



我国汽车三包规定实施五年成效显著

促销费拉内需 给产业质量提升“加油”

汽车三包规定实施前,2012年我国汽车产品平均新车故障率(车辆销售后3个月的故障率)为17.1%;汽车三包规定实施后,2016年我国汽车产品平均新车故障率则降至8.3%。

数据变化的背后,是汽车三包规定对企业及产业发展的巨大影响。“汽车三包规定实施以来,为降低产品故障率,避免大范围退换车风险,汽车企业不断加大产品质量管控力度,提升产品质量和产品可靠性。汽车三包规定明确了生产者、销售者和维修者的责任和义务,特别是对于生产者而言,其产品质量的好坏直接决定了其售后服务和质量担保成本的支出,企业的主体责任意识普遍增强。”市场监管总局缺陷产品管理中心相关负责人接受中国质量报采访时说道。

根据市场监管总局缺陷产品管理中心2014年对117家汽车生产者的调研数据,据不完全统计,80余家汽车生产者在汽车三包规定实施前共投入近18亿元进行了各类质量问题改进。比如,安徽江淮汽车集团股份有限公司对售后质量信息进行定期梳理,针对批量零部件问题组织进行分析和改进;长城汽车股份有限公司在新产品设计、研发和制造过程中实施质量经营零缺陷、质量

经营可靠性增长、质量经营再发防止等系统工程,推动产品质量持续改进。汽车企业已经普遍形成了“研发-制造-维修-改进设计”的闭环反馈机制,有力地促进了产品和售后服务质量提升。

2017年,原质检总局质量司组织全国汽车企业开展关于落实汽车三包规定情况的自查评估工作,通过各企业上报的自查数据来看,随着汽车三包规定的实施,企业质量主体责任意识增强,各汽车企业积极改进产品和服务质量,在设计、研发及生产制造多个领域加大投入。特别是我国自主品牌汽车产品质量取得了较大的提升,如重庆力帆、吉利汽车、长城汽车2016年的新车故障率较2012年已下降了75个百分点以上;长安汽车、奇瑞汽车等企业下降幅度达90%。

据了解,汽车三包规定鼓励汽车企业作出高于三包最低标准的质量担保承诺,推动了汽车行业逐步从价格竞争转向产品和服务质量竞争。目前83.3%以上的生产者建立了以更长的质量担保期为主的更有利于保护消费者的售后服务政策。例如北京现代、北汽股份承诺3年或10万公里质保,吉利汽车承诺4年或10万公里质保,部分企业甚至为特定车

型提供5年或10万公里的超长质保期。新能源汽车领域,比亚迪对动力电池电芯提供终身质保,北汽新能源将动力电池的质保期延长至5年或10万公里,广汽丰田为混合动力电池提供8年或20万公里包修服务。经统计计算,我国现阶段产品的平均包修期达3.43年/8.4万公里,远超三包规定的要求,售后服务的良性竞争,使消费者有了更高的质量获得感。

2009年,中国首次超越美国成为世界汽车产销第一大国。根据中国汽车工业协会的统计数据,从2012年到2017年,中国一直是世界汽车产销第一大国,我国的汽车产量从2012年汽车产销双双超过1900万辆增加到2017年汽车产销分别为2901.5万辆和2887.9万辆,5年间增长了1000万辆。“汽车产业是建设质量强国、制造强国的重要支撑,是国民经济的重要支柱。汽车三包规定实施5年来,我们见证了世界汽车工业格局的巨变和中国汽车产业的快速发展,也看到汽车三包制度的实施对汽车行业产品与服务质量提升、拉动内需、促进消费升级发挥了很大的作用。”市场监管总局质量发展局相关负责人说道。

促公平护权益 为良好营商环境“助力”

汽车三包规定发布以来,规范了汽车经营者的修理活动。据不完全统计,截至2016年,我国汽车企业用于售后索赔维修费用累计超过400亿元。在整体索赔维修费用逐年上升的趋势下,调研数据显示,车辆在三包期内,单车索赔费用在逐年下降,从2012年的645元降至2016年598元。单车索赔费用的降低,显示企业售后质损减少,产品质量得到整体提升,增强了消费者的质量获得感的同时,也为企业发展带来了质量收益。

“汽车三包规定从其内容来看,更像是一部标准。规定了产品要承诺多久的质保期,什么情况下能够换车,什么情况下能够退车,汽车经营企业的权责一目了然,消费者的权利范围也进一步被界定。”市场监管总局质量发展局相关负责人表示,一方面,汽车三包规定让消费者质量获得感日益提高,统计发现,三包规定出台每年为6000多万辆次汽车提供了质量权益保障;另一方面,汽车企业的营商环境得到显著的改善,政府主管部门的职责仅被限定在对汽车三包制度运行的监督管理,更多的权利被下放到

市场,真正做到了由“管”到“服”的转变,对在汽车领域建立统一、开放、竞争、有序的市场体系,有积极的促进作用。

据悉,2014年、2015年针对汽车三包规定实施过程中暴露出来的“霸王条款”和修理记录不规范等问题,原质检总局组织开展了专项评估工作,促使多家生产者进行了整改。2016年,针对部分企业基础备案信息不全、缺失等问题,原质检总局再次启动排查工作,备案信息无论从质量还是数量上均有较大的提升。通过连续3年的专项整治工作,提高了全行业修理记录的规范性,进一步消除了强制保养等霸王条款,提高了三包备案信息的透明度和准确性,消费者在汽车三包规定中的弱势地位和信息不对等情况得到了进一步的改善,对汽车三包制度的平稳运行有积极的促进作用。

市场监管总局缺陷产品管理中心的统计数据也显示,2012年~2016年,汽车企业报告的汽车三包投诉数量分别为12.164万件、13.2525万件、16.0929万件、15.7398万件和17.4307万件,除2015年数据小幅回落外,三包投诉数量一直保

持上升趋势,这一方面说明汽车三包规定赋予了消费者主张三包的权益,消费者更积极地反映产品质量问题;另外也客观反映我国汽车产品和服务质量仍有一定的提升空间。“值得一提的事,相对于全国汽车保有量,单车投诉率却呈现逐年下降的趋势,首先说明汽车产品的质量和可靠性在提高,同时也反映出,三包规定促进汽车销售、维修企业提升了服务质量,提高了消费者满意度,有效避免引发过多的产品质量问题投诉,企业的营商环境也得到了改善。”市场监管总局质量发展局相关负责人说。目前,市场监管总局正计划建立服务全国的探索建立产品三包信息公开平台,将给予消费者一个开放的申诉渠道,消费者可轻松地反映产品三包质量问题。同时,该平台为企业搭建一个质量担保自我声明的窗口,汽车企业公开优于法规要求的售后政策,充分发挥市场机制和消费者监督的作用,促进产品服务消费升级和营商环境改善,进一步激发消费潜力,促进家用汽车市场健康发展。

(据《中国质量报》)