

4S店出现关停潮 谁来保障用户权益

“品牌授权已取消”“公司当前暂停营业”“已提出退网申请”……近期，部分传统车企4S店停业或闭店的消息引发关注。“新华视点”记者在多地展开调查。

1 多家4S店闭店停业 消费者权益受损

近日，宝马全球首家5S店北京星德宝汽车销售服务有限公司闭店停业。

记者日前来到这家位于北京东五环的门店，紧闭的大门外张贴着通知。通知显示，公司目前面临严重资金压力，宝马品牌授权已于2024年10月20日终止，目前公司暂停新车及售后相关业务。

记者在北京汇京柯曼凯迪拉克4S店看到，一楼展厅内已被腾空，经询问隔壁其他品牌4S店工作人员，得知“已倒闭一段时间”。该店大门上贴有通知，称因经营不善，正式于9月30日闭店。

记者在重庆了解到，当地也出现多家4S店关停的情况。汽车经销商集团广汇汽车在重庆的多家4S店中，已有至少3家关停。凯迪拉克在重庆的多家4S店也已关停。

位于重庆两江新区汽博片区的雪佛兰4S店于9月底关停。记者在现场看到，该店贴出的公告显示，“公司经营困难，已向上汽通用厂家提出退网申请”。目前，这家4S店在重新装修，改设为比亚迪方程豹4S店，广告牌上提示“即将开业，敬请期待”。

多家4S店宣布倒闭，部分消费者面临维权难问题。

一些门店信息通知不到位，消费者“一头雾水”。

“我从其他门店员工口中才知道购车的5S店倒闭，门店没有给我发短信，不知道具体哪家门店承接，我也没有时间去现场看。”广东深圳宝马车主刘女士表示，剩余13次

的机油保养后续不知如何处理。

也有不少门店承诺会将消费者权益转移至其他门店。

星德宝公司一名工作人员表示，目前每天都有前来问询的客户，会登记保养套餐等权益信息。记者看到，他手中的登记目录已有数百人的信息。这名工作人员表示，客户权益将会被转移至其他4S店。

重庆两江新区汽博片区的雪佛兰4S店公告显示，计划将现有客户权益转移至广汇汽车所属另一家销售别克车型的4S店，后续将由该店承接约定的权益内容。重庆丰尚汽车销售有限公司总经理陈瑜告诉记者，不少车主的保养套餐直接从厂家处购买，不会出现“消费者权益没人管”的情况。

然而，即便被告知有承接门店，不少消费者也面临更换门店路途遥远、权益保障“打折”等问题。

广东东莞一名宝马车主告诉记者，承接门店有近30公里之遥，剩下的7次保养也从免费变成收费，承接门店表示可以打“五五折”“转过去还不如去外面做保养”。

在江苏扬州凯迪拉克维权群中，不少车主也表示，原门店购买的“双保无忧”服务在承接门店面临“不通用”的问题。有车主担心承接门店同样有风险，主张退款维权，但一名奥迪车主告诉记者，投诉后得到的答复是，因剩余保养由承接门店提供，商家无法满足退费诉求。



3

完善渠道退出机制

华安证券汽车行业首席分析师姜肖伟认为，4S店关停后，车主主要面临维修、保养不便，以及车机系统宕机、保险续保等问题，建议由主机厂上收发动机、变速箱延保等消费者最关切的权益服务，延长服务链条；调剂属于同一个品牌或汽车集团的4S店有序承接关停的车主服务事项。

业内人士建议，当前汽车产业竞争激烈，部分经销商面临资金链断裂风险，可由行业协会牵头，排查相关风险隐患，评估汽车经销商的授信状况，遏制可能出现的行业爆雷，更好保障消费者权益。

促进汽车市场的长期稳定繁荣，需要从供需关系上解决梗阻，提高供给与需求的适配性。

对于部分面临经营困局的4S店，转向代理新能源汽车品牌是出路之一。不少人注意到，从小鹏、阿维塔到比亚迪旗下的腾势和方程豹，“直营+经销商”的双轨模式正在成为新能源车企的新选择。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树建议，打造直营加经销为一体的汽车销售模式，在主机厂支持下，以新能源汽车为抓手，开展订单制售车。汽车官方后装市场、新能源汽车的保险服务等，未来都将是行业新增长点。

伴随市场变革，汽车品牌渠道网络加速调整，业内人士建议，要进一步完善渠道退出机制，实现渠道网络的动态调整，把握市场脉搏。

在张永伟看来，车企与经销商都需因势而变。在产业变革阶段，企业不能局限于现有产品与技术，需要构筑面向全产业的竞争力。汽车市场新一轮格局重塑下，“大浪淘沙，不进则退”。

新华社北京11月13日电

时评

理发店火了，服务真诚就能收获人心

近日，湖南怀化市一家理发店火了。带火这家店的发型师晓华，被网友称为“听得懂话的理发师”。不少人说经她一番打理，顾客可以“笑着走出理发店”。这家甚至需要排号才能进的理发店，火的“密码”在于用心用情把普通工作做真做好。

理发是老百姓的刚需。消费者不管是剪发、烫发还是染发，都会多多少少提出不一样的需求。构建让人满意的消费关系、满足消费者别样的需求，落到根本处，就是真诚服务。

这位普通劳动者的走红看似偶

然，背后是日复一日坚持把手头的事干好。晓华的愿望只是想做个普通发型师，剪好头发就行。她的手艺在进步，但价格却没变。消费者也对理发店“用脚投票”，回馈发型师全心全意的付出。

构建良好消费关系需要用心用情。这家理发店能根据顾客特点设计发型，把顾客要求用心落到实处。不管是“刘海在眼睛上面一点、眉毛下面一点”，还是“稍微修得蓬松一点”，抑或是“把后面剪饱满一点”，基本都能得到较好满足。很多看似简单的工作，要做得长期让人满意其

实并不容易，关键在用心用情，千行百业都是如此。

生活不会亏待每一个在工作岗位默默耕耘的人。小小的理发店受到欢迎，反映出消费者对获得优质服务的热切期盼，也是对踏踏实实做事的劳动者给予回馈。大到一个行业、小到一家店铺，用看似“最笨”的方法练好内功、做好服务，才能获得市场的认可、实现自身价值。

提振消费的要点在于供给侧和需求侧的紧密贴合。当前，各地正在想方设法把促消费和惠民生结合起

来。此时尤其需要在供给侧深入挖掘潜力，提供更高质量的产品和服务，营造放心的消费环境，以更有温度的方式满足需求侧广泛的个性化期盼，找到与消费者的多维度联结，与消费者产生深度的价值契合、情感共振。

在互联网上一家理发店的热度会很快消退，但普通劳动者“出圈”的道理不会褪色。

我们期待，用心用情干好每件工作，以真诚服务收获人心的启示能广泛播散，为这个冬天添一把“火”，温暖更多人。新华社长沙11月13日电