

电动自行车解限速乱象曝光——

限速成摆设,“想骑多快骑多快”

日前,工信部公布《电动自行车安全技术规范(征求意见稿)》强制性国家标准,进行公开征求意见。值得注意的是,“新国标”继续沿用了2018年提出的电动自行车设计速度最高每小时25千米的规定。这个规定虽已实施五年多,但落地执行效果却打了折扣。

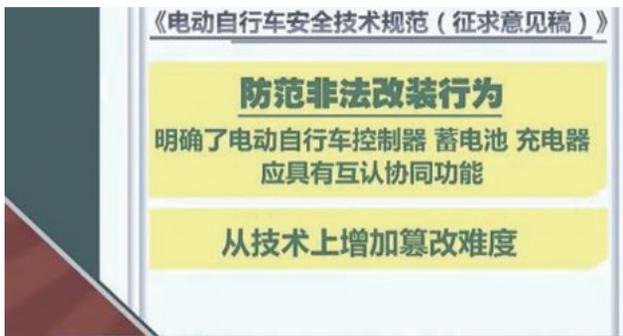
记者调查发现,解限速几乎成了行业潜规则,合乎标准的车在解限速后能跑到每小时40千米—每小时50千米。针对此问题,北京市市场监督管理局26日约谈了多家电动自行车企业及其在京代理销售企业负责人。是谁在给解限速开“后门”?为何要让电动自行车慢下来?

电动自行车限速成摆设,店员称“想骑多快骑多快”

日前,记者在北京走访多家知名电动自行车品牌的线下门店时发现,限速每小时25千米的规定在不少地方形同虚设,一些店家甚至主动向顾客询问是否需要解除限速设置。

在一家雅迪专卖店,记者试驾了一辆电动自行车,对于记者提出的“车辆会不时发出滴滴声”的疑惑,店员表示不用担心,这是速度安全提示音,他们有解限速工具,解限速后,提示音就会消除。

实际上,解限速后,不管骑多快,仪表盘上的最大时速都是每小时25千米。这时,速度安全提示音将成为车辆管理部门判断电动自行车是否被解除限速



小时25千米,交通事故的致死率非常高。”

根据相关规定,拆除限速装置属于改装行为,骑乘人驾驶这样的车辆,一旦发生事故,可能需要承担主要责任或全部责任。

电动自行车再修“国标”,强调限速,防范非法改装

前不久,工信部已结束《电动自行车安全技术规范(征求意见稿)》强制性国家标准的公开征求意见。这份“新国标”专门强调了防范非法改装行为:

明确了电动自行车控制器、蓄电池、充电器应具有互认协同功能,从技术上增加篡改难度。为了保障骑行安全,优化了电动机额定功率和最高转速的测试方法,最高设计车速不超过每小时25千米。

目前,“新国标”电动自行车还没有进入市场。从11月1日起,关于电动自行车及其配件产品还有3个国家强制性标准将开始实施。“新国标”发布后,除了给企业6个月的设计、生产过渡期以外,还将多给3个月的销售时间,用以消化旧标车库存。

为了让城市骑行更安全,需要各方共同努力。消费者要提高安全意识,不购买解限速后的电动自行车;厂商要承担起社会责任,不为解限速留“后门”;相关部门持续监管,彻底堵住电动自行车提速“后门”。

据央视

的最直观依据。为了规避监管,这些门店通常建议顾客“先上牌,后解速”。

电动自行车“新国标”征求意见稿后,多地都开展了新一轮电动自行车安全隐患全链条整治行动,一些门店对顾客的解限速需求提高了警惕。在一家小牛专卖店,店员明确表示这是违法违规行为,不会帮记者解限速。

当记者离开门店走出约200米后,小牛专卖店的一名店员骑车匆匆赶上。店员表示,最近监管部门对解限速查处力度大,在仔细观察并确认记者并非暗访人员后,他表示可以解限速。

提速有“后门”,多门店有专门解除限速工具

记者在调查中发现,多个品牌的电动自行车门店竟然还有专用的解限速工具,通过软件或硬件解除速度限制,能将速度调整到每小时40千米及以上。

多数店家宣称,解限速操作

简单方便,不会对车辆造成损害。在九号电动自行车专卖店,店员表示,他们解限速需要进入后台系统处理,这段时间该系统已经关闭解限速功能。

在电商平台上,一些商家在违规售卖解限速工具。一家店铺显示,最高已售8000多件。

客服人员给记者发来的操作视频显示,安装此工具需要拆卸座椅。客服称,各品牌不同型号的电动自行车都有对应的解限速产品,他们的工具通过向控制器发送信号,能改变控制器的限速程序。

多家电动自行车生产销售单位被约谈

26日下午,北京市市场监督管理局组织召开电动自行车生产销售单位警示约谈会,通报了近期电动自行车销售门店“解限速”等典型问题,与雅迪、爱玛、小牛、九号、极核等企业代表进行深入沟通交流:

针对“解限速”安全风险进行剖析,宣讲电动自行车安全隐患全链条整治工作要求;

督促、指导企业严格落实产品质量安全主体责任,全面强化授权门店合规经营管理,坚决抵制“解限速”等电动自行车经营性拼改装行为;

严禁投放、经营不符合强制性国家标准、未获得3C认证或未纳入《北京市电动自行车产品目录》的电动自行车产品。

电动自行车导致的交通事故,死亡人数逐年增长

截至2023年底,我国电动自行车的社会保有量超3.5亿辆,相当于每4个人就拥有一辆电动自行车。与此同时,因电动自行车交通事故造成的死亡人数年均增长10%以上,部分城市电动自行车交通事故约占所在城市事故总数的50%。

清华大学交通研究所副所长杨新苗表示,十次事故九次快,解除限速装置,破坏了电动自行车的安全性能,将危及骑乘人的安全。“电动自行车设置最高时速是为了安全,速度超过每

打着“一年免费护理”旗号 以“保证金”等借口要求支付费用 “免费”服务背后藏着“额外”陷阱

“今天我们店里做品牌代言人抽奖活动,恭喜您被抽中了,可以免费体验一年36次的护理服务,没有任何手工费、产品费、服务费……”近年来,打着“一年免费护理”旗号的各类营销活动多次出现在各地理发店、美容院或养生馆。然而,当消费者满怀期待踏入店内,却发现商家往往又以“保证金”和“诚意金”等借口要求消费者额外支付费用。

多数消费者认为,这种所谓的“保证金”或“诚意金”,实际上就是商家在变相收费,有违诚信经营的原则。部分商家则解释称,“保证金”是为了确保消费者能够按时到店完成护理疗程,避免资源浪费而设立的。商家辩称,这并非强制收取,而是给予消费者的一种选择。

“免费”诱饵藏玄机 “保证金”成“锁客计”

家住北京朝阳的陈女士,“偶然”参加了某家美容院抽奖活动的“幸运儿”。7月中旬,陈女士收到一条消息,内容为她曾

经去过的一家美容院举行品牌代言人抽奖活动,陈女士中了大奖,获得享受一年36次全方位美容服务的资格,且费用全免。

这份突如其来的“好运”让陈女士欣喜不已,但当她满怀期待踏入美容院时,却发现事情远没有想象中那么简单。

据陈女士描述,美容院的工作人员先是要求她支付38元的“占位费”以保留资格,并承诺到店激活后将全额退还。但是当陈女士到店退款后,销售人员又要求她交纳大额“保证金”,并声称这是为了展示顾客能够完成全部36次护理项目的“诚意”,也是享受免费护理的必要条件。面对这突如其来的额外费用,陈女士倍感困惑。

了解到陈女士的遭遇后,记者对该美容院进行了暗访,亲身体验了这场“诚意”满满的推销大戏。在陈女士提到的美容院中,记者遇到了相似的推销手法。店内的一名“专家”告诉记者:“为保证客户能按时前来做项目,需要交纳6980元的保证金。”“专家”还向记者出示了一份盖有公章的空白合同,但在记

者表示希望拍摄一下该合同时,这位“专家”却急忙阻止,一把将合同从记者手中夺走,拒绝了记者的拍摄要求。

在此后交涉中,记者向店面负责人询问了收取“保证金”的依据,对方坦言:“这其实是为了和消费者保持联系的一种手段。”

“从正常商业逻辑上讲,若真是无条件的免费服务,根本不会设置最低服务次数,因为消费者享受服务次数越多,商家产生的成本也会越高,这与商家需维持经营与盈利的常理相悖。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江对此质疑。

记者以“美容”“抽奖”“保证金”为关键词在网络检索,发现这类营销套路并非新鲜事,早在2018年便已初现端倪。除“保证金”说法外,还有“诚意金”的由头。

陈音江告诉记者,如果商家收取的是“定金”,则具有明确的法律约束力,如果消费者违约是不退定金的,如果商家违约是需要双倍返还定金的。但商家此处所收取的“保证金”或“诚意金”,

从法律角度来看,“这种表述并不严谨,好像是定金,但又不够明确”“这种行为本身就有误导之嫌,甚至可能构成欺诈或诈骗”。

模糊条款引纷争 退款之路变拉锯

深入调查后,记者发现这些营销套路具有高度相似性——利用消费者心理,以“免费护理”为幌子变相收费。商家先以小额“点位费”为诱饵,吸引顾客到店,再通过店内氛围与热情服务,逐步诱导其支付高额“保证金”或“诚意金”并签订合同。然而,消费者往往难以发现合同中对达成退款条件设置的苛刻要求与模糊条款,如要求消费者在规定时间内完成固定护理次数,并严格限制护理时间间隔,甚至附加分享推荐、品牌大使打造等,而退款具体信息却语焉不详。

陈音江指出,这些格式条款往往以减轻或免除经营者责任、加重消费者责任为目的,明显损害了消费者的公平交易权。根据

我国消费者权益保护法第二十六条的规定,经营者不得通过格式条款排除或限制消费者权利,减轻自身责任,加重消费者责任,此类条款内容无效,对消费者不具有法律约束力。

那么,当消费者费尽周折完成了所有护理疗程,这笔钱真的能要回来吗?

记者在“黑猫投诉”上检索发现:“承诺免费做6次,但需要交999元保证金,后未退款”“2023年,顾客付美容院3980元保证金,承诺30次护理后退,2024年完成,拒转卡服务后要求退费,美容院却以美容师自费为由拖延”……不少消费者免费护理的“好运气”,最终变成一场长达数月的退款拉锯战,商家总是理直气壮地以未达成退款条件为由反客为主拒绝退款,并将责任“甩锅”给消费者。

维权之路虽不易,却并非无路可走。面对此类消费陷阱和退款难题,多地司法机关、监管部门及消费者权益保护组织迅速响应、靶向出击,坚决为消费者构筑起一道坚实的权益保护屏障。

据《法治日报》