达成默契，消费者的利益就会被漠视。

客观而言，法律不健全和多数消费者对于法律的“无知”，是造成目前维权艰难的根本原因。如何消解这一难题，包括汽车厂商在内的很多部门和机构都在尝试和努力。对于一个维权意识相对淡薄、维权成本相对过高的环境，解决这一难题还需要一个很长的过程，期间，仍然会有层出不穷的消费纠纷，帮助消费者摆脱困境，便成为了我们编写本书的初衷。

书　　评

在当下的中国，消费者作为原告提起诉讼的范围越来越广，种类也越来越多。从过期食品销售、房屋装修瑕疵到汽车质量问题，都成为消费者在法庭上维权的典型案例。这类大量增加的案例表明，中国的消费者已经觉醒，他们正在有力地推动着中国的法治化进程。但解决消费争端和纠纷，诉讼只是不得已而为之的事后救济。如果能够在事前发现问题，多一点防范，我们的司法实践中将少一点辩论，多一份和谐。

全国人大副研究员　北京大学法学院教授　何　山

随着中国经济社会的发展，汽车进入家庭的步伐逐步加快，消费教育的任务越来越重。《汽车消费维权指南》一书，采用以案说法的方式，普及汽车使用常识和维权法律知识，通俗易懂，很有意义。要使中国的消费者安全消费、和谐消费、幸福消费、有尊严消费，需要有更多的有识之士参与到消费教育中来。

国家工商行政管理总局消费者权益保护局副局长　李　军

我国现行的《消费者权益保护法》中，规定了消费者在权益受到损害时有五种解决途径，这给消费者增加了保护的渠道和方式，但同时也给一些机构增添了互相推诿的借口，更增加了消费者面临的维权成本，权利的多重保护往往变成了权利的多重不保护。

目前来看，我国消费者维权大多数表现为消费者个人权益保护的个体行动，而这并不能有效地遏止产品和服务的提供者抑制自己的侵权行为，也不能及时地对国家消费政策的制定产生有力的影响。

《汽车消费维权指南》一书，让人看到了维权的希望。它不仅总结了汽车领域可能出现的种种消费纠纷，而且提出了解决这些纠纷的途径，尤为重要的是，该书为避免这些纠纷做了大量的事前消费指导。如果更多的人多利用法律之外的解

的、详实的、专业的、生动的分析，并给出了忠告。案例十分丰富，语言简洁生动，是一本难得的广泛适用于想买车和已经买了车的消费者的好书，是理智汽车消费必读、必备的消费辞典。相信你阅读之后和我一样一定会受益匪浅。

中国汽车流通市场有形市场专业委员会主任　苏　晖

有幸先于读者拜读全书，实在受益非浅！这不仅是汽车消费者的福气，对于构建良性的汽车消费环境，也大有裨益。

北京电视台著名节目主持人　潮　东

2004年，在郝庆丰先生的无私帮助下，我退掉了一辆让我曾经命悬一线的问题汽车，郝先生正义、理性、睿智与富有勇气的人格魅力至今仍在感染我、影响我。作为郝先生成功“救助”的众多汽车消费者之一，直到现在，我都坚持认为中国并不健康的汽车行业里存在太多的欺诈与欺骗，但郝庆丰先生在这个法律不健全、信息不对称、无视消费权益的汽车消费时代里联合众多业内精英，针对时下汽车消费市场的无序，保险市场的流弊与二手车市场乱象等予以一一解读与“反击”。这本书是对无良商家的“棒喝”，是消费者“知情权”的延伸，更是汽车消费维权专家正义的呼喊与最宝贵的坚持。

汽车消费者　彭　勇

与国际成熟市场相比较，中国的汽车文化和消费环境，显然还不能与中国汽车生产和消费大国的地位相称。培育诚信和谐的汽车消费环境需要商家、消费者、政府乃至全社会的共同努力。《汽车消费维权指南》无疑将会促进消费行为的理性和成熟，同时更将促进车企、经销商以及维修商主动提升产品及服务质量。作为一名车企的经理，同时也作为消费者，我期待在我们中国尽早看到更明确的汽车消费法律规范、高效中立的汽车质量鉴定机构、透明合理的配件及维修价格和诚信和谐的汽车市场。

某合资汽车企业经理人

维权是一件极为不易的事，也是一件极为复杂的事，因为这其中有太多的

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

目　　录

序
前言
书评
一、车辆选购篇 …… 1
1. 全国统一价有名无实 …… 2
2. “超值”礼品不超值 …… 3
3. 买车一个价，提车一个价 …… 4
4. 联合卖车，无人担责 …… 5
5. “特价车”只是幌子 …… 7
6. “经济油耗”不一定经济 …… 9
7. 旧车“改装”后充新车 …… 10
8. 汽车“全保”不全保 …… 14
9. 新车要投自燃险吗 …… 16
10. 贷款购车有学问 …… 17
11. 如何选择更称心如意 …… 18
12. 网站订车要多留心眼儿 …… 19
13. 买车要分清“定金”和“订金” …… 21
14. 车价便宜，保费可能有“埋伏” …… 22
15. 新车保险尽量选择大公司 …… 23
16. 低价车可能有蹊跷 …… 24
17. 库存车、展车要小心购买 …… 25
18. 买车别太信广告 …… 27
19. 留心4S店加装的“高配车” …… 28
20. 谨防各种名义的加价提车 …… 29

23. 停车场丢车向谁索赔 …… 73
24. 一车双保难获两份赔偿 …… 74
25. 按照新车价投保未必全赔 …… 75
26. 保险公司为何受理后不回复 …… 77
27. “硫酸雨”伤车谁担责 …… 78
28. 撞伤家人谁来赔 …… 78
29. 窃贼偷车后撞人，保险赔吗 …… 79
30. 盗抢险认定与驾驶员没有驾照有关吗 …… 80
31. 谁承担机油洒地造成的路面损失 …… 82
32. 车辆全损后，第三者责任险可退保吗 …… 84
33. 车辆自行滑动造成损失，保险公司不赔 …… 84
34. 车辆被撞，找不到肇事者如何办 …… 85
35. 水漫车辆，发动机损坏保险不赔 …… 86
36. 保险拒赔后装设备的损失 …… 86
37. 保险承担车辆被撬所受损失吗 …… 87
38. 发动机盖行驶中掀起造成的损失是否赔付 …… 88
39. 车上乘客在车下被本车撞，如何理赔 …… 89
40. 保险不赔无牌车辆肇事 …… 90
41. 私了后不得申请保险再赔偿 …… 91
42. 轻微碰撞如何“互碰自赔” …… 92
43. 无责任为何要赔全责方 …… 93
44. 紧急避险的事故，谁来担责 …… 94
45. “碰瓷”人的人身损害能赔吗 …… 95
46. 故意将路人撞倒，谁来担责 …… 96
47. 开车将自己的电脑轧坏怎么办 …… 97
48. 翻斗撞坏立交桥，能不能获赔 …… 98
49. 后视镜单独损坏不能赔 …… 99
50. 前照灯被飞石打碎，保险能赔吗 …… 100
51. 北京地区商业车险实行浮动费率 …… 101

28. 报警系统并不真正防盗 …… 140
29. 汽车漏油极易引发大火 …… 142
30. 问题新车不能久拖不理 …… 143
31. 退车换车要在合理时限内 …… 145
32. 新车一再返修，必有隐情 …… 146
33. 不要盲目更换变速器 …… 147
34. 异响不断，噪声属于正常吗 …… 148
35. 氟利昂并非空调不制冷元凶 …… 149
36. 流水槽被堵可能大水淹车 …… 151
37. 发动机异响的原因复杂 …… 152
38. 维修换下的旧件可由车主带走 …… 154
39. 事故后大修不能稀里糊涂 …… 155
40. 终身免维护是啥意思 …… 157
41. 大事故尽量选择本地维修 …… 158

四、二手车交易篇 …… 161

1. 买二手车不能只盯汽车 …… 162
2. 买车不能只看外表 …… 163
3. 查底盘能知二手车车况 …… 166
4. 一条刮痕价值千元 …… 167
5. 卖车不能一厢情愿 …… 169
6. 事故车最好不要买 …… 170
7. 车况一定靠试驾得知 …… 172
8. 不要对二手车有偏见 …… 174
9. 新旧不能只看里程表 …… 175
10. 二手车要整备好后再上路 …… 177
11. 过户要更改行驶本 …… 179
12. 谨防买到准报废车 …… 180
13. 买车一定要先看登记证 …… 181

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com