

众多国内外知名品牌无法回避的难题——

# 安全气囊标准为何长期缺位

■ 本报记者 陈青松

近年来,由于汽车事故安全气囊未打开造成的伤亡事件屡见不鲜,由此引发的消费纠纷也频繁出现。

《中国企业报》记者调查发现,此类事件发生的过程几乎如出一辙:各厂家和4S店给消费者不是声称“没有撞到撞击点”、“速度不够”、“角度不对”等各种说法以推卸责任就是在检查后认为“安全气囊没问题”。

这些问题正凸显我国安全气囊标准缺失的尴尬。

相关事故关键词达 149 万条

《中国企业报》记者从汽车投诉网获悉,有关汽车安全气囊的投诉时有发生。车主李先生称,2011年农历12月的一天早上,一辆北京现代伊兰特连续直撞5棵大树(直径10厘米左右,均撞断)后,安全气囊都未打开,当时时速120—130,驾驶员受伤。但厂家给出的结论为:撞击力和速度不够。

同样来自汽车投诉网的消息,2009年11月28日,吉林长春的孙先生驾驶北京现代伊兰特从长春前往榆树市,因路滑再加上避让摩托车,导致车辆迎面撞上一棵大树,车辆受损严重,但没有一个气囊正常打开。事后北京现代称由于没有撞触发点,所以气囊没有打开是正常的。

事实上,因安全气囊问题现代起亚汽车已经不止一次实施召回。

媒体根据公开资料整理,2011年,现代起亚汽车集团在中美两国共召回12次,涉及车辆73.6万辆。其中,因为安全气囊问题召回四批次50万辆,涉及伊兰特、索兰托、圣达菲、维拉克斯等在中国销售车型。今年3月起,韩国现代起亚汽车集团在美国召回14.5万辆起亚远舰和RONDO,原因是气囊系统存在缺陷。

业内人士表示,由于目前并没有关于安全气囊方面的相关标准,所以以现有的条件来看,要反驳厂家的这一结论还有相当大的难度,也正因为如此,才让厂家在说“非质量问题”时显得底气十足。

据相关资料显示,近年来,比亚迪F0、奇瑞、力帆、长安马自达、一汽奔腾、丰田凯美瑞、北京现代悦动、伊兰特,甚至凯迪拉克、雷克萨斯、奔驰等众多国际知名品牌也深陷“气囊门”,且大多数案件难以解决。

《中国企业报》记者在互联网上以“安全气囊 车祸”为关键词进行检索,共显示相关结果约1,490,000个,有关发生事故后安全气囊打不开的案例更是涉及国内外各知名品牌,奔驰、宝马、奥迪、丰田、本田、现代、比亚迪等均在列。

安全气囊标准由厂家自定

《中国企业报》记者在调查中了解到,目前,我国评价汽车安全气囊是否存在缺陷的国家标准一直缺失,甚至连行业标准也没有。各汽车厂家使用的安全气囊,其标准都是由厂家制定的企业标准。

由于无法界定汽车安全气囊的质量及其匹配工艺是否合格,一些汽车厂商在处理此类纠纷时,动辄就拿“撞击角度不对或力度不够”来推卸责任,这几乎成了汽车厂家的“外交辞令”。

记者注意到,消费者与汽车厂商因此发生纠纷后,对于普通消费者来说,要想举证安全气囊不合格,难度非常大。当消费者和商家对此意见不一致时,一般只能通过鉴定来解决。



因安全气囊系统存在缺陷,现代起亚集团实施了多次召回,涉及伊兰特、索兰托等多款车型。 CFP供图

而事实上,目前国内有条件和能力的鉴定机构并不多,即使是做汽车安全的专业检测机构,也极少有人愿意接受个体送来的安全气囊样品质量委托检测。而有些机构又与汽车厂家有着千丝万缕的联系。

更重要的是,气囊的技术标准和数据目前都是由各个厂家自己来制定,即便进行鉴定,也需要厂家来提供技术参数,鉴定才能进行。由于各个厂家的技术标准存在差别,这同样给鉴定制造了难度和障碍。

一位投诉者在接受媒体采访时表示,没有权威的机构能够检测现代汽车的安全气囊合格与否,而现代汽车出示的检测报告是其按照自身标准的自我检测,怎么能不合格?

普通消费者在汽车维权过程中本就处于相对弱势地位,鉴定困难拿不到权威的检测报告,又没有国家标

准,要想在安全气囊方面打赢和汽车厂家的纠纷官司,几乎不可能。

《中国企业报》记者了解到,早在2009年10月份,辽宁、四川、河北、天津、江苏、江西六省市消协联名,向工业和信息化部、国家质检总局、国家标准化管理委员会递交了《关于尽快出台汽车安全气囊国家标准的建议函》。

该《建议函》称,由于标准的缺失,导致以下三种情况的出现,一是无法界定汽车安全气囊的质量及其匹配工艺是否合格;二是消费者与汽车厂商因此发生纠纷后,由于标准的缺失,导致消协组织的调解工作无法可依,从而使此类纠纷成为投诉处理中的一大难点;三是即使消费者因调解不成而起诉到法院,法院也往往因为标准的缺失无法判定产品是否存在质量缺陷,从而使消费者的正当权

益无法得到有效保护。

据《中国企业报》记者了解,有关安全气囊安全标准方面,国家只是在2006年4月出台了3项涉及安全气囊零部件的推荐性国家标准,它仅规定了单独某一零部件的试验方法,属于零部件在装配前的试验标准,而不是整个安全气囊集成系统的评价标准。它并不能作为判定气囊制造质量是否合格、气囊与具体车型是否相匹配的依据,更不能作为判定事故发生后安全气囊是否应该打开的依据。

2009年,媒体报道称,全国汽车标准化技术委员会已经启动汽车安全气囊国家标准研究项目,同时也已向国家标准化委员会提交了该标准的立项申请。

然而直到今天,有安全气囊的国家标准依旧没有任何进展。

记者手记

## 安全气囊只被厂商作卖点

■ 陈青松

一旦发生碰撞等意外事故,安全气囊便成为降低驾乘人员安全威胁的“最后一根救命稻草”。

记者发现,除了安全气囊标准缺失外,我国目前还存在规范安全气囊的宣传和正确看待安全气囊作用的问题。

首先,业内存在着汽车厂商和销售商片面宣传、夸大安全气囊的作用,在宣传中刻意突出“安全气囊”,将之作为一个突出卖点,让消费者觉得加装气囊和提高安全性能紧密相连,造成消费者过分信任,依赖气囊的保护作用,从而心甘情愿为价格不菲的气囊买单。

有消费者反映,买车时销售商一再强调安装了安全气囊如何能最大限度地确保安全。而一旦出事,则多方推诿,与之前不遗余力的宣传介绍形成鲜明对比,前后态度判若两人。

邱宝昌律师认为,其实气囊在刚进入中国后就被误导了,在气囊的英文名称中并没有“安全”这个字眼。“为了吸引眼球,我们把它翻译成‘安全气囊’,认为它就安全了,其实这是

一种误导”。

据称,我国目前并无规定汽车必须加装气囊,但越来越多的中档轿车甚至经济型轿车都把气囊当做卖点和利润增长点,大加宣传并拔高气囊的作用,误导消费者。

此外,国内相当多的消费者对汽车安全气囊的作用也存在误解,尤其是在厂商的以气囊为卖点的夸大宣传、误导下,认为“安全气囊”作用巨大的不在少数。有些消费者甚至过分依赖气囊的保护,认为只要发生事故气囊就应当弹出。

实际上,作为车身被动安全性的辅助配置,安全气囊在汽车碰撞事故中虽然对车内乘员具有积极的保护作用,但乘员也必须系上安全带。安全带在事故中对乘客的保护作用远比安全气囊有效,安全气囊只能在安全带的基础上提供辅助性保护。

因为从气囊工作原理来看,它起爆时的冲击力不亚于一次轻微的交通事故。如果不佩戴安全带,或者使用不当,有时气囊引爆时造成的伤害甚至有可能大于事故本身。此时气囊反而起负面作用。

多年从事汽车被动安全性研究

工作,主持开发过实车碰撞试验系统的工程师朱西产就曾发表过观点:“三点式安全带+安全气囊”的防护效果最好,其有效保护率达60%;仅使用安全带时有效保护率为43%—49%;而仅使用气囊时,有效保护率急降到18%。

这个统计数据能消除消费者两个认识误区:一是安全气囊并非万能;二是佩戴安全带十分重要。

朱西产指出,从救命的角度讲,两三百元成本安全带所起的作用,要远远大于两三千元成本的安全气囊。

范武认为,要彻底解决消费者对气囊的认识问题,首先监管部门应该明确规范汽车生产商和销售商的宣传行为,不得对气囊的作用作引人误解的宣传;其次要强制性规定生产商在随车产品说明书中从技术层面上全面、客观描述气囊的作用,打开的条件,使消费者明白在何种情况下它才可能起到被动安全保护作用;三是要增加对产品缺陷的警示说明,强调使用气囊必须配合系好安全带,安全谨慎驾驶才是最好的安全保护。

## 汽车召回的法治化困境

■ 本报记者 闵云霄

4月1日起,长安福特马自达汽车有限公司开始召回6万余台蒙迪欧-致胜、麦柯斯汽车;

之前,国家质检总局执法督察司曾约谈大众汽车(中国)投资有限公司相关代表,要求企业尽快采取切实有效措施,解决大众DSG变速器故障问题;

而针对近期进口雷诺梅甘娜2代汽车安全气囊螺旋开关故障问题和进口雷诺风景2代汽车仪表盘黑屏问题,质检总局也及时发布警示通告,要求车辆制造商立即采取措施消除安全隐患,召回存在缺陷的车辆;

因安全气囊线束干涉问题和底盘涂层磨擦燃油管路问题,沃尔沃汽车销售(上海)有限公司将主动召回1.2万余台进口2012款沃尔沃S60和XC60汽车……

短时间内,国家质检总局频繁发出召回令,不仅涉及品牌众多,而且召回规模较大,业界分析,这或可视为7年“难产”的汽车“三包”政策即将出台的强烈信号。

汽车召回阻碍重重

2011年中国汽车产销分别达到了1841.89万辆和1850.51万辆,继续稳居全球销量第一的宝座。

与此同时存在的问题是,汽车质量的投诉在不断增加。中消协日前公布的数据显示,2011年,全国消协组织共受理汽车投诉16805件,同比增长19.2%,投诉量再创新高。各类汽车投诉中,涉及质量安全问题的超过半数,占到了54.7%,涉及质量争议的投诉更是超过80%。

搜狐2011—2012汽车投诉报告显示,与往年相比,今年消费者对发动机类的投诉更为集中,占总体投诉量的34.3%,同时还有较多的消费者投诉悬架故障、避震断裂等相关问题。也就是说,消费者的专业知识更丰富,维权意识也更强。

“尽管投诉率如此之高,但是企业投诉处理的效率却极不相称地偏低,有积极和良好反馈的企业占据很小比例,投诉流程繁琐、反复投诉的现象时有发生。”一位业内人士告诉《中国企业报》记者,消费者投诉中还反映了不少问题,比如汽车检测机构少、检测费用昂贵、检测时间长、相关标准不完善,也使得消费者难以掌握有利的维权证据,消费者更是由于“举证难、求偿难、维权难”而重重受阻。

2010年4月,在浙江工商行政管理局对丰田公司的强势交锋下,251位浙江RAV4车主获得了约300元的召回“补偿”,但是全国仅此一例,其他地区依然“忍气吞声”。在我国,汽车产品召回基本都是企业自主报备,很少案例是通过消费者投诉、质监部门或第三方技术检测渠道发现。消费者在维权时基本都是单打独斗,很少能获得政府的支持。



部分车企不愿召回有缺陷的车辆,除了民众的负面看法外,更多的是缺乏强有力法律标准和处罚措施。 CFP供图

现行规章约束力度有限

2004年由国家质检总局颁布的《缺陷汽车产品召回管理规定》指出,由于设计、制造等方面原因而在某一批次、型号或类别的汽车产品中普遍存在某些缺陷,制造商必须组织销售商、修理商等采取修理、更换、收回等措施。

在美国市场,一个企业一次性召回百万辆以上的车型的案例比比皆是,但中国没有一起这样的案例,美国累计召回的车辆在2亿多辆,为中国的近80倍。

为什么国外的大规模召回到中国就成了“没有问题”,自主品牌的质量也获得如此“有保障”?《中国企业报》记者采访得知,部分车企不愿召回有缺陷的车辆,除了民众的负面看法外,更多的是缺乏强有力法律标准和处罚措施。

目前,中国仅依靠《汽车缺陷产品召回规定》这一部门规章约束相关汽车企业,企业在中国受到的约束远远小于海外。虽然该《规定》指出,如果主管部门发现汽车存在缺陷,而制造商又拒不召回,可以实施强制召回。但实施强制召回的话,需要提交通知、发布公告等多项程序。

此外,处罚力度有限也是厂商不愿召回问题车辆的原因之一。现行相关规定中,对汽车企业和经营者不履行召回义务,主管部门最多对其警告和要求重新召回,罚款额度为每次1500元,处罚金额最高也仅为3万元,而在美国,这一标准则是1500万美元,而厂家隐瞒严重质量缺陷及真相的,负责人可能被判处15年的徒刑,厂家可能罚款1500万至上亿美元。

呼吁召回立法

“召回门”给中国的最大启迪,也许不是企业对产品质量的重视,而是国家对法治治理的重视。中国汽车流通协会副秘书长罗磊呼吁,要为汽车缺陷召回立法。

自2004年10月1日《缺陷汽车产品召回管理规定》正式实施,开始了中国汽车召回的破冰之旅。但这属于部门规章,至今没有出台一部完整的汽车召回法规。

并且,业内人士指出,《缺陷汽车产品召回管理规定》涉及的汽车召回对象、对于汽车制造商等的处罚手段等都在一定的不足或缺陷。

事实上,对于我国《缺陷汽车产品召回管理规定》在实践中暴露出的种种问题,相关政府主管部门并非无所作为。

今年2月初,由国务院法制办发布的《缺陷汽车产品召回管理条例(征求意见稿)》(以下简称《条例》)使得汽车召回被重新提上日程。

关于这次《条例》,多方均理解为是汽车召回的一次彻头彻尾的“升级版”。

据悉,相比与原规定,新条例中处罚力度也可谓空前,如对于生产者隐瞒缺陷,不启动或实施召回的,最高可以处以相关产品总货值50%以下的罚款和没收违法所得;生产者不配合调查或提交相关报告的,也可能面临最高达100万元的罚款和没收违法所得。

分析认为,“处罚力度的空前提升,被认为是企业对实施强制性召回的极大约束,而多年来不少跨国车企在海外与中国市场召回的双重标准,也将面临法规制裁。”

车展直击

## 上汽集团整体亮相 2012 北京车展



上汽集团室外展区 本报记者 陈青松摄

在第十二届北京国际汽车展览会上,上海汽车集团股份有限公司(以下简称上汽集团)以“创新驱动 创赢未来”为主题,齐聚旗下自主品牌和合资企业,在E2馆、E5馆和室外展区共展出了8家整车企业的103辆新车、11款首发车型以及自主创新的节能环保车型,体现了重组整体上市后

上汽集团的整体实力。

在国内颇具知名度的上汽荣威和MG品牌在E2馆开设联合展区,展出了荣威950、MG5和MG Icon概念车等最新车型,开启了自主品牌乘用车第二代产品投放的序幕。

在室外展区,上汽集团商用车公司旗下国际传奇商用车品牌MAXUS

大通展出了最新的车联网物流车、车联网专用校车、商务休旅车、V80 尊杰版和右舵商旅版等系列车型。MAXUS

大通车联网物流车和车联网专用校车以全网络、智能、安全、高效、便捷和人性化设计为特色,旨在推动商用车行业迈入新时代。

凯迪拉克、别克、雪佛兰三大品牌32款车型则代表了上海通用的乘用车阵容,其中集前瞻设计、豪华轿跑驾驶乐趣以及电力驱动系统三位一体的凯迪拉克ELR电动豪华轿跑车即将量产。上海通用汽车携手泛亚汽车技术中心主导设计的别克Envision SUV概念车,搭载插电式混合动力系统,代表了别克未来SUV发展趋势;而继承了雪佛兰全球设计DNA、代表了雪佛兰未来产品趋势的雪弗兰Miray概念跑车,可达到性能和油耗的完美平衡。

在商用车方面,上汽依维柯红岩展出了杰狮牵引车、自卸车、粉粒物

料运输车。其中杰狮牵引车由中意两国专家精心打造,整车进行了轻量化设计,在此次北京车展首发。

此外,上汽集团还展出了多款新能源车,上汽集团攻坚电机、电控、电池“三电”瓶颈,已经初步构建起国内领先的三电核心技术研发和新能源汽车关键零部件体系,为产业化工作打下了重要基础。

上汽集团形象展示区展出的新能源车主要包括:已于2011年投放市场的荣威750Hybrid混合动力轿车和别克君越eAssist混合动力轿车;今年即将批量投产的荣威E50纯电动轿车和荣威550插电式混合动力轿车;曾参与2010年上海世博会示范运行,并在2011年必比登挑战赛上取得优异成绩的自主品牌PLUG-IN燃料电池轿车;合资企业本土化研发的最新成果——上海大众朗逸电动车。(陈青松)