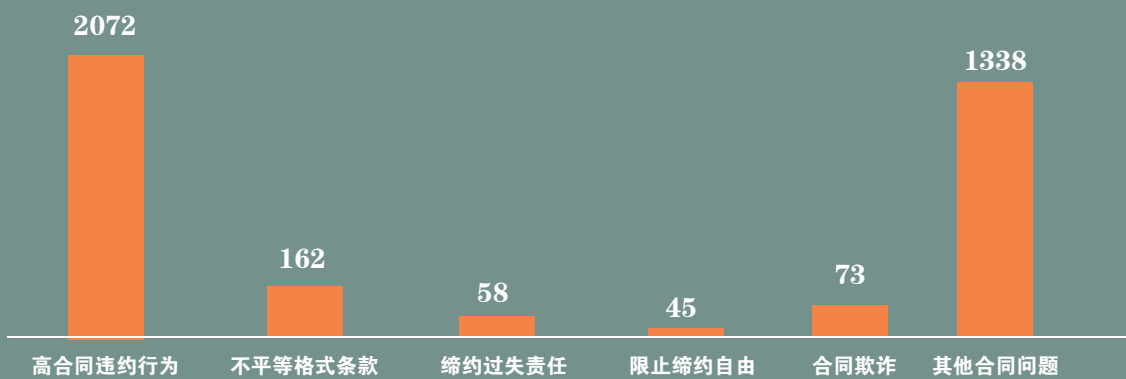


▼ 2016年合同问题投诉分类(件)



▼ 2016年汽车投诉车系分类(件)



数据来源:中消协



汽车销售中介提供的合同其实是一种中介服务,如果单看合同没有多大问题,合同中约定了价款、收取的服务费以及定金罚则,有的以加油卡的形式体现。因为所谓的合同出现问题后,工商、警察也解决不了,只能自认倒霉。

那么既然合同里约定了,是不是就意味着,车主要为自己的大意埋单,而汽车销售商的做法就完全没有问题呢?

赠品水分大

不良经销商赠送的装饰大多包含水分,其实际价值往往在经销商宣传的标准上大打折扣,以次充好。一些汽车经销商赠送配置号称进口或优质产品,其实是一些质量极为低劣的廉价产品。将普通的贴膜、地胶、皮椅等价格翻番,诱惑消费者。

虽然经销商不会在合同价格上做文章,但会在合同里不起眼的地方加上一条“对价费”,数额是车价的20%-30%。对于很多消费者来说,签订合同时他们只会注意前几页的车价,并不会注意到几乎在合同最后部分里“埋伏”着的对价费,这也让不良经销商有机可乘。

通常合同上标出的车价虽然高于一般市场价,但销售人员声称可以送一张加油卡,甚至直接把加油卡换成现金。如果算上返还加油卡的价格,这辆车的价格就远低于市场价了。只不过,

等到交钱提车后,销售商才会告诉你,合同上写的只是“代办加油卡”。也就是说,您可以办加油卡,但要自己交钱。

合同取证难

汽车销售中介提供的合同,其实是一种中介服务,如果单看合同没有多大问题,合同中约定了价款、收取的服务费以及定金罚则,有的以加油卡的形式体现。因为有所谓的合同,出现问题后,工商、警察也解决不了,只能自认倒霉。

那么既然合同里约定了,是不是就意味着车主得为自己的大意埋单,而汽车销售商的做法就完全没有问题呢?

对此,北京市律师协会消费者权益保护专业委员会主任邱宝昌认为,这种格式条款涉嫌误导、侵害消费者知情权。虽然合同上有约定,但是没有以醒目的方式提醒消费者注意,实际上涉嫌误导,侵害消费者知情权。另外,你收取的服务费必须明码标价,比如百分之多少。不能“30%起”,如果30%起,那么100%都可以,显然是不公平合理的。利用格式条款限定消费者权利,或者减轻自己应当承担责任的公平、不合理条款,应当是无效条款。

不过,如果购车者认为存在欺诈,需通过法院或者仲裁机构撤诉。按照法律规定,谁主张谁举证,购车者需证明对方存在欺诈,才能要求撤销合同或者

确认合同无效。当然购车者也可以以合同约定不明等原因要求解除合同,或者返还定金等。具体法院的处理,要看双方举证的情况。当然,如果购车者比较多,可以证明对方提供的是格式合同,法律可做出对销售者不利的解释,从而维护购车者的权益。

同时,对于经销商的口头承诺,如果没有录音、录像等证据,则较难进行认定。这样如果有充分证据能证明,比如有录音录像,这是典型的价格欺诈、消费欺诈。低价招揽顾客,高额返还做诱饵,诱使消费者购买商品。

因此,对于正准备购车的人,销售方提供的合同要仔细阅读,特别审查是否在约定价款之外,是否有装饰费用或者其他升级费用、违约条款等。购车签合同的时候要把赠送的贴膜、物品、型号等明确罗列出来,防止汽车经销商事后不承认。

邱宝昌提醒,面对低价商品,还是老生常谈,要谨慎,“提醒消费者购物一定要明明白白。特别是看到低价的时候,要想明白为什么低,有没有不真实或隐瞒情况或虚构的”。

二级经销商鱼龙混杂

面对市场上鱼龙混杂的二级经销商,各有形汽车交易市场也加大了市场内的打击“欺诈”力度,但对于市场外的部分综合经销商,却成为监管难点。

在汽车行业专家颜景辉看来,购车过程中涉及卖车方、中介服务方、汽车销售信息发布方等多地多主体,增加了消费者维权难度。另一方面,面对“冗长”的购车合同,消费者往往只听汽车中介工作人员介绍里面关键的几条,其他条款不认真核对就匆忙签字。对于汽车中介工作人员的口头承诺,消费者证据留存意识较弱,给后期汽车中介赖账提供了条件,也给后期维权增加了不少难度。

对于在此类投诉中经营者是否存在欺诈行为,在双方实际交易过程中,常常是由于消费者在签订合同或协议时,因为种种原因没有认真阅读条款,在对所列条款认识不清晰的情况下签订了合同,而合同文本本身又没有“违法点”,经营者按照签订的合同也最终提供了商品或服务,不仅造成消费者维权困难,也使得职能部门在取证和监管中面临很大的实际困难,在证据不足的情况下工商部门无法界定是否属于“欺诈行为”。

颜景辉提醒消费者,特别是新手买车,要从多渠道了解购车价格以及各类信息,选择证照齐全的正规汽车销售公司。不要轻信二级经销商大幅优惠的幌子,买车时多看多问多跑几家4S店弄清优惠幅度,必要的时候去网上看看其他网友的提车价格也是不错的选择。