



“300万宾利锁不上门”发酵 “谈判”拉锯十天仍未和解

300多万的新车宾利飞驰,没开几天就接连出现多个毛病。车主恼火,销售方也觉得始料未及,从1月11日车主将“问题”车开到宾利售后维修中心要求处理到1月20日,因双方“诉求”不一,经多次协商未果。其间,因沟通问题,曾现“堵门维权”事件。

现代快报记者 张雷

五个毛病真“闹心”

“这么一个300多万的豪车,竟会出现这么大的问题。”车主主人陈女士说。1月15日下午,记者来到位于绿地广场的宾利展厅。据陈女士描述,新车存在五个毛病:一车门关不上;二车子无法启动;三车内自动报警;四倒车影像时有时无;五音响经常突然唱歌。

对此,宾利南京展厅负责售后的吴经理说,“根据顾客表述的这些现象来看,我们一开始总结是跟电瓶电量有关系,建议免费给客人更换一个新的电瓶。”后经诊断,发现该车充电系统是正常的,没有发现故障代码。据称,宾利售后维修中心工作人员于19日围绕这五个问题,对该车进行了再次检测,确认是电瓶问题。吴表示,更换新电瓶后车子应该恢复正常。

“能上天的航天飞机都会出现问题,”一位在宾利展厅附近工作的市民说,“发现了问题不是还有售后嘛,再不行就按照国家政策规定来。”该楼物业一名保安认为,这事不小,300多万的车呢,也难怪车主着急。工商部门介入后表示,按照汽车“三包”政策,买方投诉的这种情况并不符合退换货条件,但车子确实又存在问题,只能通过协商来解决。



漫画 俞晓翔

“诉求”不一,多次协商未果

当日下午3点多,宾利南京展厅负责人首次露面与车主许先生协商解决方案。不过,约一小时后,二人协商未果,情势再次陷入僵局。当时,许先生将“更换新电瓶,送十年保养”视为维权的底线。而卖方的解决方案是更换新电瓶,送一次保养,另表示已将客户要求发邮件呈送香港总部,批复需要时间等待。

“从出现问题到现在已经六天了,等于是车子提回家之后,我们一家就一直围着4S店转。”陈女士当场对销售方“批复需要时间等待”提出质疑,要求给出一个具体期限。

昨日,陈女士介绍,他们已决定再次降低底线。至此,从退、换车,到换电瓶后终身质保,到十年免费保养,到免费送五次保养,买方“诉求”可谓一降再降。销售方则告诉记者,更换新电瓶没问题,但最多只能送两次保养。双方依旧无法达成一致。

“霸王”与“任性”?

对曾经发生过的“堵门”行为,陈女士解释为无奈之举。她称,对方态度令人心寒,此前在售后待了三天,没有展厅最高负责人出来解决。对此,销售方称相关负责人确实有事不在南京。

诸如宾利等豪车涉及此类问题的纠纷,调解起来实有难度。业内人士认为,双方都应本着真诚的态度,在法律框架内,文明、合理地解决此事。工商、消协部门也表示,会持续关注,尽量促成协商。

仙林汽配城大火后 商户损失谁来买单?

仙林汽配城大火已过去数日,百余家商户因货物烧毁损失惨重,经营陷入绝境,如何善后并重新开业引发社会关注。快报记者最新了解到的信息显示,江苏省汽摩配用品业商会将对受损商户的慰问和救助行动已经展开,已经率先获得中国(马鞍山)汽车文化园15万元捐赠。

上周末晚间,南京玄武大道附近的仙林汽配城因故突发大火,过火面积近万平方米,有百余家商户物品烧毁、损失惨重,所幸无人员伤亡。起火原因相关部门也已经介入调查,街道工作人员和市场管理方对失火业主进行详细统计,财产损失情况也在统计调查中。

相关人士初步估计,此次百余家商户、仙林汽配城,现场其他个人车辆的综合损失要上亿元,主要受损资产包括商户店铺内的货物和现场停放被烧毁的车辆,目前相关的保险统计工作正在进行中。

与此同时,江苏省汽摩配用品业商会也在积极筹措资金,用于弥补受损商户的部分损失,正在开展的社会募捐活动中,中国(马鞍山)汽车文化园捐赠15万元。江苏省汽摩配用品业商会执行会长方超表示,除了开展捐赠活动,将帮助受损商户积极开展自救,争取早日重新开业经营。

2015年,《车天下》服务升级,与江苏省消协汽车投诉站联合设立投诉热线,为广大消费者解决购车用车过程中遇到的问题。



江苏省消费者协会汽车投诉站
投诉邮箱:car315@qq.com
投诉热线:96060



扫一扫
购车用车没烦恼

单月直击1.5万辆 全新威驰销量再创新高

最新数据显示,2014年全新威驰销量再创新高,上市至今累计销量15万辆,其中2014年12月份销量更是高达1.5万辆,再次刷新其单月销量最高纪录。放眼国内小型车市场,面世一年多的全新威驰不仅站稳了该细分市场的主流地位,更凭借超越同级的产品实力、品牌优势,以及一汽丰田今年在营销方面的创新和努力,赢得了业界及消费者的双重好评,进一步确立了年轻消费者首选车型的地位。



双重好评 勇夺口碑排行榜首

面对全新威驰的持续热销,某知名汽车销售行业的资深分析师表示:“时尚外观、越级空间、同级超低油耗、全新动力、灵敏操控等商品性优势,符合当代年轻人的用车需求,丰田品质加上6-11万元的亲民价格,尤其是1.5L智臻版更是下探至7万元区间,这些都使得全新威驰在同级车中拥有超高的性价比优势。”

来自消费者的良好口碑更是威驰销量不断攀升的重要原因。在用户口碑调查中,威驰长期盘踞竞品对比口碑排行榜榜首。正如车主

孙先生所说:“买车前对比了多款同级别车型,威驰外观内饰都很出色,油耗也低,更重要的是性价比高,品质值得信赖,让我们全家都觉得物超所值。”

展望未来 创新营销制胜市场

随着小型车市场日渐成为各大车企的“兵家必争之地”,2015年,威驰将在品牌年轻化战略的指引下,继续以超越期待的商品优势赢得年轻消费者,并努力创新营销方式:积极开展年轻人喜闻乐见的营销活动、参战CTCC逐梦赛场、迎

合年轻人需求不断进行产品更新、加强与消费者的有效沟通和良性互动等,从而在实现扩大威驰市场占有率的同时不断强化威驰的品牌影响力。随着市场重心的逐渐稳固,威驰必将在同级诸强的竞争中再创销量新高。

【车主体验】

车主:南京 鞠先生
购车车型:2014款1.5L自动智臻版
购车时间:2014年5月
购车目标:上下班、购物、自驾游

从事金融管理行业的鞠先生是个精致的务实派,他非常认同丰田精于细节,技术做到极致的精神,同

时很喜欢丰田对美的追求和演绎。

用车评价:

外观:新威驰的外观设计犀利耐看,家族式前脸,流畅的侧面线条,造型富有层次感,前大灯有神,尾灯耐看,整车运动感十足。

内饰:内饰整体设计造型不错,做工精细在同级别中偏上,中控台的丝巾扣设计、真皮缝线设计、钢琴烤漆工艺令内饰看起来非常高档。

舒适:米色内饰,织物座椅包裹性好,而且软硬适中,驾驶员座椅对腰部的支撑性好,头部靠枕舒适。

动力:近几年,南京越来越堵,尤其是早晚高峰,一堵就是几个小时,快车肯定开不了,所以1.5L的动力在市区够用了,尤其威驰还很省油。

品质:最满意的就是丰田品牌保障,做工精细,目前还没出过故障。丰田的品牌力量,整车给人很有信心的感觉。

车主:南京 游先生
购车车型:2014款1.5L手动智享版
购车时间:2014年9月
购车目标:上下班、接送小孩、购物

三十而立的游先生,身材也跟着年龄长,体型较胖的他坐车总是很难找到舒适的感觉,尤其是自己准备买车时吃了不少苦头,后来试驾了全新威驰,游先生感觉终于找到了命中的女神,二话不说当即全款买下。

用车评价:

空间:由于体型大,平时开车属于“半躺”姿势,现在买了威驰后,调整好驾驶位座椅后妻子孩子还感觉后排空间大。后备箱很大,买的儿童电动四轮车(长120厘米,宽70厘米,高45厘米)能轻松放下。

舒适性:威驰的静谧性和舒适性真心好,现在带孩子自驾游一坐一两个小时,他也高高兴兴的,不哭不闹。

动力:以前开过朋友的车,感觉威驰的动力更有劲,夏天开空调、满载也不会觉得动力弱。

油耗:油耗绝对是亮点,虽然他的上下班时间会错开南京最堵车的早晚高峰时段,但他平时开车比较猛,好在威驰非常省油,猛踩猛刹也就7个油的样子,平时市区6.5个油左右,市区郊区都跑的话每公里0.5元上下。

操控:方向盘虽然比较轻盈,但指向性很准,4AT换挡平顺,很好上手,新手妻子有时候开车去接小孩,觉得很好开,换挡、挂挡得心应手。

