



2010年上半年汽车投诉报告 之 分析

# 紧凑型车投诉比例最高,4S店人员技术和服务态度是投诉热点

## 前两季新车质量投诉超六成

质量问题集中在发动机、变速箱和车身附件上

近日,中国质量协会发布的《2010年第二季度中国汽车产品质量与服务投诉分析报告》令人关注,记者在对比了第一季度的投诉后发现,国内汽车产销量在今年上半年创出新高的同时,汽车投诉量也大幅上升,并呈现出三个明显的特点。

晚报记者 舒晗



### 特点一 新车投诉居高不下

报告显示,今年1~6月,我国汽车产品投诉比去年同期增长了三成。一季度购买半年以内出现问题的新车投诉占到投诉总量的67%,而二季度这一比例居高不下,达到67.5%,在销量飙升的情况下,投诉量与销量的增长成正比,充分表明新车质量令人堪忧。

上半年汽车质量问题很集中,发动机突然熄火,怠速不稳,异响,冷车启动困难;变速器换挡困难,自动调脱挡;车身附件粗糙,发动机故障灯常亮,水箱风扇故障等。值得一提的是,轮胎和空调问题的投诉上升明显,主要表现为轮胎鼓包、开裂、爆胎及空调制冷差等,投诉主要集中在轮胎保修期、责任鉴定等方面。

郑州汽车流通行业协会的专家认为,2009年汽车市场出人意料“井喷”让几乎所有车型全线告急,汽车厂家疲于应付大量订单,注意力集中在“量”上,对“质”的注意力出现相当程度的下降,是新车投诉持续增长的主要原因,希望能引起厂家重视。

### 特点二 自主品牌投诉上升

从价格看,10万元以下的汽车投诉量第二季度上升了10%;从车型看,紧凑型车投诉占到了44.9%,是投诉比例最高的车型;从趋势看,自主品牌则成为投诉增速最快的一个群体,一季度投诉量占15.8%,而二季度就达到了30.5%,投诉量上升了近一倍,其被投诉的问题主要集中在一些细节方面,如车身密封性差、漏水、暴漆等。小排量低价格的自主品牌投诉上升较为明显。

虽然在前不久举行的“中国自主品牌成果展”上,国人为自主品牌在技术、服务和地位上取得的一个个突破而欢欣鼓舞,但过快的投诉增加则为我们自主品牌敲响了警钟。正如郑州一家自主品牌奇瑞汽车经销商的负责人所说,从去年以来国家对自主品牌给予了大力的支持,但自主品牌如果要彻底打破“低质低价”形象,必须站在消费者立场精益求精每一个细节,对质量不能有任何的借口。

### 特点三 服务质量滞后销量

相比一季度,2010年二季度汽车用户投诉中,综合投诉(同时有质量问题和服务问题)所占比例继续攀升,较上季度增加6.5%,表明消费者在关注汽车产品质量的同时,对厂家及维修站(4S店)的服务水平要求持续提高。

在服务质量的投诉中,人员技术和态度是投诉的热点,承诺不兑现、销售欺诈的投诉上升,问题主要集中在4S店、服务站对维修承诺、收费价格等说法前后不一致。

对于此,一位4S店售后负责人直言不讳,他说在销量高速增长的背后是服务的严重滞后,郑州大部分车商无论在服务意识、服务观念和服务硬件上都没有跟上销售的步伐,更没有思考在自身品牌保有量大幅增加后如何保证服务品质不稀释、不缩水,无法应对突然“井喷”的服务需求,服务品质下降在所难免。

### 2010年二季度 汽车投诉热点

质量问题	投诉率
车身附件及电气	25.5%
发动机	22.8%
变速箱	12.0%
转向系统	10.8%
制动系统	8.1%
离合器	6.6%
轮胎	6.0%
前后桥及悬架	5.4%
空调系统	2.8%

车型类别	投诉率
微型车	4.3%
小型车	17.7%
紧凑型车	44.9%
中型车	22.5%
中大型车	1.9%
豪华车	0.3%
MPV	3.0%
SUV	5.4%

购车时间	投诉率
6个月以内	67.5%
7~12个月	11.8%
13~24个月	14.5%
25~36个月	3.2%
37个月以上	3.0%