

3·15 特别行动·汽车维权

磨损严重 寿命只有正常胎的十分之一 5000 公里就起包 外力撞击还是质量缺陷 本周汽车维权的投诉都与轮胎有关

记者 邵霏祥

都市快报3·15汽车维权特别行动,本周继续。

一款新车的轮胎,正常使用寿命至少在6万公里以上。可最近,快车评记者接到的多个投诉中,有一款车型的后轮胎,使用寿命居然只有6000多公里,差不多是正常寿命的十分之一。它就是2015年很火的自主SUV——众泰T600。



众泰 T600 维权 QQ 群里,车主提供的右后轮外侧磨损照片。

新车开了 6500 公里 后轮外侧凹槽基本磨平

杭州车主王先生去年 11 月在昌恒众泰 4S 店买了一辆 T600。春节前夕,满怀欣喜的他开着新车回云南老家过年。老家的亲朋好友见王先生有这么一辆漂亮的车,都围上来观摩欣赏。一位眼尖的朋友突然发现,这辆车两条后轮的外侧各有一圈白白的磨损痕迹。

对汽车不太了解的王先生赶紧上网查资料,原来这属于汽车缺陷,且众泰 T600 后轮吃胎并不是个案,网上有不少车主自曝遇到了类似问题。

节后回杭的高速上,王先生一路战战兢兢:“从云南老家到杭州有 2000 多公里,高速上车速又快,带着一家老小,实在是害怕。”他说,回到杭州后,车子过坑,就算是浅坑,车尾也会有飘起来的感觉。

三天前,王先生把车开进 4S 店,眼前的情景印证了网上的信息:维修车间内遇到同样问题等待换胎的 T600 车主有六七个。“截至开到 4S 店的时候,行驶里程大概是 6500 公里,两条后轮外侧的凹槽都已磨平。”王先生说,之后的四轮定位显示,两个前轮的数据基本准确,而后轮的偏差非常大。

已有车主建立 QQ 维权群

随后,快车评记者在各大汽车投诉网站上查询发现,关于众泰 T600 后轮吃胎严重的投诉,近期出现的频率挺高。投诉内容的重点,基本是新车行驶 5000—7000 公里,两条后轮外侧磨损严重,怀疑车辆底盘存在设计缺陷。

根据投诉车主提供的信息,快车评记者加入了一个车主们自建的众泰 T600 维权 QQ 群。群内近 200 名车主,来自北京、杭州、昆明、重庆、宁波、西安、郑州、深圳、武汉等城市。记者加入后的 3 天时间里,这个群关于 T600 后轮吃胎的讨论,从早到晚几乎没有间断过。

4S 店回复:更换新胎+四轮定位

第一时间,快车评记者致电杭州昌恒众泰 4S 店,负责处理该问题的销售经理姚经理表示:厂家 3 天前已发函给各众泰经销商,更正了众泰 T600 的四轮定位参数。

“造成车后轮磨损严重的主要问题,是之前的四轮定位参数有偏差,现在已做调整。”姚经理说,对于出现吃胎现象的 T600 车型,4S 店会为受损的后胎进行免费更换,并依照最新的四轮定位参数,免费对车辆进行四轮定位。

车主王先生表示,换上新胎,做完四轮定位之后,车子开起来确实比之前稳多了,也更舒服。可他仍然有担忧,因为在维权群里,一位湖北仙桃的 T600 女车主,开了 1.7 万公里,已在当地 4S 店更换了两对后轮,都是因为同样的问题。

对于王先生的担忧,姚经理表示,从目前的情况看,经过上述办法处理的车辆,车况暂时都是良好的。“如果后续还有其他问题,我们会负责到底,请车主放心。”至于 T600 是否会因为后轮吃胎的问题而被召回,他表示 4S 店暂时还未得到厂家的相关信息。

关于众泰 T600 后轮严重吃胎的问题,快报将继续关注。

首保时轮胎起包 外力撞击还是质量缺陷

杭州的赵先生去年在长安马自达骏田 4S 店购买了一辆 CX-5。在 5000 公里首保时,他发现右后轮外侧面起包。“4S 店认为是我操作不当引起,不能更换。”赵先生说,当时对这种说法持有怀疑态度,想找第三方鉴定机构鉴定。可这鉴定费用是买条新胎的数倍,他左右为难。所幸备胎是全尺寸的,就暂时顶替了鼓包胎。

快车评记者随后联系上骏田 4S 店的售后服务经理吴经理。吴经理的解释是,车主的轮胎在首保进维修厂时就有起包现象,售后技师检查时也发现有明显的外力撞击痕迹,轮毂上有撞击划痕属于非质量原因,4S 店无法免费更换新胎。

“在日常行驶中,驶过深坑、非铺装路面,撞上马路牙子等都可能引起轮胎起包,很多时候车主自己都没留意。”吴经理继续解释,根据流程,当 4S 店无法判断轮胎的损坏是否人为引起时,会将轮胎照片或实物提交给轮胎厂家鉴定。如果的确存在质量问题,4S 店会先行帮车主更换新胎并向厂家报损;如果厂家鉴定没有质量问题,而车主仍有疑问,可自行向第三方鉴定机构请求鉴定。

针对赵先生轮胎起包问题,骏田 4S 店最后给出了两个解决方案:一是赵先生可到 4S 店以成本价购买一条新胎;二是先带着起包的轮胎(品牌为横滨轮胎),到横滨轮胎专卖店做简单鉴定,如果仍有疑问,再由 4S 店出面向厂家申请鉴定报告。

快车评记者向赵先生转述了骏田 4S 店给出的处理方案,他表示打算接受第一种。

征集令

这些常见汽车维权问题 你遇到了吗?

都市快报 3·15 汽车维权特别行动,继续接受所有车主的吐槽和投诉。

通过梳理近几年曝光的汽车类投诉问题,快车评为大家整理较常见的几种汽车消费维权问题。

车身质量问题。尽管国内的汽车召回条例不断完善,执行召回的品牌、车型数量大幅增多,可仍有个别厂家隐瞒缺陷,迟迟不承认问题并执行召回,比如前两年某车型断轴事件。此外,变速箱漏油、刹车失灵、安全气囊故障、轮胎起皮,发动机异响、抖动、烧机油等都属于这一类。

未履行承诺。在新车买卖过程中,4S 店未按约定向消费者提供服务。比如约定购车送原厂导航,可实际送的却是副厂导航;又比如,约定免费代办上牌,事后又要收取费用。这些问题,多半是因为销售顾问未将口头约定写入合同内。

按揭问题。消费者按揭购买车辆,很多是被 4S 店超低的利率所吸引。可事实是,个别 4S 店在签订合同时,并没有将手续费等杂七杂八的费用提前告知消费者,致使消费者无法作出正确费用预估。

售后质保问题。质保期内,由于车辆本身质量问题,4S 店拒绝进行免费保修,或只同意免费更换部件,但需额外收取工时费等现象,也很常见。此外,有不少消费者反映,质保期内去社会修理厂进行保养,4S 店会判定为“脱保”。

……

如果你也遇到了上述问题,或者其他 4S 店(厂家)扯皮的事,都可以通过微信公众号“杭州车讯”告诉我们。在核实信息后,快车评将第一时间与 4S 店或厂家直接沟通。

汽车维权两步走

1. 微信关注“杭州车讯”;
2. 简单描述你遇到的汽车消费问题,同时留下姓名和电话,以便我们进一步了解情况(如果有相关照片附上就更好了)。



微信扫一扫
关注“杭州车讯”
汽车维权找我们

特色营销体系全面发力 长安马自达成功实现逆市超车

随着用户觉醒和买方市场的到来,车市新常态仍将是新一年的主旋律。市场环境的深刻变化,让上一年度的车市大盘点可谓几家欢喜几家愁。截至 2015 年 12 月份,长安马自达整车销量超过 15 万辆,同比劲增 45.6%,其中 12 月份销量实现 16905 辆;2016 年 1 月长安马自达再次创造单月销量新高:19529 辆,同比增长 22.8%。至此,长安马自达已完成超过 29 个月的正增长,极强的长线增长力显示出“魂动双子”风头不减、后劲十足。



特色营销秉承用户至上 长安马自达营销力持续提升

作为“特色精品战略”的重要组成部分,长安马自达粉丝营销以“用户至上”为理念,营销活动始终以用户体验与诉求为出发点。基于这一正确的指导思想,2015 年长安马自达实施了一系列以打造“粉丝”文化为核心的营销活动。2015 年,长安马自达先后以独家汽车合作伙伴身份牵手热门综艺节目《奔跑吧!兄弟》第二季、《爸爸去哪儿》第三季,

CX-5 成为节目指定用车,娱乐营销玩得风生水起;通过举办“爱,在一起”昂克赛拉上市周年盛典,全新 CX-5“懂车·懂你”上市会用户大联欢,以及“陪你,一起长大”暑期家庭总动员活动,粉丝互动活动深入人心,粉丝营销渐臻佳境;还组织了 we are family 车主亲子“回娘家”探亲活动,大大提高了车主粉丝对长马品牌的认同感。

“用户+”思维全面激活粉丝

以用户为中心,为用户带来更多价值。这也正是长安马自达“用户+”营销战略的核心。随着自身产品力和营销力的不断释放,长安马自达基于“特色精品战略”框架,逐步构建起以“用户+”为核心策略的特色营销体系。

2016 年,长安马自达将在积极践行“特色精品战略”,全力打造“用户+”思维的同时,全面启动粉丝激活计划。新年粉丝营销新

长安马自达粉丝营销新动作

动作频繁叠出,从赞助热门综艺节目,到举办粉丝盛典搭台为粉丝唱戏,长安马自达一切行动以用户为先导,充分利用大数据分析和精准定向营销,满足用户的偏好、兴趣,听取用户的建议、意见,势要成为用户“朋友圈”中的活跃一员。通过与粉丝之间的积极互动,让用户体验到长安马自达的情感关怀、引起价值共鸣和兴趣接受,逐步成长为马自达品牌的粉丝和代言人。