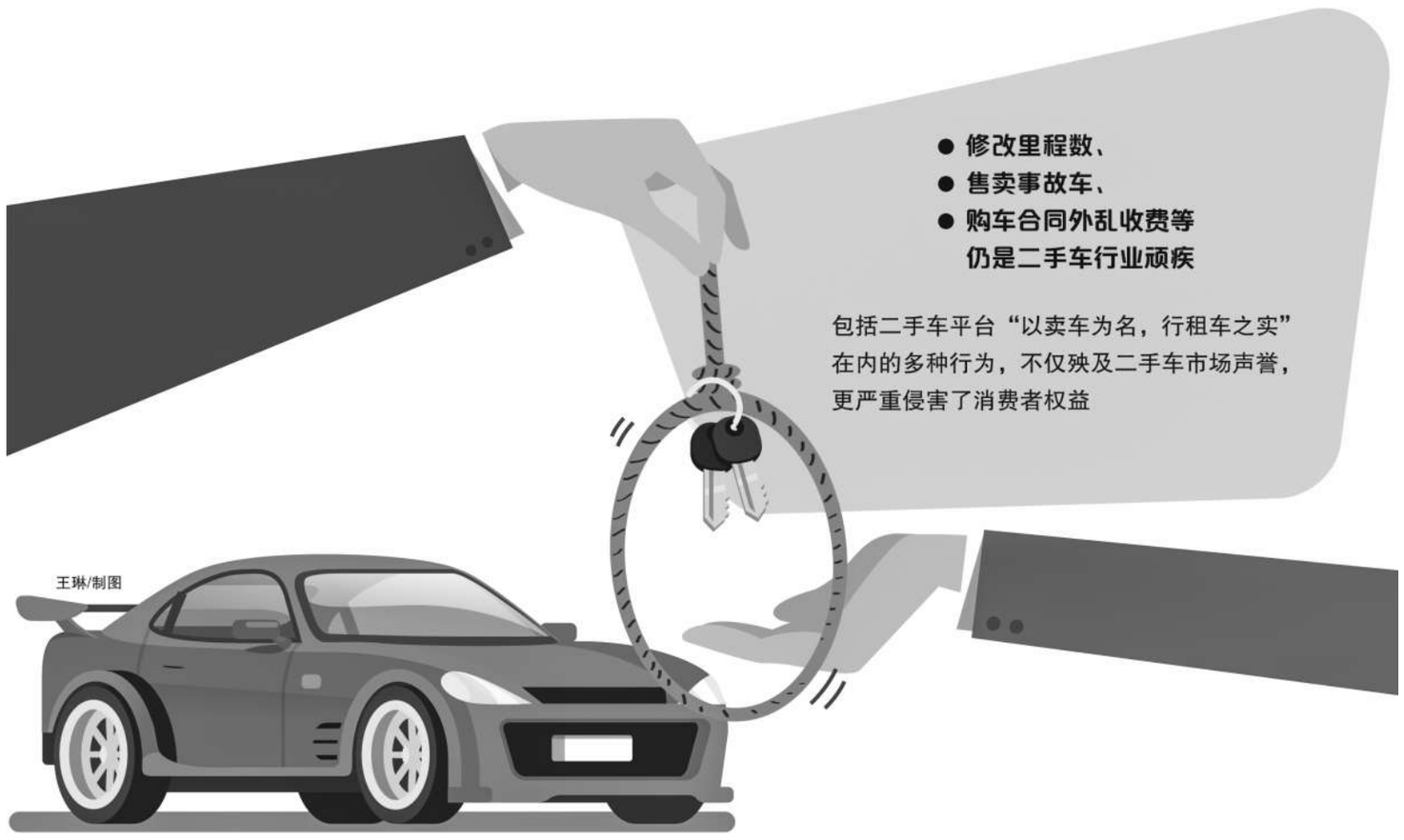
虚假信息揽客、恶意篡改里程、买车变“租车”
二手车平台还有多少坑？

本报记者 龚梦泽

去年以来，汽车消费升级加之疫情影响，线上买车呈现增长势头。对于消费者而言，在明码标价的电商平台，轻点鼠标就可实现“一键买车”，本应是一桩省时省心的美事，但《证券日报》记者在梳理今年“3·15”前全国多地消协、消委发布的消费报告时注意到，由于消费者购车经验不足、个别二手车企业管理不规范、部分中介机构经营不诚信等原因，二手车消费维权案件数量出现了较快增长。其中，消费者对二手车电商平台的投诉显得格外扎眼，修改里程数、售卖事故车、购车合同外乱收费等行业顽疾，不仅殃及二手车市场声誉，更严重侵害了消费者权益。



王琳/制图

超低价虚假信息揽客 恶意篡改里程数据

《证券日报》记者注意到，广西消费者权益保护委员会通过开展二手车消费体察发现，2020年广西二手车消费投诉问题主要集中在篡改或隐瞒二手车辆真实信息，包括篡改里程、隐瞒事故等。

南京市消协发布的2021年汽车消费投诉分析报告显示，导致二手车投诉量居高不下的原因中，存在不履行真实告知义务、私改里程、隐瞒车辆真实情况等。

四川省保护消费者权益委员会发布的线上购买二手车调查报告，则更为全面、准确地展现了市场乱象：六成消费者网购二手车时曾遭遇“猫腻”，其中，咨询和宣传内容与实际不符占比28.0%；车辆证件、保险、保养信息不齐全占比22.5%；车源信息与网上不一致占比20.5%。而上述问题涉及包括58同城、人人车、瓜子二手车、优信二手车等6家平台，几乎涵盖了所有的主流二手车电商。

在上述调查报告中，消费者针对“线上车辆与实际车辆不符”和“平台发布虚假车源吸引消费者”的投诉，主要集中在58同城和优信二手车。涉事消费者张峥（化名）在投诉中表示，2021年8月28日，他在58同城联系到哈尔滨车商，希望购买该车商登记出售的一辆现代瑞纳汽车。次日到达指定地点后，车商明确告知根本没有这台车，并坦言就是利用平台以低于市场价格发布热门车源信息，哄骗外地购车消费者前来看车，之后再试图转卖其他车型。

“出发前我也犹豫过，但58同城官方承诺车源真实有效，若有虚假‘用户可申请最高1万元的交通费赔偿’打消了我的顾虑。”可事与愿违，张峥告诉记者，发现受骗后，他曾按照58同城官方要求提供了所有看车经过图片、通话录音、出行费用截图，而得到的回复却只有“请耐心等待”。

任晓（化名）向记者介绍，2022年2月27日晚，其在淘宝网法拍网四川某商户处拍得一辆2014款Jeep自由客，表显里程数为109986公里。然而通过维保记录查询发现，该车辆在2021年11月24日公里数就已达到188533公里，且该车辆曾在2017年7月份发生过一次保险理赔，核损金额高达7万元，甚至安全气囊都已更换。“各项数据显示这辆车车况很差，可以肯定委托人或拍卖公司进行了违规调表。”

也是今年2月份，消费者俞威（化名）在天天拍车竞拍了一辆荣威RX5，在检测过程发现该车2020年5月份公里数已达到87618公里。但交易时，该车辆表显里程却仅有58400多公里。“更令人无语的是，在维权时，尽管车主已承认调表，但天天拍车却不予认可，给出的处理结果是要么购买，要么扣除2000元保证金。”

资深合同法律师马向对《证券日报》记者表示，“4S店和二手车电商平台作为专业的汽车经销者，应对所出售的车辆里程数是否准确进行检查、确认，并明确告知消费者，否则或将构成欺诈。”

收费事项告知不清 消费者买车变“租车”

在二手车交易贷款方面，也存在一些极具代表性的投诉。黑猫投诉网和车质网数据显示，在诸多与线上贷款购买二手车相关的投诉中，消费者对于“无法办理过户”和“不知情下‘买车变租车’”的投诉较为集中，也最为不满。

吴宇（化名）曾于2019年2月份，在优信贷款购买了一辆二手车，但这一经历颇为曲折，“当时平台承诺贷款还满一年可以办理车辆过户，但2020年6月份时，优信客服却告知二手车过户业务已全部移交给了58金融，而58金融又推说，只有优信才能办理过户。”吴宇向《证券日报》记者讲述。

公开资料显示，优信创建于2011年，旗下业务包括优信拍、优信二手车和优信金融三大板块。作为中国二手车电商行业第一股，其于2018年6月份登陆纽交所，但后续发展却并不理想，2019年，优信做出调整，先后出售了新车和事故车拍卖业务，金融业务也由58同城接手。2020年3月份，58同城宣布，与二手车电商平台优信集团签订协议，以1.05亿美元收购优信拍业务相关资产。

关于这次收购，外界普遍将其解读为优信“断臂求生”；而58同城也以合适的价格，将其觊觎已久二手车业务收入麾下。不过，在优信和58同城各取所需之外，对于用户，这次收购带来的却是更差的消费体验和更高的交易成本。

“2021年5月份，58金融告知可以办理过户，但需要我缴纳3000元左右的过户费。合同当时约定过户费由我先行承担，后续7个工作日给予返还。但此后，58金融却又改口称，过户费和购车时的2000元押金都无法给予返还。”在吴宇看来，消费者很难搞清两个平台的业务关系，却直观感受到繁琐的流程以及平台的出尔反尔，“消费者花钱买的车不在自己名下，我怀疑平台是以我的名义贷款给他们买车，再把车转租给我从中牟利。”

事实上，不少与吴宇经历类似的投诉案例，都指向部分二手车平台存在“以卖车为名，行租车之实”的行为。这不仅涉嫌欺诈，还可能产生一系列问题，例如车险第一受益人无法是真正“车主”等，严重损害了消费者权益。

据记者了解，在诸多关于贷款购买二手车的投诉中，甚至有消费者在未签署任何贷款合同的情况下，被强行放贷，且利息很高，算上首付车款最终成交价比车辆标注售价高出几万元。

2018年11月份，郑斌（化名）在58车分期上贷款21万元购买了一辆二手车，但在其购车后，第一个月还款时，每月实际7500元的还款额，远高于业务员当初告知的7000元。为此，郑斌要求结清停贷，却被告知若执意停贷，违约金将高达24万元，只有坚持还满一年，再结清则无需额外支付利息。“无奈下，我就这样坚持还了一年，可谁知2019年12月份，在我还了9万元后再次提出结清停贷时，却被告知还需还款17万元。”

2021年，上海市消保委曾点名优信二手车：“二手车交易平台在贷款通道业务中牟利，部分消费者无法直接找到放贷公司，还清贷款后想解除抵押，只能找二手车平台。但一些平台怠于履行责任，导致消费者在解除抵押时困难重重，增加其财产损失风险，严重侵害了其合法权益。”

“在欧美，成熟的二手车电商平台年交易量可以达到1000万辆。反观国内二手车电商发展这么多年来，也没有给二手车行业带来实质性变化，还需要找到更适合的发展模式。”中国汽车流通协会会长沈进军表示，希望国内能够出现二手车B2B模式，这样不仅能形成规模化，还能提升二手车交易效率。最终凭借市场信息的公开，让经销商和消费者的权益都得到更有效的保障。

有资深二手车从业人士告诉记者，美国二手车电商平台会对车辆进行认证，认证二手车约占授权经销商二手车销量的21%，由此带来超40%的溢价，远高于C2C交易和没有认证车辆的价格。严格筛选下尽管数量不占优势，但价高质优能够让用户安心购买。而国内二手车市场，仍未摆脱“小、散、弱”的局面。由于管理上没有形成一套体系，在个别经营者贪利忘义、市面车辆品质参差不齐的大环境里，消费者想要买到满意的二手车并不容易。

“现阶段我国二手车领域的相关法律法规并不完善。作为二手车电商平台，没办法从根源上保证车源质量，不能给消费者带来好的购车体验，自然就无法提高二手车电商的成交量。这也是为什么人们戏称，二手车电商盈利全靠‘喊’。”上述从业人士表示。

互联网电视调查：

1元诱导开通会员 被“悄悄”续费8个月

本报记者 贾 丽 谢若琳

电视产品“悄悄”安装App甚至“暗中”扣费，近年来成为消费者投诉的重灾区。

《证券日报》记者注意到，截至3月14日，黑猫投诉平台有关电视的投诉累计多达33858条，其中关于开机广告虚假宣传、自动扣费的投诉占比达七成以上，且大多发生在近两年内，涉及风行、未来、夏普等多个品牌。

“1元”诱导消费者 风行电视被指欺诈？

电视出厂前内嵌视频软件已成为行业惯例，但事实上，用户即便已成为一些视频软件的会员，也无法在电视端观看会员频道。

一位业内人士告诉记者，“电视端作为增量窗口，视频软件通常会增收会员费用。以腾讯视频为例，普通VIP连续包月的价格为20元/月，而TV全屏会员首月售价12元，到期后自动续费30元/月。”

黑猫平台信息显示，消费者关于电视内嵌视频软件自动续费的投诉颇为集中，其中对于风行电视的投诉极具代表性。

例如，有消费者在黑猫平台投诉称，其花费15元开通风行电视VIP，选择界面默认自动续费，但明确表示会通知用户。而此后风行电视却在没有告知的前提下，自动扣款30元，且对方拒不退款，态度恶劣。

另有“手机用户2972646445”投诉，在第一次以1元的价格开通风行电视VIP后，被连续扣了8个月会员费，期间没有收到任何短信提示，消费者完全不知情。根据该消费者提供的扣费记录，风行电视在每月月底扣除该用户铂金会员费，费用在23.31元/月至30元/月不等。

“‘1元开通会员’有诱导消费之嫌。一些商家的App借此诱使消费者授权自动扣费，且不履行告知义务，这种乱象目前仍然频发。商家此类行为，侵犯了消费者的知情权和自主选择权。另外，由于从消费者的‘授权’中，商家可获得消费者的银行卡等相关隐私信息，因此，商家也可能侵犯消费者的隐私权。”北京市人大常委会立法咨询委员会特聘委员杨兆全认为。

互联网电视留后遗症 行业收费需建统一标准

除了风行，在黑猫平台上，诸如“银河电视强行推送广告”“未来电视多次重复扣费”“乐视App（现为乐次元App）恶意扣款”等消费者投诉也大多指向电视或电视软件“自动续费”。

从投诉数量来看，智能互联网电视的投诉量占比较多，其中“暗中”扣费现象也最为严重。在排名中，银河电视投诉量达2155条、云视听互联网电视为1035条，其次是风行电视、夏普、乐视超级电视、未来电视。

消费者投诉大多集中在推送虚假广告误导宣传、未通知下自动扣费、强行升级系统等。更有一位消费直指银河互联网电视霸王条款，诱导老人开通会员并自动续费且不能退款。

千趣GKURC调查数据显示，超过50%的被调查者反感电视强制加载软件，35%的用户反感电视诱导收费。

“硬件利润下滑，让一些电视厂商希望从软件服务上增加利润，因此通过预置或者云加载的方式安装相关收费软件，诱导甚至强制用户充值缴费。用户往往无法自己卸载软件，操作的门槛很高，对于一些老年人来说非常不友好。”千趣GKURC联合创始人、首席分析师丁少将认为。

而随着视频版权被腾讯、优酷、爱奇艺等收入囊中，互联网电视品牌仅能依靠与版权方合作，才能获取增值空间。

“植入广告、隐形扣费，是很多互联网电视厂商和App的惯用手法，厂商与内容方通常背靠背谈判，分成模式和比例都不同，但他们的目标一致，就是要促成内容付费。”一位电视供应商负责人告诉记者。

杨兆全认为，企业应通过完善和做强电视内容及产业链来吸引消费者，而不是虚假宣传。“对于采取霸王条款及实施诱导的商家，他们的行为属于欺诈，商家应承担相应的民事责任，包括：资金全额返还、退货退款等。而市场监管部门应该对商家欺诈消费者、扰乱市场秩序的行为，依法进行查处，根据情节给予警告、罚款等。”

丁少将建议，相关部门应尽快出台相应的标准，对收费软件的内置和加载进行规范，让用户自主消费，并有权一键删除相关软件。对于品牌已消失的存量“孤儿机”，相关行业协会可以联合正规电视厂商，提供技术售后服务，或者推动以旧换新服务，以提升用户的大屏视听体验。

数百车主三次联名维权
奔驰EQC频现防冻液渗漏和驱动电机故障

本报记者 龚梦泽

近日，245位奔驰EQC车主再次发布联合声明，称坚决不同意北京奔驰关于EQC的召回安排，并对奔驰官方提出了7点质疑和4点诉求，要求厂家立即召回并解决车辆问题。

据《证券日报》记者了解，这已是2022年以来短短三个月内，EQC车主们第三次采取公开发布声明的方式维权。

有维权车主代表对《证券日报》记者表示：“奔驰于2月22日发布EQC召回通知，却要到8月15日才召回车辆，要我们继续驾驶6个月有缺陷的车，就是在拿所有EQC车主的生命安全当儿戏，我们坚决不同意！”

曾几何时，作为奔驰品牌旗下首款纯电车型，EQC被誉为梅赛德斯-奔驰电动战略的转型担当，但自上市以来，EQC不仅销量低迷，还频频遭到有关质量的投诉。

据第三方缺陷汽车产品信息收集平台车质网数据显示，2021年关于EQC的投诉主要集中在防冻液渗漏和驱动电机故障。

《证券日报》记者注意到，从2021年开始，陆续有EQC车主投诉车辆电机出现故障。“开了半年就一直出现故障，一开始4S店检测一直说没问题。2021年10月份上高速故障灯报警，心有余悸下停车重新启动故障灯还在，第二天送到4S店说需更换前后驱动电机。不到一年就出现这样的问题，我坚决要求换车。”一位2020款EQC 400 4MATIC车主向记者介绍。

另一位EQC车主沈佳（化名）则向记者详细描述了他发现电机故障的过程：在2020年7月份购车后，同年11月份发生电机冷却液泄露报警；2021年2月份电机故障报警，被要求更换前电机；同年9月份电机再度出现故障，经检测第二次更换前后电机。“不足7个月，就出现了三次关键零部件的重大故障。新能源车本来贬值就快，如此大修哪里还有什么残值，我坚决要求退车。”

在某EQC全国车主群中，有不少车主都遇到了类似情况。对于这种大规模出现的电机问题，车主们怀疑是产品设计缺陷所致。2020款EQC 350 4MATIC车主张良（化名）向记者表示，“此次计划召回的EQC，大部分都更换过前、后电机少则一次，多则三四次。车主们坚持不懈地向国家相关监管机构及职能部门投诉，2022年2月18日，奔驰官方才终于作出回应，却也仅仅承认2018年11月30日至2021年12月15日期间售出的国产EQC中，有10104辆车电动驱动模块存在制造偏差。”

事实上，EQC堪称奔驰旗下少有的“滞销”车型，数据显示，其2020年、2021年的销量分别仅为3863辆、6098辆。

而关于召回原因，奔驰除了将其归结于“电动驱动模块存在制造偏差”外还表示，该模块内的冷却系统可能存在密封不足问题，导致冷却液渗漏。“如果冷却液微渗到电机内，长期使用后可能降低高压系统的绝缘电阻值，极端情况下车辆可能无法启动。”

“奔驰方面一直把更换前后电机说成驱动模块，把大范围发生的重大安全隐患说成在极端条件下‘可能’发生的风险，这种‘大事化小’的修饰性措辞和措辞背后的态度，是我不能接受的。”张良认为，这已不仅仅是电机制造，而是EQC车辆设计问题。否则“我更换了三次电机，车辆还是出现故障，难道我换的每个电机都有问题？”

更重要的是，“400多人的维权群里，几乎所有车主都收到了召回通知。可想而知，EQC的故障率之高。”张良称，“我们认为奔驰在继续有意隐瞒事实真相，将‘设计缺陷’偷换为‘制造偏差’，将没有经历完整安全检测的不合格产品不经改进继续投放市场，让消费者充当小白鼠。”

张良曾多次致电奔驰400热线反映问题，但只得到了诸如“收到投诉消息，已经向上反映”的反馈。无独有偶，多位车主告诉记者，他们在拨打服务热线，乃至向奔驰德国总部发送电子邮件后，也只收到了“你们的问题已经收到”等回复，并无其他。

在最新的联合声明中，EQC车主们向奔驰提出了四点诉求：希望奔驰能够立刻启动召回计划，消除安全隐患；根据新版三包政策为已经换过电机的车主提供退换车的选择；对所有发生过三电故障的召回车辆提供终身质保；对更换过电机的车主，给予一定标准的二手车贬损赔偿。

此番已是一年时间内奔驰第三次召回EQC。此前的两次分别发生在2021年4月份和8月份，其中，2021年4月份，奔驰实施了涉及逾260万辆车的大规模召回，部分EQC在召回之列；2021年8月份的第二次召回则完全针对EQC。彼时，奔驰称，召回796辆EQC的原因在于，“部分车辆无法识别检查空调冷凝水软管的状态，可能造成空调冷凝水进入乘员舱，并腐蚀电子部件。”

本版主编 沈 明 责 编 于 南 制 作 曹秉琛
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785