

汽车产品质量法律风险防控、质量问题的正确回应 ——结合汽车行业消费者维权的常见形态分析

主讲人：武峰

北京朗诚律师事务所

朗诚律师事务所
LONGSHINE LAW FIRM



目录

- 一、汽车行业产品质量风险防控法律制度
- 二、汽车行业经营者面对质量异议的对应策略
- 三、企业如何处理与消费者之间的关系



01 | 汽车行业产品质量风险防控法律制度

汽车行业产品质量风险防控法律制度

一、销售前：汽车产品的质量认证

（一）汽车产品的强制产品认证

我国汽车销售一方面需要通过工信部进行产品公告，一方面则需要质量认证中心进行强制性产品认证（即3C认证），认证完成后企业方可出具车辆合格证。根据《强制性产品认证目录描述与界定表（2014修订）》，凡在我国3C认证目录中的机动车辆及其安全附件都需要进行强制性安全认证。需要认证的汽车附件包括：安全带、喇叭、恢复反射器、制动软管总成产品、外部照明及信号装置、内饰、间接视野装置、门锁、燃油箱、座椅及头枕等，而整车的3C认证规则《CQC-C1101-2014 强制性产品认证实施细则 汽车》则适用于可在中国公路及城市道路上行驶的 M 类汽车、N 类汽车和 O 类挂车（包括完整车辆和非完整车辆）。整车3C认证基本模式为：型式试验+初始工厂审查（企业质量保证能力和产品一致性检查）+获证后监督。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

一、销售前：汽车产品的质量认证

(二) 违反强制产品认证的法律后果

□ 《强制性产品认证管理规定》

第37条 地方质检两局依法按照各自职责，对所辖区域内强制性产品认证活动实施监督检查，对违法行为进行查处。列入目录内的产品未经认证，但尚未出厂、销售的，地方质检两局应当告诫其产品生产企业及时进行强制性产品认证。

第49条 列入目录的产品未经认证，擅自出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用的，由地方质检两局依照认证认可条例第六十七条规定予以处罚。

□ 《认证认可条例》

第67条 列入目录的产品未经认证，擅自出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用的，责令改正，处5万元以上20万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（一）针对个体的“三包”制度

1. 调整范围

《三包规定》主要调整消费者为生活消费需要购买和使用乘用车之法律关系，以保护为生活消费需要购买和使用汽车产品的消费者的权益为主旨。企业、事业单位、政府机关为生产、公务等购买的汽车产品的三包责任不属于《三包规定》的调整范围，其三包责任可依据《产品质量法》等其他有关法律法规的规定和双方约定执行。

2. 在三包有效期内修理时间超过35天或者5次可换车

根据《三包规定》，三包有效期限是不低于2年或者是行驶里程5万公里，以先到者为准。在三包有效期内，因产品质量问题修理时间累积超过35天的，或者因同一产品质量问题累积修理超过5次的，消费者可以凭三包凭证、购车发票要求换车。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（一）针对个体的“三包”制度

3. 发动机、变速器的主要零件更换

家用汽车产品自销售者开具购车发票之日起60日内或者行驶里程3000公里之内（以先到者为准），发动机、变速器的主要零件出现产品质量问题的，消费者可以选择免费更换发动机、变速器。发动机、变速器的主要零件的种类范围由生产者明示在三包凭证上，其种类范围应当符合国家相关标准或规定，具体要求由国家质检总局另行规定。

4. 易损耗零部件更换

家用汽车产品的易损耗零部件在其质量保证期内出现产品质量问题的，消费者可以选择免费更换易损耗零部件。易损耗零部件的种类范围及其质量保证期由生产者明示在三包凭证上。生产者明示的易损耗零部件的种类范围应当符合国家相关标准或规定，具体要求由国家质检总局另行规定。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（一）针对个体的“三包”制度

5. 在包修期内修理时间超过5天需提供备用车

根据《三包规定》，包修期限是不低于3年或者行驶里程6万公里，以先到者为准。如在包修期内出现产品质量问题，消费者可以要求免费修理（包括工时费和材料费）。值得注意的是，如果家用汽车产品经营者明示的包修期高于3年或者6万公里，必须依据该经营者的规定执行。在包修期内，每次修理时间超过5天，应为消费者提供备用车或者给予合理的交通费用补偿。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（一）针对个体的“三包”制度

6. 在三包有效期内更换或退货的条件限定

□动力传输有限责任原则。家用汽车产品自销售者开具购车发票之日起60日内或者行驶里程3000公里之内（以先到者为准），发动机、变速器的主要零件出现质量问题的，消费者可以选择免费更换发动机、变速器。发动机、变速器的主要零件的种类范围由生产者明示在三包凭证上，其种类范围应当符合相关国家标准的规定。

□缺陷列举原则。自开具购车发票之日起60日内或者行驶里程3000公里之内，可免费更换或退货的情形仅限于：转向系统失效、制动系统失效、车身开裂或燃油泄漏。

□传动系统排除原则。家用汽车产品的传动系统出现质量问题，固然会影响车辆的正常使用或无法正常使用，但通常不会立即危害人身、财产安全，所以在上述期限内加以排除，消费者不可以因为传动系统的质量问题请求退货或者更换。

□限次原则。在三包有效期内虽采用“先修理后退换”的原则，但因严重安全性能故障累计修理2次，发动机、变速器或其同一主要零件因质量问题累计更换2次，其他总成（转向系统、制动系统、悬挂系统、前/后桥、车身）的同一主要零件更换2次，仍不能正常使用，消费者可以选择更换或退货。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（一）针对个体的“三包”制度

7. 八种情形下三包责任免除

- 易损耗零部件超出生产者明示的质量保证期出现产品质量问题的；
- 在家用汽车产品包修期和三包有效期内，无有效发票和三包凭证的；
- 消费者所购家用汽车产品已被书面告知存在瑕疵的；
- 家用汽车产品用于出租或者其他营运目的的；
- 使用说明书中明示不得改装、调整、拆卸，但消费者自行改装、调整、拆卸而造成损坏的；
- 发生产品质量问题，消费者自行处置不当而造成损坏的；
- 因消费者未按照使用说明书要求正确使用、维护、修理产品而造成损坏的；
- 因不可抗力造成损坏的。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(二) 针对群体性的召回制度

召回制度主要规定包括：

- 汽车产品生产者是缺陷汽车产品的召回主体。进口商视为生产者，需要负责召回。
- 生产者获知汽车产品可能存在缺陷的，应当立即组织调查分析，并将调查分析报告报告质检总局。一定条件下，质检总局将组织开展缺陷调查。
- 经调查分析确认汽车产品存在缺陷的，应当立即停止生产、销售、进口缺陷汽车产品，并实施召回，承担召回的成本和费用。生产者实施召回，应当按照质检总局的规定制定召回计划，并自确认汽车产品存在缺陷之日起5个工作日内或者被责令召回之日起5个工作日内向质检总局备案；同时以有效方式通报经营者。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

1. 产品质量诉讼中请求权竞合问题

《合同法》第122条 因当事人一方的违约行为，侵害对方人身、财产权益的，受损害方有权选择依照本法要求其承担违约责任或者依照其他法律要求其承担侵权责任。

按照本条的规定，违约责任与侵权责任竞合的，受损害人可以选择违约责任或者侵权责任请求对方承担。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

2. 产品责任侵权的构成要件

- 产品存在缺陷
- 存在损害后果
- 产品缺陷与损害后果之间存在因果关系

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

3. 产品缺陷与产品瑕疵的区分

	产品缺陷	产品瑕疵
法律关系不同	侵权法律关系	合同法律关系
适用法律不同	《侵权责任法》《产品质量法》	《合同法》《产品质量法》《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》
被告主体不同	销售者、生产者	销售者
认定标准不同	存在危及人身、财产的“不合理危险”	产品是否具有通常应当具有或约定的价值、效用或品质
归责原则不同	对生产者适用无过错责任原则，对销售者适用过错责任原则	违约责任的无过错责任原则
涉及主体不同	多为遭受损失的消费者	多为同经营者直接订立合同的民事主体

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

（三）产品质量相关诉讼

4. 产品责任侵权的举证责任分配

（1）适用“谁主张，谁举证”的原则

“谁主张，谁举证”是民事诉讼中举证责任的常态，即民事诉讼中的原告方应当对自己的主张负举证责任，被告方不负有任何相应的举证义务，原告在不能有效举证证明时，要承担败诉的法律后果。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保障

(三) 产品质量相关诉讼

4. 产品责任侵权的举证责任分配

(1) 适用“谁主张，谁举证”的原则

□最高人民法院侵权责任法研究小组编著的“《侵权责任法》条文理解与适用”第304页对第41条的理解和适用中明确指出：“在产品责任侵权赔偿诉讼中，作为原告应当承担产品存在缺陷、损害后果、产品缺陷与损害后果之间存在因果关系的举证义务。”

□最高人民法院原副院长李国光主编的“最高人民法院《关于民事诉讼证据若干规定》的理解与适用”在第66页对第6条第1款第（四）项的理解和适用中明确指出：“受害人就投入流通时产品存在缺陷、使用缺陷产品所导致的死亡、人身损害和缺陷产品以外的其他财产损害、产品损害与受害人所受损害之间的因果关系承担举证责任……本规定不是举证责任倒置，而是正常分配”。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

4. 产品责任侵权的举证责任分配

(2) 举证范围

口本证：应当提供《产品质量法》第41条第2款规定的免责事由

《产品责任法》第41条第2款 生产者能够证明有下列情形之一的，不承担赔偿责任：

- (一) 未将产品投入流通的；
- (二) 产品投入流通时，引起损害的缺陷尚不存在的；
- (三) 将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷的存在的。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

4. 产品责任侵权的举证责任分配

(2) 举证范围

□反证：可以提供能够证明系原告不当使用、维修、保养或其他不可归责于车辆自身品质问题导致损害发生的证据（类似于《汽车三包规定》第30条第（3）、（4）、（5）三种情形）

□注意：法官对“举证责任转移”的自由裁量权

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

5. 产品质量合同纠纷中关于“欺诈”的问题

(1) “欺诈”的含义及构成要件

最高人民法院《关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见（试行）》第68条

“一方当事人故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。”

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

5. 产品质量合同纠纷中关于“欺诈”的问题

(1) “欺诈”的含义及构成要件

构成欺诈必须具备以下条件：

- ① 欺诈人故意实施欺诈行为；
- ② 欺诈行为受害人因欺诈行为作出错误意思表示；
- ③ 错误意思表示与欺诈行为之间存在因果关系。

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

5. 产品质量合同纠纷中关于“欺诈”的问题

(2) “欺诈”的法律责任

《消费者权益保护法》第55条第1款：“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。”

汽车行业产品质量风险防控法律制度

二、销售后：汽车产品的质量保证

(三) 产品质量相关诉讼

5. 产品质量合同纠纷中关于“欺诈”的问题

(3) “欺诈”与“侵犯知情权”的对比

		欺诈	知情权
共同点	客观行为	经营者未履行信息告知义务	
	告知义务的范围	未告知影响消费者安全权和选择权的重要信息	
不同点	法律规定	最高人民法院《关于贯彻执行〈民法通则〉若干问题的意见(试行)》第68条; 《消费者权益保护法》第55条; 《合同法》第54条 第113条第2款	《消费者权益保护法》第8条、 第20条、第40条 《侵权责任法》第6条
	构成要件	主观故意 ➢ 客观行为 ➢ 损害后果 ➢ 因果关系	➢ 主观过错 ➢ 客观行为 ➢ 损害后果 ➢ 因果关系
	主观过错	故意	故意、过失
	民事法律后果	《消费者权益保护法》第55条; 惩罚式赔偿: 退货+商品/服务价款的三倍赔偿	《消费者权益保护法》第40条; 填平式赔偿: 仅赔偿损失



02 | 汽车行业经营者面对质量异议的对应策略

汽车行业经营者面对质量异议的对应策略

一、一般性的消费者投诉的情况应对

- 换位思考，有一个正面的处理投诉的态度
- 先处理心情，再处理事情
- 耐心倾听
- 迅速行动
- 控制局面，防止事态扩大
- 客户关怀或服务/品质改善

汽车行业经营者面对质量异议的对应策略

二、产品质量民事诉讼的应对

- 在请求权发生竞合的情况，要求原告明确请求权基础，及时要求法院进行释明
- 生产者和销售者是法律利益共同体，在诉讼中应相互配合
- 如需要进行司法鉴定，应严格甄别筛选符合条件的鉴定机构



03 | 企业如何处理与消费者之间的关系

企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(一) 汽车行业消费者维权的方式

□与商家协商解决

□拨打厂家顾客关怀热线投诉

□向各级消费者权益保护组织等第三方社会中介机构投诉

□向当地市场监管行政执法部门投诉

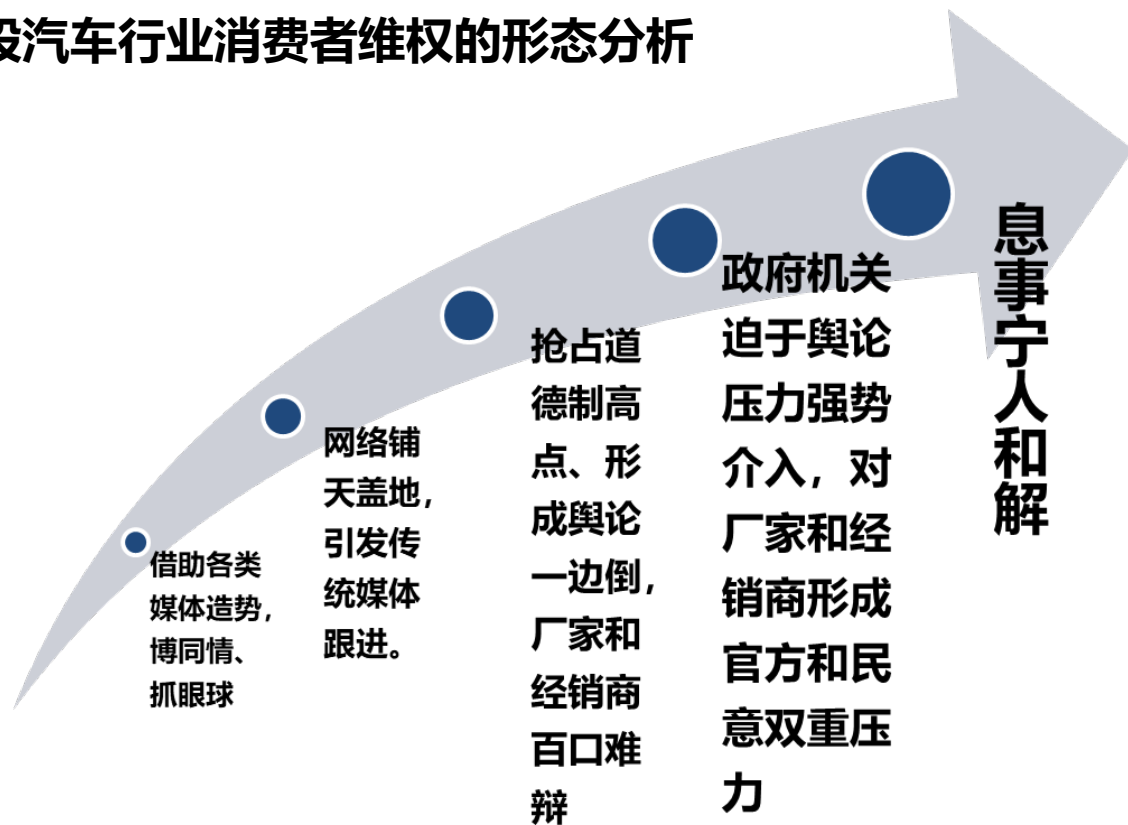
□申请仲裁或依法向人民法院起诉

□通过媒体或自媒体、制造舆论压力

□进行过度、过激维权

企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析



企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(三) 汽车销售领域消费者过激维权的具体表现

1. 砸

2013年5月14日，青岛车主在第12届青岛国际车展上，4名男子手持铁锤砸一辆价值260万元的黑色玛莎拉蒂。



企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(三) 汽车销售领域消费者过激维权的具体表现

2. 祭

2013年在长沙，一名车主在4S店前为自己的车举办了一场“葬礼”，一辆前脸破烂的保时捷和纸人、蜡烛、高香、超度师组成的画面。



企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(三) 汽车销售领域消费者过激维权的具体表现

3. 赖

2013年一家某汽车4S店里，一位车主购买的新车在20多天就出现问题，他在要求解决方案未果后，无奈在4S店里搭起了帐篷。



企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(三) 汽车销售领域消费者过激维权的具体表现

4. 拉横幅、发传单，干扰正常经营



企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(三) 汽车销售领域消费者过激维权的具体表现

5.撞

一名车主开车横冲进某地4S店，原因是与该4S店产生服务纠纷后，4S店不仅没有给出相应的解决态度，还威胁要骚扰车主的妻子和家人。盛怒之下，车主作出了这个举动。



(汽车撞入4S店的画面)



(销售展厅内的接待台已经被撞毁)

企业如何处理与消费者之间的关系

一、现阶段汽车行业消费者维权的形态分析

(四) 汽车销售领域消费者过激维权的原因分析

1. 汽车产品本身的特殊性

- 汽车本身属于大宗消费品，消费者重视程度高
- 汽车的质量问题关系着人的人身财产安全，一旦出现质量问题，很容易形成人身或财产安全隐患

2. 个别媒体的不良舆论导向以及自媒体广泛传播引发的“羊群效应”

3. 汽车经营者面对消费者投诉处理不当

4. “退一赔三”的激励

企业如何处理与消费者之间的关系

二、汽车行业经营者如何处理与消费者之间的关系

- 汽车行业工作人员应注重汽车相关法律法规的学习，积极参加政府部门及行业协会的会议和培训，遵纪守法、诚信经营，不断提升和改善服务品质
- 汽车行业经营者需加强自身的合规性经营管理，避免经营的违规风险和漏洞，增强消费者的满意度
- 面对消费者的投诉，汽车行业工作人员应从消费者角度出发，及时处理，多做沟通疏导，确保双方信息透明、沟通渠道通畅
- 有预案、分情况应对消费者的过激维权

分享嘉宾



武峰

北京朗诚律师事务所 主任/合伙人

武峰律师长期为多家著名的国内外大型品牌企业提供法律服务，其中包括“世界500强”和“中国500强”在内的外商独资公司、合资公司、上市公司。在民商事诉讼、仲裁以及非诉法律事务方面具有深厚的理论功底和丰富的实务经验，尤其擅长处理汽车产品责任诉讼、投资并购项目、劳动争议、知识产权事务以及企业日常法律风险防控及危机对应等方面的法律实务，并有自己独到的学术见解和办案心得。武峰律师被ALB（Asia Legal Business亚洲法律杂志，被业内称为“法律界的福布斯”）评为“2013年度中国十佳诉讼律师”。

Asian Legal Business 2013年度中国十佳诉讼律师

2018年度中国汽车行业优秀专业律师

中国汽车流通协会专家委员会 委员

上海市汽车销售行业协会法律服务专业委员会 副主任

第九届北京市律师协会产品质量法律专业委员会 副主任

北京大学法学院研究生院 校外指导教师

广东省消费者委员会汽车消费维权专业委员会 专家委员

THANKYOU!

