

如何保護汽車消費者之權益

賴鼎元*

壹、前言	伍、汽車維修之定型化契約
貳、汽車買賣定型化契約	陸、汽車保險消費者喪失權益有多少
參、汽車安全瑕疵之召回	柒、結論
肆、中古汽車買賣定型化契約	

壹、前言

消費者保護涉及的層面非常廣泛，涵蓋每一個人的食、衣、住、行、育、樂等各方面，保護消費者的工作攸關全體國民生活福利。尤其近年來經濟快速成長、科技發達、商品日新月異，民衆消費型態急遽變化，以及消費意識抬頭，消費者要求提高消費品質、服務及維護消費安全，重視消費者保護法（下稱消保法）、消費者權益，因此保障消費者的思想已蔚為世界潮流。

行政院消費者保護委員會（以下稱消保會）主任委員一職相當特別，係由行政院副院長兼任，相信有其特別的作用。大家都知道，人人都是消費者，有機會為全國二千三百萬人民服務，更有責任為全國人民的消費安全、消費權益、生活品質把關，這的確是一項極有意義及挑戰的任務。

消費者保護之思潮，係國家社會進步之產物，亦是推動國家社會進步與發展的重要因素，更是現代化社會進步與發展的重要衡量指標之一，在我國力求國家社會發展與進步，以邁向二十一世紀先進國家之林的同時，消費者保護的推進與落實，自然是不容忽略。

行政院消保會雖然努力在推廣消保法，但宥於經費有限，心有餘而力不足。立法院的諸位委員可說是一面傾向企業經營者（而企業經營者都以財大氣粗之態而自

*本文作者為中華民國汽車消費者保護協會理事長

豪)，若企業經營者背後又有具備法律知識的智囊團為其遊走法律邊緣，甚至鑽法律漏洞，在「上有政策下有對策」的情況下，以種種理由推卸責任，如此弱勢消費者往往喪失權益。

另外，消保會的經費短少，實難以有效發揮功能，加以各部會各自為政，未能配合消保會的政策，一味排斥消保團體，視消保團體為「麻煩製造者」。例如汽消會參加交通部、經濟部等汽車保護相關會議，出席費未拿無所謂，但連最基本的交通補助費都沒有（本會在高雄，到台北開會，早上五點半就要起來，搭七點的班機才趕得上時間開會，如機票、計程車等都須自費，每次約五千元），可謂一毛不拔的政策，甚至說明如果你要保護消費者就來開會，不來開會也沒有關係，反正要消保團體早早「倒店」較安靜。

看看鄰近的國家如新加坡、韓國、香港等政府如何保護消費者以香港消費者委員會為例，去年的經常性支出約台幣三億二千四百萬元，政府劃撥經費約三億零五百萬元，大約占全部經費百分之九十六，且香港人口只有六百七十萬，經換算每人約台幣四十五點八元；而台灣人口二千三百萬，每人卻只有台幣二點一元用於消保，相差二十倍之多。試想，一年每人只有二點一元的費用，能保護到多少消費者的權益？

貳、汽車買賣定型化契約

汽車買賣定型化契約之糾紛

- （一）審閱期應為三天（應為 72 小時）以內可退定金，車商卻自己定義，例：5/1 至 5/3 就是三天（頭尾算）（不滿 72 小時），就說超過審閱期不還定金，要沒收或藉口可保留要消費者自己找朋友來買。
- （二）因標的物重大瑕疵之解約或更換新車，瑕疵之認定：買賣標的物有下列情事之一，得由雙方同意之專業機構鑑定或由買受人逕行委託中央主管機關公告之專業機構鑑定，鑑定結果證實係因機件瑕疵所致者，出賣人除應負擔鑑定費用外，買受人並得請求更換同型新車，或解除契約而請求退還已付之價金及自受領日起至返還日止依法定利率計算之利息：

- 1.交車後日之內，於行駛中煞車失靈，經送出賣人檢修 次而未修復者。
- 2.後日之內，於行駛中突然起火燃燒者。
- 3.後日之內，於行駛中突然熄火故障，經送出賣人檢修次而修復者。
- 4.後日之內，於排擋時發生暴衝者。
- 5.後日之內，於行駛中引擎溫度升高至極限，經送出賣人檢修次而未修復者。
- 6.重大瑕疵，有危害生命安全或身體健康之虞，經送出賣人檢修次而未修復者。

以目前重大瑕疵之認定，車商都會在契約書上，交車後「?日」欄上填上30日或60日，而一般車輛瑕疵往往要在3至6個月之後才能顯現出來，車雖多次送修，仍難以被認定有瑕疵，讓消費者開車「怕怕」的恐懼心態。

例一：馬自達休旅車瑕疵案：台北地方法院判決

有位李姓消費者去年二月間以一百零五萬九千元，向馬自達汽車經銷商購買一部Tribute 3.0休旅車，李先生說：車子剛開到一千公里就經常無故熄火，其中一次是在台北市新生高架橋上，另一次是準備下高速公路交流道時，他說：「還好當時後面沒有大卡車，否則就變成「烤雞」。李先生不敢再開這輛車，故要求解約，但車商不肯，也請消保官介入，但對方仍置之不理，他才尋求法途徑解決，向台北地方法院提起訴訟。經一年多的官司，法官認為，李先生所購買的休旅車會突然失去動力，可能造成後方車輛煞車不及而發生車禍，對李先生及社會大眾生命造成威脅，因此判決馬自達公司應返還李先生購買之價金一百零五萬九千元。

◎車子開不到四個月，卻經常在行駛中無故熄火拋錨，馬自達經銷商雖更換四個電瓶、三個發電機，卻仍無法找出熄火原因。

馬自達公司委任的律師說：李先生的休旅車其實已修復，馬自達公司也同意更換新車(按汽車買賣定型化契約第九條，因標的物重大瑕疵要求解約或更換新車，是由消費者選擇而非由企業經營者來決定。而要求解除合約時，可請求退還已付價金及自受領日起至返還日止依法定利率計算之利息)，但李先生不接受，因此馬自達公司表示：「一定會上訴，且不排除要求法官勘驗車輛」，馬自達公司客服中心並說已盡保固原則與關懷義務。

按無故熄火是無預期的，馬自達公司要求「法官勘驗車輛」，是欺騙法官同時也欺

騙社會。以本人專業研究汽車 52 年經驗都未能鑑定無預期的無故熄火原因，法官未有專業知識能夠勘驗出來嗎？瞬間無故熄火，只要看維修記錄就可以判斷，若有更換零件，消費者應予保存，以作為求償的證據。

例二：馬自達貨車高速公路行駛中，貨車車軸斷裂後輪飛出釀事故

九十二年六月十六日，設籍南投的黃姓民衆駕駛馬自達貨車車號9J-5033，民國九十年九月出廠的貨車，沿國三道北上行駛，行經三百零四點五公里處的內線車道，貨車突然失控，右後輪車軸斷裂，右後輪當場飛出，貨車翻轉兩圈後撞上護欄，車體嚴重變形扭曲。

案發後黃姓民衆與車上的小舅子分別受輕重傷，他們自認當時行車狀況正常，後方也未有來車追撞，右後車輪子怎麼可能突然飛出去？因此懷疑車輛本身瑕疵，傷癒後向南投縣政府消保官提出申訴。

不過，根據馬自達公司鑑定報告，強調該車後軸的斷裂面，並無所謂的「海灘紋」？因此認定破壞模式為過大外力影響所致，瞬間導致後車軸斷裂，並非材料本身的缺陷。

南投縣消保官協請財團法人車輛研究測試中心、金屬工業中心等機構，以科學儀器仍無法判定肇事的真正原因，最後請本會派員鑑定（賴鼎元）。本人以實際理論法、目視觀察法，另配合他廠車軸熱處理比較法做鑑定，發現事故車的車軸斷裂表面都是白色，周圍圓圈呈不規則狀，顯示在生產的熱處理過程中有瑕疵，極有可能是熱處理過度，至於他廠車軸的周圍圓圈則十分平均。本人強調，經過七月及九月召開兩次的鑑定委員會討論，肇禍原因應是該貨車的後車軸品質有瑕疵，導致行駛間突然斷裂，輪子才飛出去。

消保官協商多次協調無結果，馬自達公司都以產品無瑕疵，因為馬自達公司工程師已鑑定過（球員兼裁決），行駛中車軸瞬間斷裂為外來因素所造成為由，馬自達公司服務部門無法賠償消費者一毛錢，態度強硬。

經黃姓消費者要求本會鑑定，本會車輛瑕疵鑑定委員會鑑定結果為右後「車軸熱處理過度」引起應為零件瑕疵，非馬自達所稱謂之外來因素。車輛在高速公路行駛中，如受外力影響所致引起車禍，可要求國家賠償。

所謂「外來因素」是指路上有障礙物，然高速行駛中為何前輪未撞到異物而後

輪會撞到異物？如後輪撞到異物，為何後懸架系統、鋼片彈簧未有移位或變形狀況，甚致鋼片吊耳、U型螺絲都未移位現象？

本會為求証事實真象，再購買其他車廠牌之後車軸一支以及馬自達新車後車軸一支，做分析檢驗比較。他車廠牌之後車軸熱處理呈現有規律之0.5公分白色熱處理圓形花紋，均符合標準，而馬自達全新之後車軸則呈現左0.8公分、右0.5公分不平均之花紋，並未符合正常規定。

參、汽車安全瑕疵之召回

為有效維護汽車行車安全並合理保障消費者權益，針對存在通案（各地消保官或消保團體申訴案例）之安全瑕疵有重大危及行車安全之車輛或車型進行召回改正。

此係汽車、車身製造廠（所謂國產車）或總代理商、貿易商（水貨商）（以下簡稱「企業經營者」）對其製造、銷售或進口之汽車應負之責任，此於歐、美、日地區國家發展已久，也是汽車產業發展成熟指標之一，並可促進消費者與企業經營者良性發展。而鑑於汽車係目前世界陸上運輸，最主要且使用最廣泛之運輸工具，故為確保車輛行車及使用之安全，汽車安全終為世界各國車輛管理及產業發展主要之核心重點。

現行我國消費者爭議調查處理係依據八十三年一月十一日（總統以義字第0一六五號公布）公布生效並施行之消費者保護法為基本法，故有關汽車消費爭議問題，係應先適用消費者保護法規定予於解決。

本會創立於八十二年六月二十七日（本人是創會之原始會員，當時當任常務理事），創立之時行政院消保會尚未成立。惟汽車消費者糾紛案件依性質可能涉及車輛整體設計瑕疵，或使用人使用不當所致，故而本會八十四年起收集國內外之汽車瑕疵案例資料以做參考，與各學者專家研擬如何保護汽車消費者，催生經濟部的『汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項』。當時全部車商為了自己的利益一致反對，經本會努力爭取三年後，八十七年六月十七日公佈汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項，八十七年十二月十七日公告正式實施。

汽車的整體設計生產、製造、功能之安全、耗能、排氣、噪音瑕疵或零件瑕疵，

或一般汽車買賣分期付款，及汽車維修等之分類，分屬不同中央目的事業主管機關權責。其中車輛安全性亦涉及消費者購車後之使用操作是否適當、維修保養情形是否按照使用手冊去保養等，爭議很大。就車輛安全瑕疵之調查改正，美、日國家均有訂定專責法令規定，日本道路運送車輛法，規範對於車輛之構造、裝置或性能因設計或製造過程所產生的瑕疵經認定無法符合保證安全基準時，企業經營者應採取改正措施，並於召回提出作業要領中規範車輛召回處理程序。

肆、中古汽車買賣定型化契約

汽車為生活中不可或缺的一部分，因為大量生產難免會有些瑕疵，因而可能引起汽車消費的糾紛。現雖有經濟部所規範的「中古汽車買賣定型化契約範本」，但都未落實實施，主管機構經濟部難辭其咎，因為事實上中古車商100家中，有99家都未簽寫定型化契約，另定「訂購合約書」之賣與買不同之合約書，顯然違反公平交易法。

車商口號一致都表示是經某人託賣的，車行只是仲介而已，並出示委託書給消費者看。但事實上，委託賣車的人少之又少，大部分都是車行以人頭名義買入的。而消費者買車時，車商大多只提供一張A4的車輛「訂購合約書」而已，並未填寫定型化契約，待交車時，車商還會將「訂購合約書」收回，以致事後消費者無法留下證據，求償困難。

車商雖有三大保證：1.保證非泡水車、2.保證非重大事故車、3.保證非贓車，另加免費保固3個月，或5仟公里，但事實上，卻常常連消費者當日買的車子都不能退車，有的車買回二、三天就毛病連連，車商相應不理，藉口說中古車小毛病都有。更讓人難以心服的是，中古車商甚至掛上各縣市汽車公會的「優良車商」紅布條來誤導消費者。

陷阱1：泡水車的「北車南賣」或「南車北賣」

也就是說，以市價3至4成價錢收購台北地區的泡水車，小修一番後運到南部，再以市價九成賣給消費者，這其中利益達40%以上。由於泡水車事後故障並非短時

間內會顯示出狀況，出毛病大約已是1個月後的事了！

不甘心的消費者求證後，才知買到的是泡水車，但是車商都有一致的說詞，表明只是仲介而已，原車主並未告知是泡水車，所以無法退車還錢，甚至折價買回都不願。更有惡劣車商還表示：「說不定是你自己泡到水要來找碴」，消費者往往只有呼天喊地的感嘆。

陷阱2：重大事故車輛拆解後再買賣

有不肖業者將兩部遭遇重大事故的車子，切割合併成爲另一部車子，且重新烤漆，再偽造車身號碼賣給消費者，等到5年1期的檢驗時，消費者才發現，但欲找車商釐清事實時，車商店面已改裝，連店名負責人都改了，消費者求償無門、驗車不通過怎麼辦？如熱鍋上的螞蟻，只好另外找門路，再花錢請黃牛檢驗才無事（市面黃牛行情2萬～5萬元，看車種而定）。

陷阱3：贓車

車商專找不能修復的重大事故車，例：因九二一大地震受壓損壞的車輛，將車籍賣給中古車商。

車商利用舊車牌照、車籍，勾結竊盜集團，竊盜同顏色新車型或原型車，偽造引擎或底盤、車身號碼，以「借屍還魂」車或一車兩賣（A、B車）方式，賣給消費者，而消費者貪小便宜入其陷阱而不知，以爲買到便宜車。

在桃園縣復興鄉的萬小姐就是受害人之一。2001年4月25日陪同先生北上談生意，行經台北市士林區承德路七段的汽車街，因她一心想買一部中古車代步，便以20萬元左右向汽車廣場買了一輛1996年裕隆出產的MARCH，開了一年多都無事，直到2002年10月開去台北，卻被警方查出是贓車而被扣押，警方還告訴她，該車已被轉賣多次。萬小姐事後向車行質問爲何賣贓車給她，車行以「不知車子是贓車」爲藉口推託，還放話要等司法判決後再決定是否理賠。萬小姐氣憤的說：「平白損失將近20萬元，車子被扣，還得打官司，真倒楣！」。經查證，原賣車的車行已改換招牌，負責人也已換人。

陷阱4：改裝短期租賃車或計程車

所謂的租賃車，可分為長期與短期。長期租賃車，一般是租給企業公司或特定人士，租賃期可以分6個月或1年，此種車與自用車並無二樣；而短期租賃車，也就是一般的租賃車公司（可租1天、2天或一週）的租賃，只要有駕照都可以租到，而真正的駕駛人是否有開車的經驗、駕照，也沒有辦法查證，所以肇事率非常高，若要轉賣，應誠信告知消費者肇事狀況，如消費願意買也應低於市價而賣之。

租賃車行大約2至3年，就會將這種車以低價賣給中古車商。中古車行利用人頭到監理單位變更為二手車，再提出二手變更車籍後的證件，不必再用第一次的證件，就可賣於第三手消費者，因此讓您無法辨識是計程車或是短期租賃車改裝，以這種方式欺騙消費者、獲取暴利，鑽法律漏洞。

陷阱5：竄改路碼表里程

這也是中古車商的伎倆之一，車商大多把路碼表「以多改少」，例如該車已經開了10萬多公里，但車商將其改為5萬多公里，甚至把二手車說成一手原裝車，或把2000年車說成爲2001年的車，高價賣於消費者。消費者由於未有專業知識，容易吃虧上當。

陷阱6：非法途徑的貸款與定金不退還

現在的車商都會說，無論您的信用怎麼壞，都可以全部貸款，甚至您買的車子40萬元，也可貸50萬元。

曾有消費者向汽消會申訴，當告知車商，信用卡逾繳已破產被停卡，無法貸款時，車商卻表示：「有辦法再申請另家信用卡，並可以貸到全部車價50萬元，但要付定金，現金5萬元」。消費者不明就裡付了5萬元，7天後車行拿出2張新申請的信用卡，並表示：「50萬元貸款中，只能貸到30萬元，要消費者自付20萬元，扣除定金5萬元後，再付15萬元現金，如不繳交就算是違約，定金應被沒收」。

消費者白白損失5萬元，車商還振振有詞的說：「實在是消費者信用太差所致，不然可貸到全部款項，能申請到2張信用卡已不簡單」。一個信用破產的消費者（被停卡）尚能申請另2家銀行的新信用卡，真是奇蹟！

陷阱7：權益車的買賣

所謂「權益車」是指集團組織利用人頭貸款，分期購買高級車輛，例如賓士車及BMW，大約繳貸款1期至2期就不繳，並低價轉賣給中古車商，也向車商說明不能過戶，但有行照及證件證明非贓車，沒有風險。然後車商會去找些貪小便宜的消費者，以市價約3至4成的價格，例如BMW大約65萬元、賓士車大約80萬元的價格，賣給消費者。

而消費者自陷其阱的誘因有三點：第一、不用繳牌照稅、燃料稅；第二、不怕交通違規紅單，高速公路超速、闖紅燈等，所有違規單都不用繳多好，由原車主來負責；及第三、車齡只有1年（5年檢驗一次），只要不被銀行或貸款公司抓回就好，開個3~4年絕無問題，而且是南車北賣，銀行與公司均難找到車輛，可以放心使用。但等消費者買回後大約3個月左右，車商會將消費者留下的地址、電話告知銀行與抓車公司去拖吊，再賺3~5萬元的抓車獎金。

消費者購買中古車時，最好要求車商簽定「中古汽車買賣定型化契約」，如有訂購合約書，不可被收回。本會有一案例，消費者買到一部車，前段為白色、後段為黃色車，再焊接成爲一部拼裝車，重新變更噴爲銀色。買後20天到保養廠保養，才知是一部拼裝車。來本會申訴，雙方未達成協議，告到法院，消費者敗訴，因合約書被收回，被車商改爲重大瑕疵80%才可退車。惡劣的車商還說：「合約書有二張，一張給消費者，是消費者故意不拿出合約書而敗訴」，消費者感到無奈真想自殺。如車商收回合約書，應留存影印本；交車後，一定回原廠保養，更換全部機油及體檢引擎號碼、底盤號碼、車身號碼是否改造，如有改造或重大車禍，原廠都有記錄，若發生問題，消費者才有保障。

伍、汽車維修之定型化契約

大部份汽車維修車廠都未使用定型化契約，大都以估價單做爲雙方的合約。就汽車的維修零配件來說，有正廠、副廠、仿冒、中古零件（所謂殺肉、竊盜分解之材料）。一般經銷商都以正廠零件換之，不敢以副廠或中古材料去代替，修車費用較高，糾紛較少。而一般傳統保養場就花樣百出，估價的零配件價目大約經銷商的價

目6~7成價為準，也全部正廠零件估價，誤導消費者去評估，而授權修理，等到有一天發覺部份外表零件看得到都是副廠，或中古零件，氣得半死；看不到（須拆卸才看得到）就無法去辨別。

案例一：消費者林小姐來會申訴，她有一部VOLVO汽車因車禍受損開到專修外國名牌標誌車廠維修，經估價41萬多成交，修好後又發生毛病，到「原廠」經銷商檢驗才知所換的材料大部份非原廠，憤而向消保官投訴，要求本會鑑定。本會經鑑定以外表看得到零配件後，證實大部份非正廠，如前擋風玻璃VOLVO標誌打在前擋風玻璃正下方，而一般正廠玻璃標誌都打在汽車玻璃左下或右下方，有可能是大陸仿冒品，但保養廠死不承認，如消保官調解不成，消費者就得打官司。

案例二：消費者王先生來會申訴買了一部豐田1.8車子，里程表才45,000公里尚在保固期內，而車子跑不順，抖動得很嚴重。車商向消費者說觸媒轉換器壞了，是人為問題，要自付3萬修理費。經本會說明觸媒轉換器不可能引起引擎發抖，本人說要到車廠看看，車商馬上回應說非觸媒轉換器壞，而是引擎問題，要拆卸才知毛病在那裡。本人馬上趕到豐田高都楠梓廠查驗，引擎也未發現有毛病，要求拆下火星塞觀察，廠商不理，只好自己拆下檢查，發現二顆火星塞跳電不良，當場要求廠長換火星塞四個（付400元），試車40分鐘（高速公路）後未發生抖動現象，已排除毛病，車輛行駛正常。試車後當場向廠長警告，消費者非呆子不要吃定消費者。類似情況很多，難以一一表明。

陸、汽車保險消費者喪失權益有多少

汽車廠商與保險公司勾結之現象

一、買汽車分期付款期間都要買保險（所謂甲式強制險），國產車車價50萬大約保費每年7~8萬，保險公司付車商佣金大約保險費總價的20%~30%，例如8萬元的保險費車商就有二萬四千元的佣金可拿。最惡劣的車商（案例）是本會接受高雄黃姓消費者申訴於91年1月初向高雄市高都豐田汽車訂購一輛1.8車輛，91年1月底交車，保險9個月尚未收到保險收據。向高都豐田外務及服務部查詢，都以會趕快催保險公司寄去。經本會向保險公司查詢，該車保險單已寄車商，為何未給消費者，保險公司不了解。經本會與消費者前往保險公司補

發，才發覺該車 1 月 15 日向監理處掛牌，隔日 1 月 16 日就報出險 27,555 元，1 月 30 日才交車，理賠費已匯入高都豐田帳號（出險單消費者未簽字），而且高都豐田汽車外務向消費者收保費是 81,417 元（實際保費收據 52,042 元）吃掉保險費 29,375，合計吃掉消費者 56,930 元。本會向保險公司說明為何做此非法之事，保險公司說：「很無奈，因高都豐田是大客戶，高都豐田的要求不得不配合，不然以後高都豐田的保險都不能接案」。本會認為高都豐田犯上三大罪：1、偽造出險（偽造文書）2、高收保費（侵占）3、詐領保險金（詐欺）。像高都豐田這種案例不知有多少未被揭發。

二、汽車廠商通常會在保險到期前二個月內向消費者勸說：「保險一年快到期，保險費付出那麼多，不拿一點回來很可惜，可以免費外表小修，噴漆或汽車美容名義，向保險公司要求理賠才夠本」，貪小便宜的消費者就上當，以小修及美容不超過 3000 元，然後汽車公司再向保險公司申請理賠 1~2 萬左右（以同型，同顏色之他車事故照片申請），消費者尚不知，有報出險的車輛明年保費增加 15~20%，未報出險車輛明年的保費減少 15~20%，一加一減，相差 3 成保費，消費者被打一巴掌吃悶虧還向汽車公司業代說謝謝。

柒、結論

由於汽車消保會組織與消基會、台灣消保會不一樣，消基會、台灣消保會像是家綜合醫院，而汽消會則是家專科醫院。汽消會只接受汽、機車的申訴案，在全國可說是特殊的消保團體。

一部車子是由一萬多個零件所組合，而零件大都是由衛星工廠提供，難免發生車輛瑕疵致引起糾紛。而瑕疵的造成，有的是由於操作不當所衍生出的問題，高科技的電腦與儀器無法判斷是非，或難以學術理論而論定。所以汽車的瑕疵還是要以實際的經驗，實際的理論去判斷，然而學術理論與實際理論有一段差距，所以汽車消保會現有九名鑑定委員都限制要有二十年以上，實際從事汽、機車修理經驗的技術人員才能擔任。

諸如汽車暴衝、火燒車、安全氣囊展開時間等事例，都需現場鑑定、勘查、了

解天氣、地形，甚至現場模擬，是否人爲因素造成，同時須面對消費者的陳述與車商工程專業人員的辯論，之後再經由九人鑑定委員會，以中立、合情、合理、合法的原則來判斷事發原因，促進雙方良性協調。主觀懸殊與客觀實理落差太大，是要有相當的智慧去認定，均需符合汽車專業、汽車倫理去規範。如汽車瑕疵，消費者得理不饒人，求償獅子大開口，本會都會道德勸說而各退一步達成協議。

雖有汽車消保會做爲汽車糾紛的專業鑑定與協調單位，但往往有些車商不顧商業道德以及逃避消保法無過失責任，明明是車輛零件瑕疵，卻都以人爲操作不當或外來因素來推卸責任；或以推卸、恐嚇、威脅之手段，迫退消費者申訴，甚至打電話來本會說要把我幹掉，向媒體表示要告本會（保留法律追訴權），到法院也不怕。惡劣車商認爲消費者未有時間、金錢打官司，而推說依法處理，由地方法院、高等法院、最高法院層層審理，官司一打數年，等消費者因無力應付，終至放棄而結束。

所幸目前法院、軍事檢察署、財團法人車輛研究測試中心、台灣金屬研究所、各大學車輛工程系及各汽車廠商所受理儀器無法鑑定的車輛瑕疵案，大都會建議到汽車消保會以目測觀察法、實際理論法，加上筆者以專業研究汽車五十多年的經驗做爲鑑定，而大部分的車商與消費者都會尊重汽車消保會的鑑定。

如果消費者提出申訴，本會與車商（經銷商）或製造廠商、代理商、貿易商（所謂水貨商）協商，約有70%之申訴案件能獲得圓滿之處理；消費爭議以電話連絡廠商（大約一至三天）可解決問題；如消費者與廠商各說各話要開協調會，大約10天（本會行文七天）內可解決；如要鑑定車輛，從申請到鑑定大約25天可完成，但未能解決者，提出消費訴訟，本會聘有義務律師幫忙，耗費之時間及金錢已屬爲最經濟。

汽車消保會每每處理案件時，也多有感慨，許多消費者認爲消保團體爲消費者爭取權益是天經地義，把消保團體當作免洗餐具用完就丟，而未思回饋行動對消保團體的重要，致消保團體須另自籌經費以維護會務運作，財務吃緊，會務推展困難重重。

汽車消保會每每處理案件時，也多有感慨，許多消費者認爲消保團體爲消費者爭取權益是天經地義，把消保團體當作免洗餐具用完就丟，而未思回饋行動對消保團體的重要，致消保團體須另自籌經費以維護會務運作，財務吃緊，會務推展困難重重。

舉個實例與讀者分享。汽車消保會曾為消費者協調某品牌進口車商，有關汽車於高速公路行駛中引擎爆裂案。經多次協商，廠商最後認賠一個新的引擎，大約一百萬元。事後消費者不懂回饋外，還振振有詞地說消保團體應為消費者爭取權益，又不是開店營利，要樂捐什麼！令工作人員感覺無奈與失望。以汽車消保會的經費，每年必定由理事長補貼40萬才不致於關門，任期大約剩下一年，尚找不到下屆願意擔任理事長的人選，如找不到人選可能就關門。

為解決民間消保團體的財務困難，使能發揮更大的消保效益，行政院消保會實應爭取更多經費並編列預算，以實際的行動支援民間消保團體，始能展現公權力，確實協助處理消費糾紛，以免民衆浪費時間及金錢，同時也浪費司法資源。

而政府司法部門對本會的車輛瑕疵鑑定決議，都會肯定並全力支持，因此提高了本會鑑定委員會的處理消費爭議案件之成效，重視消費者權益，共創美好的生活品質。

