

零部件“减配”续航打折 汽车消费环境仍待完善

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

汽车消费是我国稳增长、扩内需的重点领域和支柱型产业。在进一步释放潜在消费需求的基调下，着力稳住汽车等大宗消费成为关注焦点。

近期，中国消费者协会（以下简称“中消协”）发布2023年第一

季度的《汽车投诉情况专题报告》（以下简称“《报告》”）。《报告》显示，2023年第一季度，汽车及零部件领域消费者投诉达到10552件。其中，发动机或变速箱故障、发动机漏油、二手车价格问题乱象丛生为老生常谈的问题，“锁电”、续航缩短、智能辅助驾驶系统失灵、未按时交付等问题成为

投诉热点。

“近年来，随着新能源汽车和智能网联技术的快速发展，汽车消费领域的消费者投诉呈现出多样化、复杂化的趋势。”中消协方面表示。

随着我国汽车市场从增量市场向存量市场迅速转换，二手车行业早已成为汽车消费产业中的重

要组成部分。针对《报告》中提及的故意隐瞒车辆真实情况等二手车消费问题，北京市华和律师事务所律师常建业对《中国经营报》记者表示：“消费者应通过正规途径购买二手车，与此同时，要注重审查合同细节，特别是责任承担的相应条款。在意识到‘上当’之后，要及时留存证据。”

车辆安全、零部件寿命等是燃油车投诉热点

消费者对燃油车投诉主要集中在发动机及变速箱故障等问题。

虽然新能源汽车占据了越来越多的市场份额，但当前燃油车仍然是汽车消费市场的主力。

根据中国汽车工业协会披露的数据，今年1~4月，我国汽车产销分别完成835.5万辆和823.5万辆，同比分别增长8.6%和7.1%。其中，新能源汽车产销分别完成229.1万辆和222.2万辆，市场占有率达到27%。也就是说，今年前4个月，燃油车占据汽车市场73%的市场份额。

由于燃油车涉及发动机、变速箱、排气系统等多个部件，结构相对复杂，加之燃油车体量较大，消

费者对其的投诉仍然不少见。

《报告》显示，消费者对燃油车投诉的焦点主要集中在以下几个方面：一是与车辆安全相关的质量问题。如巡航定速功能故障、发动机或变速箱故障、刹车失灵、发动机漏油、车辆自燃等。二是与零部件寿命相关的质量问题。部分品牌汽车为降低生产成本，对部分零部件进行减配，使用寿命显著降低，一些部件甚至刚过保就损坏。三是与驾乘体验相关的质量问题。如中控触摸屏失灵、倒车影像延迟、倒车雷达失效、天窗漏水、车辆抖动、低频异

响等问题。

其中，针对车企对部分零部件进行减配的问题，北京市华和律师事务所律师王茜楠告诉记者，如果厂家在生产车辆时，在零部件使用上以次充好，并且就这些零部件的性能、功能、质量等效能做出不实宣传，特别是作为突出卖点夸大宣传，但实际这些零部件质检并不合格或根本未达到宣传标准，则有可能构成虚假宣传和对消费者的欺诈。消费者在买车前，要先做好功课，充分了解购买目标车辆特点。如果认为遭遇到了虚假宣传和欺诈，那就应该留存好证据以便后期依法维权。

中消协方面则表示，目前燃油车市场占有率仍然较高，但是随着对环保要求的逐渐提高和新能源车的快速发展，燃油车面临着越来越大的挑战和竞争。燃油车生产企业应严格遵守国家相关法律法规和标准，坚持质量安全底线，加强汽车质量管理和监督，特别是对生产线的质量检测和控制，及时发现和排除故障。此外，还应当提高创新能力和环保水平，减少缺陷率和故障率，确保消费者人身安全，提升消费者满意度和市场竞争力。

新能源汽车消费投诉涉及电池故障、单方“锁电”等

充电桩安装难成为阻碍新能源汽车推广的重要因素之一。

值得一提的是，随着新能源汽车越来越多地进入大众的生活，关于新能源汽车的投诉亦不断涌现。

《报告》显示，新能源汽车领域相关的投诉主要集中在新能源汽车电池故障、刹车失灵、智能辅助系统故障以及未经消费者同意单方“锁电”等问题。

其中，暗地“锁电”是指，一些新能源汽车品牌为降低电池使用安全风险，在未告知消费者情况下，通过远程升级系统对消费者车辆的充电功率、放电功率或电池容量进行限制，导致车辆充电速度下降、动力减弱、续航缩短。

中消协方面认为，动力电池是新能源汽车的核心部件，其容量、寿命、稳定性等都直接影响新能源汽车的续航里程、价格和安全性等。相关汽车企业应当加强动力电池的研发和创新，提高电池的循环寿命、低温性能，降低自燃风险，缓解消费者的续航焦虑，保障驾驶安全。《工业和信息化部关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见（工信部通装〔2021〕103号）》明确规定，车辆在线升级时，要向用户告知升级的目的、内容、升级结果等信息。相关企业要杜绝未经车主同

意，在保养或在线升级时进行“锁电”操作。

值得关注的是，随着新能源汽车市场占有率逐年提升，配套服务需求随之激增，相关配套服务不完善问题变得愈加凸显。特别是充电桩安装难成为阻碍新能源汽车推广的重要因素之一。

《报告》显示，充电桩安装面临的障碍之一是“难过开发商关”。一些新建小区开发商及其关联物业公司为售卖高价充电车位，以消防安全为由拒绝为已购买固定车位的业主出具同意安装充电桩证明。

针对“充电桩安装难过开发商关”这一问题，王茜楠表示，开发商及物业的上述做法没有充分的法律依据。根据《民法典》和物业管理相关法规规定及新能源汽车发展的相关政策，对于占用固定车位产权人或长期承租方建设充电基础设施的行为或要求，业主委员会（或业主大会授权的管理单位）原则上应同意并提供必要的协助。与物业等部门沟通、协商不成的，业主可以依法向人民法院提起诉讼维护自己的合法权益，且现在已有类似案件的判决，支持了业主的诉讼请求。

增持阿斯顿·马丁股份至17%成第三大股东 吉利全球化版图再扩张

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“汽车狂人”李书福继续开启“买买买”全球扫货模式。

5月18日，浙江吉利控股集团有

增持阿斯顿·马丁？

马丁股份公开资料显示，阿斯顿·马丁汽车品牌由莱昂内尔·马丁（Lionel Martin）和罗伯特·班福德（Robert Bamford）于1913年在英国组建，2018年8月29日在伦敦证券交易所上市。

吉利控股则是国内民营汽车企业的龙头企业，公司始建于1986年，1997年进入汽车行业，现资产总值超5100亿元，员工总数超过12万人，连续11年进入《财富》世界500强（2022年排名229位），是全球汽车品牌组合价值排名前十中唯一的中国汽车集团。

吉利控股对阿斯顿·马丁的股

限公司（以下简称“吉利控股”）宣布，与英国超豪华性能品牌阿斯顿·马丁·拉贡达国际控股（以下简称“阿斯顿·马丁”）进一步达成新的合作协议。

《中国经营报》记者注意到，作为

豪华性能品牌的第三大股东。

对于此次的股份增持，吉利控股董事长李书福表示：“增持阿斯顿·马丁的股份，体现了我们对其增长前景、技术实力和管理团队的信心。”

据悉，此番增持阿斯顿·马丁的股份，是吉利控股全球战略布局和投资的重要组成部分。记者了解到，此次增持后，吉利控股将有权任命一名非执行董事加入阿斯顿·马丁董事会，同时还将拥有一个董事会观察员席位。

李书福表示：“自去年9月首次收购阿斯顿·马丁少数股份以来，我们一直与执行主席劳伦斯·斯托尔先生及其团队坦诚合作，携手探索技术协同和新的增长机会。双方将加强合作，充分发挥这个传奇超豪华性能品牌的卓越潜力，助力其实现长期可持续增长。”

李东辉进一步表示：“期待与阿斯顿·马丁共同探讨协同合作机会，阿斯顿·马丁将继续坚持其发展战略，致力于实现长期可持续增长，提升盈利能力。”

据悉，此番增持阿斯顿·马丁的股份，是吉利控股全球战略布局和投资的重要组成部分。记者了解到，此次增持后，吉利控股将有权任命一名非执行董事加入阿斯顿·马丁董事会，同时还将拥有一个董事会观察员席位。

李书福表示：“自去年9月首次收购阿斯顿·马丁少数股份以来，我们一直与执行主席劳伦斯·斯托尔先生及其团队坦诚合作，携手探索技术协同和新的增长机会。双方将加强合作，充分发挥这个传奇超豪华性能品牌的卓越潜力，助力其实现长期可持续增长。”

劳伦斯·斯托尔表示：“此次合作的达成是实现阿斯顿·马丁宏伟蓝图的关键一环。自去年首次入股阿斯顿·马丁后，吉利控股就对阿斯顿·马丁长期增长并获得成功充满期待。与吉利联手，可以让我们更加深入地了解中国这一战略增长市场，并有机会获得吉利一系列先进的技术支持。”

劳伦斯·斯托尔还表示：“双方对阿斯顿·马丁的发展愿景不谋而合，促成了吉利成为更重要的股东。此次交易使双方确立了更加长期的合作伙伴关系，我相信这种合作将为所有股东创造重大价值。”

劳伦斯·斯托尔表示：“此次合作的达成是实现阿斯顿·马丁宏伟蓝图的关键一环。自去年首次入股阿斯顿·马丁后，吉利控股就对阿斯顿·马丁长期增长并获得成功充满期待。与吉利联手，可以让我们更加深入地了解中国这一战略增长市场，并有机会获得吉利一系列先进的技术支持。”

劳伦斯·斯托尔还表示：“双方对阿斯顿·马丁的发展愿景不谋而合，促成了吉利成为更重要的股东。此次交易使双方确立了更加长期的合作伙伴关系，我相信这种合作将为所有股东创造重大价值。”

劳伦斯·斯托尔还表示：“双方对阿斯顿·马丁的发展愿景不谋而合，促成了吉利成为更重要的股东。此次交易使双方确立了更加长期的合作伙伴关系，我相信这种合作将为所有股东创造重大价值。”

吉利扩充全球化版图

实际上，此番增持阿斯顿·马丁还只是吉利控股全球化布局中的一小块版图。作为国内民营汽车集团的“掌门人”，李书福早已凭借对沃尔沃等汽车品牌的并购而闻名全球。

时间拉回至2010年，吉利控股斥资18亿美元，从福特手中买下沃尔沃轿车业务，并获得沃尔沃轿车品牌的拥有权，这也是汽车史上著名的“蛇吞象”案。彼时，沃尔沃汽车全年销量仅为33.5万辆，营收957亿瑞典克朗，年亏损达到51.9亿瑞典克朗。

收购沃尔沃汽车10年之后，沃尔沃汽车的全球销量翻了一番，在欧美市场销量全面增长的同时，中国成为沃尔沃汽车第二大本土市场，销量达10年前的5倍。2021年10月29日，沃尔沃汽车宣布在瑞典

斯德哥尔摩证券交易所成功挂牌上市。

吉利和沃尔沃开展了一系列的协同合作，领克便是吉利汽车和沃尔沃汽车合资的新时代高端汽车品牌。此外，吉利与沃尔沃联合投资成立的极星电动汽车项目亦取得了极大成功。2022年6月，极星宣布登陆纳斯达克。

对沃尔沃汽车的成功并购，是吉利开启全球化之路的加速器。2017年，吉利控股入股马来西亚DRB-HICOM旗下宝腾汽车，全面主导管理宝腾，助力宝腾实现品牌复兴。

有关数据显示，自吉利入股以来，宝腾汽车于2019年扭亏为盈，截至2022年年底，实现营业收入翻倍（2018年338亿马币，2022年939亿马币），连续4年销量和市占率在

马来西亚市场排名第二，海外出口销量排名第一。宝腾汽车销量连续4年持续攀升，从2018年的64744辆增加到2022年的141432辆，销量增长118%，市占率翻番（2022年达到19.6%）。

今年5月，宝腾迎来40周年暨首款新能源产品正式上市。据悉，未来在吉利的战略支持下，宝腾每年至少推出一款新能源产品，双方将共同培养新能源汽车人才，共建马来西亚新能源汽车生态，助力宝腾成为东盟地区新能源品牌引领者。

2018年2月，吉利集团有限公司（由李书福拥有、吉利控股管理）宣布，已通过旗下海外企业主体收购戴姆勒股份公司（以下简称“戴姆勒”）9.6%具有表决权的股份。2019年3月，吉利控股和戴姆勒宣布，双方将成立合资公司，在全球

范围内联合运营和推动smart品牌转型，致力于将其打造成为全球领先的高端电动智能汽车品牌。

2022年5月，吉利汽车发布公告称，将通过其子公司Centurion Industries Limited，持有雷诺韩国汽车34.02%的股份。同年11月，吉利汽车完成入股雷诺韩国汽车，将向韩国市场推出全新混动技术及车型。新产品将采用吉利位于瑞典研发中心研发的世界级CMA模块化架构，并使用吉利先进的混动技术，预计2024年量产。

记者注意到，从产品输出到技术输出，吉利汽车的授权收入进一步增长，2022年实现16.6亿元收入，同比增长29.9%，进一步支撑未来盈利，也持续带动了吉利汽车国际化，奠定吉利在全球的领先地位和品牌影响力。



二手车市场由于缺乏透明度，导致消费者无法获取准确的价格信息，容易被不良商家欺诈或误导。

二手车领域价格问题乱象丛生

隐瞒车辆过户次数、车辆瑕疵信息等是二手车市场常见“陷阱”。

二手车消费早已成为汽车消费市场的重要组成部分。然

而，在二手车消费市场，由于信息不透明等问题的存在，一部分消费者对购买二手车仍然缺乏信心。

记者了解到，一些不良经营者利用二手车市场买卖双方的信息不对称，故意隐瞒车辆真实情况，导致消费者遭受经济损失和安全风险。

《报告》显示，其中涉及的问题主要有以下三个方面：一是隐瞒车辆过户次数。如一些二手车平台销售人员宣传车辆为未过户车，但消费者购买后发现实际有多次过户记录。

二是隐瞒车辆瑕疵信息。如掩盖车辆剐蹭痕迹或隐瞒车辆维修记录、事故记录、泡水信息等。三是修改调低车辆行驶里程，如消费者购买时表盘显示车辆为低里程数，但购买后检测发现车辆实际行驶里程数远高于表盘显示里程数。

此外，二手车市场由于缺乏透明度，导致消费者无法获取准确的价格信息，容易被不良商家欺诈或误导。

具体来看，主要有以下三

种情况：一是虚构车源，低价诱客引流。一些二手车平台为增加交易机会，在网上发布虚假低价车辆信息，消费者前来购车又告知车辆已经被售出。二是巧立名目收费。由于二手车交易无明确收费依据，一些二手车交易市场借机巧立名目收取“拆牌费”“解抵押手续”“交易服务费”等费用。三是骗取定金。一些不良二手车经营者以非法占有消费者钱财为目的，在消费者支付完购车定金后，人为设置障碍使得车辆无法顺利过户，并以消费者违约为由骗取消费者定金。

中消协方面表示，建议相关部门加强对二手车商家资质的审查和信用评价，强化二手车交易过程的监督管理，建立黑名单制度，对违法违规的商家进行惩戒和曝光；建议相关部门尽快完善《二手车流通管理办法》等相关法律法规标准，充分发挥汽车维修电子档案系统作用，确保各相关主体能够便捷查询二手车相关信息；加强二手车销售服务规范管理，严厉打击乱收费、强制捆绑、虚假宣传、骗取定金等违法行为。

刘展术履新产品管理执行副总裁

捷豹路虎本土化战略或再提速

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

捷豹路虎在华再度迎来一位本土化高管。5月23日，公开报道称，捷豹路虎中国总裁及首席执行官潘庆向捷豹路虎中国和联合市场销售与服务机构的员工发送了人事任命邮件，自2023年5月23日起，刘展术加盟捷豹路虎，担任产品管理执行副总裁，直接向潘庆汇报。

上述报道称，刘展术主要职责是支持捷豹路虎“重塑未来”战略与“聚焦今日”在中国的产品管理工作。针对上述消息，《中国经营报》记者在当晚联系刘展术本人，其向记者表示：“今天（5月23日）刚内部宣布，核心是（负责）产品相关的工作。”

公开资料显示，刘展术本科毕业于中国青年政治学院，后就读于清华大学MBA、哈佛商学院，曾担任一汽-大众奥迪销售事业部战略与运营管理部部长，通用汽车市场营销高级经理，通用汽车（中国）别克品牌总监，极氪智能科技客户发展高级总监。

而在此番履新捷豹路虎产品管理执行副总裁前，刘展术曾在2022年6月入职岚图汽车销售服务有限公司，担任副总经理。一年时间不到，刘展术便从岚图汽车低调离职。

记者注意到，今年以来，捷豹路虎不断深化人才本土化战略。今年4月，也就是一个月前，吴辰正式出任联合市场销售与服务机构总裁，直接向潘庆和奇瑞捷豹路虎董事会进行汇报。

2021年2月，捷豹路虎发布“重塑未来”全新全球战略，捷豹路虎全力开启未来出行之路，在

过去十年间，捷豹路虎在华蓬勃发展持续地带来积极效应，更因为中国在汽车市场规模、消费者年轻化、产品布局、企业运营盈利能力等方面在全球维度的不可替代性。而更具重要意义的是，中国是驱动产业变革、创新协作的世界孵化器。

今年的上海车展期间，捷豹路虎宣布了一系列“重塑未来”全球战略的最新举措。据悉，未来五年内，捷豹路虎将投资150亿英镑加速“重塑未来”全球战略推进。

不久前，捷豹路虎公布2022/23财年（2022年4月至2023年3月）以及第四财季（2023年1月至3月）财务表现。数据显示，捷豹路虎全年营收228亿英镑，同比增长25%。第四财季营收71亿英镑，同比增长49%。