

□ 记者 章炜

刚买的新车还没到手就被剐蹭，是谁惹的祸？3 月 5 日，沈先生在吴中路奥迪 4S 店买了一辆 Q5。5 月初，沈先生提车时发现，车辆右车尾靠近保险杠的位置多处被剐蹭，有几处露出了底漆。一想到自己的车还没提到手就“破相”了，沈先生无法接受，并以此要求换车。可门店表示，发票已经开具，保险已经入库，贷款也已经发放，没办法更换车辆。

在4S店停车场被剐蹭？

沈先生提供的销售单以及发票显示，车辆价格为 28.58 万元，其他费用包括装饰费 9000 元、1.5888 万元的“双保”费用以及购置税等，总共花费 33.5 万元。沈先生说，3 月 5 日，他交了 1 万元的定金购置这辆车，首付为 1 万元，剩下的车款通过贷款支付。3 月 8 日，他去店内办理了相关贷款手续。贷款发放完毕后，3 月 22 日，4S 店开具发票并提供了一张“车辆确认单”，上面显示车主姓名、购买车型、颜色以及底盘号等信息。此外，确认单上还显示“此车在 5 个自然日提车，特殊情况除外”。

可令沈先生觉得蹊跷的是，按确认单上的约定，4 月初他就应该提车，但 4S 店一拖再拖。在他的不断催促下，直到 5 月初，他才被通知提车。可提车当天，他就发现了新车竟“破了相”。沈先生当即拒绝提车，并要求更换新车。“一开始销售是同意的，过了几天，便说公司没有批。理由是已经开票，保险已经入库，车辆所有权被转移，汽车被剐蹭的责任由车主自己承担。”

新车到底在哪里被谁剐蹭的呢？“3 月 5 日，我付定金的时候，我亲眼见到了这辆车并确认了车架号。门店说，车子到店后一直停在 4S 店的停车场，他们没有保管义务，可能是第三方撞的。”沈先生表示，后经他一再要求，通过报警才拿到了店内监控录像。监控显示，4 月 30 日，该车在该 4S 店做美容时已经有了剐蹭痕迹。沈先生气愤地说：“既然是在 4S 店被刮的，那么门店就要负全部的责任，为何要强迫我收下这辆车有瑕疵的车呢？”

门店销售主管表示，车子确实 3 月份就到店了，到店后，一直停放在公司停车场。停车场为集团代理的多个品牌共用，可能是被其他车辆剐蹭到了。但是因为视频保留时间有限，

律师说法

德恒上海律师事务所申晨律师认为，第一，根据《民法典》规定，汽车作为动产，其物权的设立和转让，是自交付时发生效力，而是否登记并不影响物权的转移。因此，若车辆尚未交付，则显然未发生所有权的转移。第二，标的物毁损、灭失的风险，在标的物交付之前由出卖人承担，交付之后由买受人承担。因此，若车辆尚未交付，则车辆毁损、灭失的风险也应当由 4S 店来承担，而不能强行转嫁给消费者。第三，当事人一方不履行合同义务

社址：上海市小木桥路 268 弄 1 号 (200032)

门店无法查到 4 月 30 日前的监控。“我们也想查到肇事车，但目前我们也找不到。”该主管无奈地表示。

我买到了运损车吗？

沈先生表示，怀疑自己买到了运损车，根据查询到的相关案例，运损车的赔付标准应该按照车辆价格的 15% 来算。另外，基于门店的不信任，他希望 4S 店将“双保”费用退还，但都没有获得对方同意。销售主管对记者表示，车辆肯定不是运损车。“车子到店时，我们会验车，也有专业的检验报告，否则我们不会放到店里售卖。如果是运损车而未提前告知客户，我们会退一赔三。”

记者从业内人士获悉，运损车指的是在新车运输过程中发生的损伤，如油漆刮伤、保险杠撞破，甚至是因车祸导致严重损伤等。这些车辆一般会以低于市场价的价格销售，并享受厂商的质保。至于优惠金额标准，该人士称：“如果是运输途中造成了 2cm 左右的小划痕，涉及重新喷漆，修复后流

或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

综合以上三点，消费者支付了购买新车的钱，4S 店理应向消费者交付新车，而不是剐蹭的事故车，这样的做法本身就是构成对消费者的违约，应该承担违约责任。本案中，消费者所购车辆的所有权并未发生转移，消费者应当有权选择要求 4S 承担继续履行，即交付一辆新车的违约责任；或者双方协商一致，交付剐蹭

电话总机：34160932

订阅热线：33675000

投诉实录

我的奥迪Q5 还没提车 就“破了相”

车主要求换车
4S店：赔5000元

向市场一般可优惠 2000 元；若是 5cm 以上甚至更多的损伤，那么会给出 5000 元以上甚至上万元的优惠。”

经过多次协商，公司承诺对该辆车进行修复并赠送三个油漆面。另外，销售员再赔付 5000 元给车主。“车主提出的 15% 要赔付 4 万多元，这个金额远远超出了我们的承受范围。我们也提出了一些相关的赔偿方案，5000 元已经是我们的最大诚意了。”销售主管称。沈先生则表示：“一个多月艰难维权，我只是出于无奈，认同了他们有关车损的赔付方案。但作为一线品牌，门店对于整件事情的处理方式和服务态度，依然令人难以接受。”记者获悉，沈先生已经提车并获得赔付。门店负责人还对于该起事件中的处理方式和不佳的售后体验给沈先生诚恳道歉，双方最终握手言和。

业内人士指出，面对消费者的合理诉求，车企售后服务人员理应积极面对，并拿出相应的解决方案，而不是一遇到问题就人为设置障碍，甚至搬出格式合同、霸王条款等，把责任和损失都推给消费者，到头来只会影响品牌自身的长远发展。

车并赔偿损失的违约责任。

为了合法保护自身权利，消费者在购置车辆时应注意：首先，消费者在购车过程中，应妥善保存所有交易凭证及相关证据材料。这些证据在发生纠纷时，可作为维权的重要依据。其次，在车辆交付前，消费者应进行全面细致的车辆检查，一旦发现车辆存在任何缺陷或异常，应即刻与销售商进行沟通，寻求解决方案。在问题得到妥善处理之前，消费者应坚持暂缓提车；若问题未获解决，消费者有权拒绝接受车辆。

广告热线：64177374

交通安全周刊电话：28953353

消息树

近年来，一种号称“遛娃神器”的新型遛娃车风靡市场，它比普通的儿童推车设计简约，方便携带，时尚新潮的款式颇受年轻父母的青睐。但是随着销量的增加，遛娃车的质量问题也逐步凸显。

珠海有一对父母带着 2 岁的宝宝外出遛弯时，没想到自家的遛娃车却对孩子造成了意外的伤害。在一段监控视频中显示，一对父母推着遛娃车带着宝宝遛弯，在进入一家市场时，地面连接处有一条裂缝，推车的前轮卡在缝隙里，推车后车轮离地后突然发生折叠，坐在车里的宝宝脸朝下直接摔在了地上。经法院认定，这款涉事遛娃车存在危及人身的不合理危险，属于产品缺陷。法院判定被告商店赔偿原告医疗费、护理费和精神损害抚慰金等共计 1.2 万余元。

记者在调查中发现，像这样的遛娃车造成的儿童伤害事件并不罕见，在一些视频网站，有不少推着遛娃车发生意外的视频。其中有的车子发生向前翻转，有的是出现侧翻，车上的儿童都不同程度受了伤。

近期，中国玩具和婴童用品协会对多家网络平台上销量较高的遛娃车开展了产品质量专项摸底调查。调查显示，300 元以下遛娃车销量超过 100 万辆，占比 74.9%，该价格区间遛娃车产品不合格率也是此次摸底调查最高的，为 92.5%；900 元到 1800 元遛娃车产品全部合格。

记者通过查阅本次摸底调查中产品的相关检测报告发现，有九款产品在网店页面和遛娃车实物以及外包装上都没有找到 3C 认证编号，同时这九个产品经检测均不合格。这九款涉嫌没有通过 3C 认证的产品在电商平台上销售，网页显示的销售量已经超过 30 万辆。

另外，有四款检测不合格的产品在其网店网页上虽然标注了 3C 证书编号，但是记者在市场监管总局官网上逐个查询后发现，两张证书对应的产品是骑乘车辆玩具，一张证书对应的产品是儿童摇摆车，而另一张证书对应的产品为儿童三轮车，也就是说这四款产品网店网页标注的 3C 证书编号对应的产品都不是遛娃车，涉嫌冒用 3C 证书。

(来源：央视新闻)

零售价：1.50 元

上报印刷

300 元以下产品合格率不到一成

『遛娃神器』竟成伤娃利器