



方向盘加热功能还得付费订阅

新能源汽车消费纠纷调查



□ 本报记者 文丽娟

刚提车不久,官方突然推送付费解锁方向盘加热功能;承诺“终身免费车联网服务”,却在系统更新后悄然增设流量限制;宣称“电池终身质保”,却在检测时以“人为损耗”为由拒绝保修……

随着新能源汽车行业的蓬勃发展,新能源汽车成为众多家庭的“新宠”。根据中国汽车工业协会发布的数据,2024年新能源汽车销量同比增长35.5%,市场占有率达40.9%。与此同时,相关服务纠纷也随之攀升,一些消费者从售前到购买后关心的话题包括:车身质量是否有硬伤,车机会不会卡顿失灵,充电系统是否容易出现故障,续航里程是否缩水,商家的承诺是否能兑现,价格变动是否会引发争议,售后服务有没有做到位等。

多名新能源车主、业内专家近日接受《法治日报》记者采访时称,新能源汽车快速发展的同时,还存在不少“成长的烦恼”。相关部门和企业需积极作为,对新能源汽车市场加大监管力度,不断完善售后服务体系,维护消费者合法权益。

承诺作废功能付费

北京朝阳区某写字楼地下车库,车主陈先生摸着方向盘上的新车标,语气苦涩:“3个月前才提的车,如今已经出了升级版,续航多了100公里,价格还便宜2万元。”他翻出购车时与销售人员的聊天记录,对方曾保证该车型“半年内不会迭代”。如今,这辆行驶不足5000公里的车,二手估值已跌破购入价的50%。

有类似遭遇的还有来自广东广州的新能源车主林女士。她购入某新势力车型不到两个月,车企突然推出“周年庆限时直降4万元”活动。“销售催单时说‘已是最大折扣,短期内不会降价,早买早享受’,现在看分明是‘早买早吃亏’。”林女士找到销售,对方回复“市场行为不予补偿”。

记者调查发现,部分新能源车主遭遇购车后短期内大幅降价、新款上市导致车辆贬值等情况,销售人员未明确告知短期内将推出升级版,权益受损后品牌商也未对车主提供补偿或升级方案,让他们的心里很不好受。

还有一些新能源车主吐槽,自己遭遇了付费背后的“权利游戏”——购买的新能源车功能缩水。

在浙江杭州做程序员的方先生告诉记者,他的车机屏幕曾反复弹出一条提示——“方向盘加热功能需付费订阅”。这辆标榜“全功能预埋硬件”的新能源车,在购车时承诺“您买车时看到的后续免费开通”,如今却成了“付费特权”。方先生后来查询发现,购车合同条款中写着“部分功能可能需另行开通”,“这分明就是文字游戏”。

来自重庆的车主李女士将车辆OTA升级后,车载娱乐系统突然提示“每月免费流量仅限1GB”,而购车时销售人员承诺“终身不限流量”。“现在连导航更新都要连手机热点,车企这是把承诺当儿戏。”李女士愤愤不平地说。

在湖南高新律师事务所律师吴茜看来,受价格战、“新旧款迭代纠纷”等影响,部分新能源车车主反馈刚提车不久,车企就推出新款车型“背刺老车主”,此举侵犯了消费者的知情权,造成一定的经济损失,这种现象是往年鲜见的。

“部分车企将硬件功能与软件服务切割,实质是利用技术优势设置‘付费墙’,车企在销售车辆时,就应当告诉消费者车辆有哪些新功能以及为什么没有解锁提供,还应告知消费者解锁这些功能的成本,消费者享有该方面的知情权,会更加审慎地作出消费决定。并且,纳入收费解锁的项目不应该涉及车辆的基本功能和使用。”吴茜说。

过度宣传智能驾驶

12315平台数据显示,2024年共接收新能源汽车软件问题投诉举报3.5万件,占新能源汽车投诉举报总量的22.4%。消费者反映的主要问题为智能辅助系统失灵、中控黑屏,未经消费者同意单方面“锁电”、篡改或拒绝提供汽车数据,虚假或“超前”宣传具有远程智能泊车或自动驾驶功能等。

多名受访的新能源车主说,一些新能源车

企在营销策略上各显神通,为吸引眼球夸大智能驾驶功能等现象屡见不鲜,导致自己的实际体验与心理预期存在显著落差。

李女士至今仍心有余悸:有一次她开车行驶在快速路上,车辆在开启“L3级自动驾驶”时未能识别施工路段,险些撞上隔离墩。“宣传时说‘解放双手’,出事了却说是‘辅助驾驶’。”她向记者展示其购车时的宣传视频,画面中的字幕写着“真正意义上的自动驾驶”。

江苏新能源车车主吴先生遇到的是智驾过程中的急刹问题。在开启NGP(智能导航辅助驾驶)行驶过程中,遇到其他车辆跨道超车,车辆突然急刹,后车跟得比较近,差点撞上。车企给吴先生的回复是,NGP只是智能辅助驾驶,需要时刻关注路况。“前期宣传时,老板亲自下场,做各种直播和试驾,我是冲着对方的车可‘接管’花的钱,现在告诉我只是辅助驾驶,感觉被欺骗了。”

有业内人士指出,如果车企过度宣传智能驾驶的功能,容易让消费者产生错误的预期,造成交通事故风险的上升,危及消费者生命安全。

今年2月,工业和信息化部、市场监管总局联合发布《智能网联汽车产品准入、召回及软件在线升级管理技术指南》,提出企业向消费者提供有关智能网联汽车驾驶自动化等级、系统能力、系统边界等信息时,应当真实、全面,不得作虚假、夸大系统能力或引人误解的宣传,确保消费者正确理解和使用智能网联汽车产品。

交警提醒,当前车辆的自动驾驶、智能驾驶水平虽然已有很大进步,但依然属于“辅助驾驶”,绝不是完全代替驾驶人来操控车辆。驾驶人一定要吸取教训,无论是否使用此类功能,都要在开车过程中双手握稳方向盘,随时关注路况车况,确保自己可以随时接管车辆。

维修困难售后无门

维修难、维修贵是一些新能源车车主面临的另一突出难题。

上海车主郑先生的新能源车前不久电池续航骤降30%,尽管购车合同注明“电池健康

度低于70%免费更换”,但车企检测报告称“电池正常衰减,未达更换标准”。更令他气愤的是,他发现检测设备竟由车企提供,“既是运动员又当裁判员,公平性何在?”

全国人大代表、华电国际电力股份有限公司邹县发电厂生产技术部精密诊断中心主任曹景芳注意到,许多新能源车车主抱怨配件难找,维修成本高,甚至保险公司在理赔时也存在诸多问题。

她调研发现,维修难与新能源车的维修技术要求高、维修信息资源相对匮乏密切相关;而维修贵的主要原因在于新能源车使用的电池、电动机等关键部件成本高,再加上市场上缺乏兼容性配件,进一步提高了维修成本。由于缺乏针对新能源车特性的评估标准,一些保险公司对相关保险产品的开发和营销不积极,复杂的理赔程序也影响了赔付进度。

曹景芳就提升新能源车售后保障建言。根据这份建议,交通运输部正推动将“新能源汽车维修工”工种纳入国家职业分类大典,并组织研究制定新能源汽车维修标准体系,全面提升维修服务能力水平。

还有一些新能源车车主遇到问题想维修,却连厂家都找不到了。

广东新能源车车主刘女士的某新势力车型已停放两个月,车企突然破产后,车门电子锁故障导致车辆无法启动,4S店的电话已成空号。“官方App还能显示车辆状态,但维修预约按钮已变‘灰色’。”她苦笑说。

记者在某社交平台检索发现,有不少“购买新能源车的避坑帖”,其中不少网友提到自己买的新能源车企已经倒闭了,售后保障无门。

“新能源汽车属于新生事物,零部件供应链并不稳定,不同厂商之间的规格也不统一,独立的第三方售后服务网络也不完善。一旦车企倒闭,车主想修车都买不到零部件。”吴茜说,此外,新能源车中也有不少搭载智能操作系统和智能驾驶系统,厂商一旦停止运营,后台无人维护、升级,旗下车型可能直接变成“板砖”。

漫画/李晓军

□ 本报记者 孙天骄

近日,天津市民张原(化名)在某第三方订票平台花4000多元预订了一张国际机票,下单后仅1分钟发现误将原本需订的6月行程选成了7月,因该国际机票页面显示为48小时内出票,并非即时出票,张原立即联系平台,要求停止出票并退票。“当时机票未出,航司尚未收到票款,理论上平台为我办理退款不会产生损失。”

然而,平台并未及时为其办理退款,半小时后,机票出票。按照航司规则,该机票不退不签转,张原只能遭受全额损失。张原认为,航空公司不退不签转的政策属于“霸王条款”,对平台不及时处理其退票申请也无任何举措,他计划向民航局消费者事务中心投诉,并考虑通过法律途径维权。

近年来,由机票退改费引发的争议频出。多名消费者接受《法治日报》记者采访时说,自己曾被订票平台坑过,退改签手续费高得吓人,距离起飞还有几个月的机票,想要退改可能要付出半张机票的代价,很不合理,有时甚至航班取消也要收手续费。还有一些平台利用民航局未制定统一退改费用标准的空隙,在航空公司之外另设苛刻的退改签政策,收取高额手续费,消费者一不小心就踩了坑。

退改费频惹争议

前不久,北京的李先生计划和家人在6月前往泰国普吉岛度假,在某第三方订票平台购买了4张6月15日从北京直飞普吉岛的往返机票,总价1.2万余元。后来,李先生的孩子生病住院,医生建议短期内孩子不宜长途旅行,李先生只能退掉机票,此时距离航班起飞还有两个半月。李先生在平台提交退票申请后,发现有8000多元被作为手续费扣除,退票费比例高达66.7%。

李先生感到不解,咨询平台客服。对方回应,退票费依据航空公司规定收取,他们无法随意更改。李先生要求查看航空公司退票费的具体规定及计算方法,客服未能及时提供。

随后,李先生联系航空公司,对方解释,他们与该平台有合作,退票费按照合作协议及行业惯例收取,具体扣费解释需由平台负责。

为什么机票退改费用频频惹争议?

中国民用航空飞行学院教授许凌洁介绍,机票销售一般分为直销(航司官网、App、电话等)、分销(以OTA在履行代理平台,其他第三方平台以及其他销售代理商代理销售机票)。退改费争议包括:高额退改手续费比例不合理;退改规则不透明且表述模糊,平台常将退改规则隐藏在冗长格式条款中,消费者难以注意。国际航线退改规则更为严苛,叠加平台服务费后费用更高,但对消费者往往缺乏清晰的费用构成说明。

许凌洁分析,第三方平台(OTA)通过加收退改手续费或“退高买低”操作赚取差价,部分平台甚至将退改费作为主要利润来源;航司对第三方平台销售代理协议的履行监管不足;行政监管主体对第三方平台销售方监管不足;部分平台未直接对接航司系统,退改需经多层代理商,流程复杂且透明度低。

中国法学会航空法学研究会副秘书长李志宏认为,在平台销售的情况下,或在平台上的销售代理人过滤航空公司退改政策的情况,目前国内航空公司均开设了便利的咨询确认渠道,消费者如果有疑问可及时向航空公司投诉,航空公司会通过与销售代理人之间的合同约定约束,平台也应当履行电子商务法以及《公共航空运输旅客服务管理规定》的义务。

李志宏还提到,目前主要矛盾是旅客在购买机票时自愿选择了特定航空服务产品,也勾选了相应的运输条件和客票使用条件,但发生纠纷时往往声称“不了解内容”,或者事后对勾选的内容提出异议,长此以往将无法形成稳定的运输合同预期,对于遵守运输条件和客票使用条件的旅客也不公平。

落地“阶梯费率”

中国民用航空局发布的《关于改进民航票务服务工作的通知》规定,航空公司要合理确定客票退改签收费标准,退票费不得高于客票的实际销售价格。要制定机票退改签收费标准,应根据不同票价水平和时间节点等,设定合理的梯次收费标准,不得简单规定特价机票一律不得退改签,同时规定,OTA平台、销售代理企业不得擅自更改航空公司的退改签收费标准,严禁在退改签收费标准之外向旅客加收额外费用。

从实践中看,不同航空公司并未设置统一的机票退改标准,有时即使是同一航空公司的不同航班,退改规则也可能存在差异。因此,有消费者呼吁,应当设立统一的机票退改标准,根据起飞时间远近划定阶梯退改票价。

受访专家认为,从航空业发展现状和规律来看,尚不需要设置统一的退改标准。

李志宏介绍,航空运输业是充分竞争的行业,为广大旅客或者潜在航空旅客提供多样化、差异化的航空服务产品,才更符合市场规律和旅客根本利益的发展方向。在服务需求多样化的背景下,强行设立统一的机票退改标准,并不一定符合旅客的利益。

“如果机票价格足够便宜,大部分旅客可以接受不能退改签或者收取较高退改费用的使用限制,这体现了权利义务的对应,保证了航空运输市场上始终存在满足价格敏感客户需求的产品;如果强行要求这样的产品与全价票适用同样的退改标准,最终会导致这些低价产品消失,损害消费者的利益。”李志宏说。

许凌洁认为,机票退改签属于机票使用条件,价格内其实就包含退改签规则。普通报价机票退改签限制少,优惠机票则有限制,这体现了价格所蕴含的客票权利义务,符合市场规律。而且,退改签收取的费用是对航空公司销售行为及合同变更成本的弥补。不同航空公司管理成本和运行成本不同,若统一标准,难以兼顾各航司差异。

许凌洁告诉记者,民航局此前关注到部分航空公司退改签费用过高侵犯消费者权益并下达通知,几大航空公司也已作出调整。如实施“阶梯费率”退改,即根据退票时间距离航班起飞的时间长短,设定不同的退票费率,旅客办理自愿退改手续的时间段不同,航段等级不同,退改手续费收费标准也不同。各家航空公司退改签新规实施,大幅降低自愿退改费用,国际经济舱各舱位退改手续费降低了5%至25%,东航、南航经济舱各舱位的退改手续费降幅达4%至5%。

航司规则透明化

该如何进一步完善机票退改规则,避免此类消费争议频繁发生?

李志宏建议,对于航空公司,除了完善“通用运输条件”,明确旅客自愿退改、非自愿退改的认定标准,办理流程,异议程序等内容外,还要特别关注特殊运输产品相配套的“专用运输条件”,尤其是特价机票对应的退改签限制条件,要完整告知旅客并提示旅客阅读并接受后方可订票。

旅客要关注自己购买的不同航空公司、不同航班、同一航班不同舱位对应的服务以及限制条件,在众多航空运输产品中挑选适合自己的机票,如果航空公司的告知是充分的,旅客在有多种运输产品可选择的情况下,自愿购买了限制条件较为严苛的特殊运输产品,则应严守合同,依据合同约定行使权利,提出异议之前咨询专业航空律师,不得采取极端手段“维权”而危害航空安全或扰乱航空运输秩序。

“还应加大航空法宣传力度,普及航空旅行常识,强化民航行政调解,行业协会调解、专业机构调解、社会调解等功能,促进消费维权,从源头化解矛盾。”李志宏说。

受访专家建议,第三方订票平台在销售机票时,应该清晰、全面、准确地展示客票使用条件,尤其是退改签规则等重要信息,可制定统一的信息展示标准,规范平台信息披露方式和内容,确保消费者在购买前充分了解相关权益和限制;同时要规范票价标注方式,杜绝将机票与其他产品打包后虚高标价的行为。

为新能源汽车行业系上“制度安全带”

□ 本报记者 文丽娟

通过采访30多名新能源车主,记者发现,“刚买就过时,车主遭遇‘背刺式’降价”“终身质保”成空谈,维修遭遇踢皮球”“虚假或‘超前’宣传自动驾驶功能”等,是这些车主集中反映的问题。当产业创新速度远超制度迭代时,如何为新能源汽车行业系上“制度安全带”,成为关键课题。

我国汽车市场强者如林,竞争充分,新能源汽车作为新兴产业,既面临发展的良好机遇,又难免遭遇“成长的烦恼”——从“制度套利”到“内卷式”价格战,从“续航虚标”“功能阉割”到“数据美容”,暴露出新能源汽车行业亟

待完善的方面。当技术创新沦为规则漏洞的“掘金铲”,损害的不仅是消费者权益,更是整个行业的公信力。

如何破局?有不少业内人士指出,需要三把钥匙:建立“技术透明”强制标准,构筑“数据共治”生态体系,创新“车企退出”善后机制。

成都新能源车车主赵先生的遭遇颇具代表性:其车辆“自动驾驶”功能在暴雨天将道路积水识别为“可穿越区域”,险些酿成事故。第三方检测发现,该功能在宣传时隐匿了“适用条件仅限于干燥路面”的关键限制。对此,是否可以参照食品营养标签制度,强制车企公示智驾、续航等核心参数的“技术成分表”,明确标

注测试环境、衰减系数及风险场景。

一些“孤儿车”因车企破产无法维修的惨状,暴露出产业退出机制的缺失。对此,是否可以参考房地产领域“预售资金监管”模式,要求车企按销售额0.5%至1%计提“售后保障基金”,由行业协会监管,用于破产后的基础服务兜底;对于“付费订阅”类增值服务,是否可以强制企业购买责任险,避免“车企跑路,服务停摆”的困局。

青春,经历疼痛才会更好地成长。成长的烦恼,因成长而产生,也必将在持续健康成长中得到化解。我国拥有全球最活跃的新能源创新生态,更应率先构建与之匹配的治理体系。以新能源汽车为代表的战略性新兴产业,不仅

攸关民生福祉提升,更深度契合全球气候治理的时代浪潮。通过精准的政策扶持与资源倾斜,辅之以科学引导与审慎监管,这些新质生产力必将破土成林,构筑起高质量发展的绿色屏障。

2024年中央经济工作会议强调,要综合整治“内卷式”竞争,规范地方政府和企业行为;今年全国两会上,综合整治“内卷式”竞争首次写入《政府工作报告》,传达出中央对解决“内卷式”竞争问题的态度更明确、力度更深入、方法更多元。不少车企表示,不“卷”价格,而“卷”创新、“卷”品质、“卷”服务、“卷”性价比。相信抱着这样的思路,新能源汽车一定能走得更远,真正造福更多消费者。

