

商家说法

有些营销确实『过度』了

据了解，对于蔚来、理想、小鹏、特斯拉等造车新势力而言，智能化一直是这些品牌主打的一个重要卖点。而除造车新势力，越来越多传统车企也开始在其新车上增添更多智能化功能，以提升其产品的吸引力。

在走访比亚迪、长城哈弗、吉利等品牌4S店时，记者发现，尽管传统车企销售人员对“自动驾驶”的叫法都保持审慎态度，但他们对于整车智能化程度的宣传还是非常积极，尤其对各种辅助驾驶功能如数家珍。

在海曙区一家长城哈弗4S店，销售人员为了展示车型的智能化程度，为记者演示了自动泊车、自动跟车等功能。而当记者询问这些功能是否可靠时，工作人员这样回答：“这些功能都是经过大量测试才敢投入使用的，我也一直陪客户做试驾，至少到现在还没遇到过一次故障。”

另一家4S店销售人员在向记者推荐一款油电混合动力SUV时表示，如今，很多传统车企努力探索智能化路线，只不过在做产品宣传时不像造车新势力那样有噱头。“在辅助驾驶等智能化功能的使用体验上，大家的差距不会很大。所以，有些品牌为了获取关注度，营销得确实有点过了。”

当然，不少商家对“自动驾驶”还是审慎对待。在江北一家蔚来体验店，当记者问起其车型是否配备自动驾驶功能时，销售人员马上纠正了记者的用词。“不是自动驾驶，是辅助驾驶。对此，我们经常提醒客户注意。自动驾驶分L1-L5五个等级，这款车只是L2级，离真正自动驾驶还很远。”

某理想体验店销售人员同样对“自动驾驶”的叫法非常敏感。“现在没人敢叫做‘自动驾驶’。”该销售人员说，“虽然我们的车在技术上已经能做到让驾驶员双手脱离方向盘，但我们并不建议客户这样做，毕竟中国路况非常复杂，在应对复杂路况时，谁也不能保证辅助驾驶系统会不会出问题。”

特斯拉相关工作人员表示，特斯拉一直非常重视车主在使用其自动辅助驾驶功能时的安全问题，无论在宣传、销售过程中，还是在自动辅助驾驶功能开启时，都会有相应提示。在车主手册中也明确告知车主，自动辅助驾驶功能存在局限，并提醒车主切勿过度依赖，有责任时刻保持警惕、安全驾驶，并掌控车辆。

专家观点

加快完善法规，杜绝虚假宣传

智能汽车市场调研机构“高工智能汽车”分析人士表示，智能化尤其是智能驾驶正在成为造车新势力与传统势力比拼能力差异化的关键卖点，造车新势力从传统势力手中抢夺客户，手段之一就是要把产品营销得更智能、更高级，以博取更多人的眼球。

分析人士还指出，目前，智能驾驶发展遇到的最大瓶颈，仍是技术成熟度问题。主要是能否保证足够安全，涉及基本的功能安全、预期功能安全，以及更多安全措施。此外，政策法规的允许，以及责任归属等，则是另外一些亟待解决的难题。

“目前出了责任事故，没有第三方机构去鉴定，事故是由汽车自动驾驶软件的漏洞引发，还是由汽车硬件芯片设计缺陷引发。国家、行业都没有出台相关管理鉴定智能汽车自动驾驶事故责任的法规或办法。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔说。

浙江海泰律师事务所权益合伙人李安谦律师认为，首先，如果汽车厂家在宣传汽车自动辅助驾驶功能时存在夸大宣传现象，比如，让消费者感觉自动辅助驾驶真的不用司机，则涉嫌违反《广告法》第四条“广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者”规定，面临行政处罚法律后果。其次，如果自动驾驶或辅助驾驶功能本身存在设计缺陷，则汽车厂家须承担产品质量责任。《侵权责任法》第四十五条规定“因产品缺陷危及他人人身、财产安全的，被侵权人有权请求生产者、销售者承担排除妨碍、消除危险等侵权责任”。至于存在自动驾驶功能质量缺陷的车辆若发生交通事故，应当由驾驶人还是车厂承担责任，则存在较大争议，有待立法调整明确。理论上，须区分两者的过错程度，才能界定责任比例。

