

沃尔沃多地4S店“偷梁换柱”

50万豪车配“山寨”音响，合同玩文字游戏

远看是个“W”，近看是两个“V”。一觉醒来，沃尔沃车主的天塌了，4S店加装的“宝华韦健”音响竟是山寨货。3.15前夕，沃尔沃陷入山寨音响风波。

4S店给车主加装山寨音响

连日来，记者接到多地车主爆料，沃尔沃4S店给顾客加装山寨版“宝华韦健”音响，有门店甚至以赠送原厂音响为噱头诱导消费者下单，促进成交，但合同中却上演“文字游戏”。不少消费者提车数月后才发现上当受骗。

赵女士是来自山东的一名沃尔沃车主，她在山东烟台中升沃尔沃4S店(全名：烟台中升沃茂汽车销售服务有限公司)购入了一辆XC90，但近期她才发现，车上的音响并非原厂“宝华韦健”，而是山寨版。

更为吊诡的是，山寨版音响把“Bowers&Wilkins”品牌中“W”变成“VV”，若非仔细观察，山寨版几乎可以以假乱真。

赵女士称：“这套音响是买车时候赠送的，当时销售口头承诺是原厂宝华韦健，我也多次跟对方确认这一信息，但回过头来看才发现，这款山寨音响音质极差。”

赵女士表示，当初订车时4S店以加装“宝华韦健”音响等



各种配件为噱头引导消费者下单买车，直至近期再度找到该店售后，对方依然坚持音响是“宝华韦健”的。

“我也是冲着宝华韦健这个品牌才让他加装的，现在50多万元的车啊，居然配了一个山寨的音响。”谈及此事，赵女士悔恨不已。

来自云南的李先生也向记者反馈了山寨音响的问题，他2022年在云南昆明富豪沃尔沃4S店(全名：云南富豪汽车销售服务有限公司)购入了一辆23款S60智远豪华版汽车。

李先生表示，在订车时4S店就在音响的问题上含糊不清，不仅加装山寨音响，4S店还在合同上玩了文字游戏，以此规避法律风险。

从李先生提供的合同来看，无论是手写版还是打印版，都未直接注明“宝华韦健”，而是以“宝伟中置”“中置音箱”等擦边的字眼替代，值得注意的是，手写版合同中，“宝伟”的“伟”还并非“宝华韦健”的“韦”。

连日来，山东、云南、湖北、江苏、广东等多地车主都曾向记者爆料过沃尔沃山寨音响事件。

综合车主的爆料的内容来看，山寨音响主要集中在S60、XC60、XC90等车型上，有车主是花2000元左右的价格加装，有车主赠送获得。不少4S店在加装时都曾口头承诺是“宝华韦健”音响，但在合同中有意注明原厂字眼，以此规避法律风险。

根据山寨版音响

“BOVVERS&VVILKINS”的商标，记者查询到，该商标所属公司为大泓(深圳)汽车配件有限公司，该公司成立于2022年10月，注册资本仅5万元。

值得注意的是，生产山寨音响配件公司不止这一家，记者检索发现，一家名为大连宝华韦健贸易有限公司还注册有“13OWERS&VVILKINS”的商标，该公司直接将Bowers&Wilkins中字母“B”替换成了“13”。

在大多数消费者看来，4S店偷梁换柱加装山寨音响的行为已然涉嫌欺诈，要求相关门店能给自己换回原厂的宝华韦健音响，同时希望沃尔沃品牌方对此负起监管责任。

签合同同时玩文字游戏 4S店拒绝赔偿、更换

宝华韦健(Bowers&Wilkins)是英国高端音响品牌，成立于1966年，素有音响界的劳斯莱斯美称。记者查询沃尔沃官方App发现，选装一套宝华韦健音响的价格为25800元。

这一价格令不少车主在选装时望而却步，而上述4S店正是瞄准这一点，在后续和消费者沟通的过程中，以“白送原厂宝华韦健”或者“1000元至3000元不等的极低价格就能加装”等话术吸引消费者下单，最终快速促成交易。

对于沃尔沃这样的豪华品牌来说，一套原厂宝华韦健音响给车主带来的体验是山寨音响无法比拟的，这也是为什么大多数车主对4S店偷梁换柱的行为表示愤慨。

记者了解到，在发现山寨音响之后，大部分车主都曾去找购车时的4S店讨说法，但均未能得到满意的答复，理由也很简单，合同上没有标注“宝华韦健”就无法更换或者赔偿。

沃尔沃回应：第一时间展开调查

对此，记者联系到沃尔沃方面，对方回应称，关于近期部分消费者反馈的“经销商赠送非原厂配件”的相关情况，沃尔沃汽车高度重视，并将进一步加强对接经销商的监督管理，全面规范销售服务标准与流程，切实保障每一位消费者的合法权益。

关于沃尔沃品牌方对此事是否默许，是否有监管责任，后续如何处理等问题，对方表示，不会默许4S店这种行为，后续将督促相关经销商积极与消费者沟通，结合具体情况妥善处理。

2月12日，沃尔沃汽车通过官方微博对此事进行了回应，表示已第一时间展开专项调查。

据新黄河

中老年人扎堆“尝鲜”网络兴趣班

警惕“零元学”背后的套路

“想读就读，圆中老年人主持梦”“学会这几招，普通人也能成老中医”“跟我学5天，练出一手好字”……最近，各类网络兴趣班在中老年群体中持续走红。越来越多的中老年人愿意通过购买网络课程、观看直播等线上学习途径，重拾年轻时的爱好和特长。摄影、书法、朗诵、八段锦等丰富的课程安排占满了时间表。专家提醒，报班要结合自身需求，谨慎付费，别掉入“坑老骗局”。

两千人在线 边做笔记边踊跃发言

“注意红色的字，要用到虚实结合的发声方法，切忌捏着嗓子。大家跟我吸气——轻轻的，我走了，正如我轻轻的来……”最近，每晚7时50分，65岁的刘勤都会准时守在手机前，跟随直播课学朗诵。

屏幕上，西装笔挺的老师一字一句地示范经典诗词朗诵，传授发声、气息、情感等朗诵技巧；镜头外，刘勤戴着老花镜，在笔记本上不停地记录着知识点，身边还架着一个话筒，“为了完成朗诵作业，特意让儿子给买的。”

记者注意到，这场直播课刚开始10分钟，直播间在线人数就已经接近2000。

刘勤一边听课，一边随时关注着微信群——群名为“5天零基础朗诵训练营(第34群)”，群成员超过200人。随着课堂进

程，助教会在群里发送背景音乐、知识提纲等参考资料。

“这是我在视频平台刷到的朗诵课，5天课程0元学，主讲人是高校的名师。”刘勤说，自己平时喜欢朗诵，群里多数是和她差不多岁的中老年人，也有的已经80多岁。大家一边上课，一边在群里提问、探讨，气氛异常火热。

记者在视频平台搜索发现，类似的直播兴趣班五花八门，种类十分丰富。既有摄影、书法、绘画等培养兴趣的，也有家庭沟通等生活技巧类，还有中老年人比较关注的养生健康课，包括八段锦、中医常识等。

相比于线下兴趣班，这些网络直播课的时长相对较短，一期通常在3天至10天，一天一至两小时。学费尤其具有吸引力，有的甚至打出了“0元公益课”“1分抢名额”等广告。

价格低廉是吸引中老年人扎堆网络兴趣班的一大原因。

助教很热情 完成作业还能领红包

记者发现，这些面向中老年群体开设的线上兴趣班一般按照交费、进群、听课、作业、答疑的流程进行授课。除了主讲教师外，几乎24小时在线的助教都是“标配”，十分热情，对各类问题有问必答。

最近，陈女士的父亲在邻居的介绍下进入了一个书法学习群，群里都是平均年龄超过60

岁的书法爱好者。“每天晚饭后，父亲都会接到一个电话，然后就钻进书房听课练字了。”陈女士说，询问父亲后才知道，这个电话是书法课助教打来的，开课前他挨个提醒该上课了。

起初，陈女士担心父亲误入了诈骗圈套，还提醒他不要随便点开付款链接，但10天的课程接近尾声了，老师和助教也未提及缴纳学费的事宜。“每天课后，父亲都会在群里交作业，和群友交流心得，老师还会挑选出优秀作品发红包奖励。”陈女士说，虽然每次红包金额只有不到10块钱，但父亲每次领到都特别兴奋，学习的劲头更足了。

课上到一半 开始卖货

中老年群体对健康愈加重视，中医、太极、八段锦等线上养生课十分火爆。周六晚上6时30分，记者登录某视频平台搜索“养生直播课”，正在开播的直播间超过了50个。

直播内容大致可以分为两类：运动陪练和健康调理。前者是主播带着中老年人锻炼身体，不同于年轻人追求暴汗，这类直播内容更倾向节奏舒缓、动作简单的健身操、太极、八段锦等；后者则是通过讲述中医理论来帮助中老年人调理身体，例如经络拍打、穴位按摩等。

记者随机点进一个直播间，屏幕上显示主播身份为“中医养

生专家”，他正在介绍春季养生常识，在讲解了一个简单的保健动作后就拿出一款保健产品推销起来：“中老年人关节受风疼痛，我今天给大家介绍一款产品，含氨糖软骨素，可以有效保护关节健康……”记者从直播间点进产品链接发现，可以直接下单，每瓶价格超过百元。

记者调查发现，这类“夹带私货”的现象不光出现在养生健康直播课中，包括0元或低价人群的线上兴趣班，也都掺杂着很多广告。一些网络课程先以低价吸引中老年人入群试听，然后在他们感兴趣要进一步学习时，开始收取一定的费用。

秦先生通过视频平台花1元钱进群学习了5天的武当太极养生功夫课程。“老师介绍自己是正宗太极传人，课程适合零基础的中老年人。”他说，进群之后，助教会让学员填写健康计划，同时发送睡眠功法、太极动作分解等课程材料。每晚8时，助教会在群里发送直播链接，课后也有视频回放。

5天课程学下来，他意犹未尽，便在课后询问助教是否有后续课程安排，结果助教却发来了收费链接，说需要交1900元钱，才能解锁后续课程，不交费的学员必须退群。“我咨询了家附近的老年大学，一学期的线下太极课学费在1000元左右，这个课之后的收费太高了，我就没有再继续学。”他说。

当心掉入“坑老”骗局

研究教育心理学的首都师范大学副教授陈苗苗提醒中老年人，一些网课平台或小程序存在营销广告过多、违规售卖保健品、用低价课引流等问题。“老年人接触网络平台时间短，鉴别能力差，在碰到付费的情况时需要留一个心眼，防止掉进‘坑老’骗局。”她说，网络课程付费时，要结合自身需求，多考虑一下性价比，擦亮眼睛。

健康养生类的网络课程里往往陷阱最多。主讲人通常身着白大褂、拥有众多“头衔”，滔滔不绝地讲述养生常识。在开讲没多久后就逐渐将话题引导到所要兜售的产品上。还有一些直播间以“进群领赠品”等方式引流，不少中老年人从一开始获得蝇头小利到后续购买价值数千元甚至上万元的保健品，一步步走入消费陷阱。

对此，北京隆福医院老年病科副主任医师陈敏提示，当前网络课程鱼龙混杂，有的是伪科学真带货，还有的主播伪装成名医卖课。只要产品卖点有足够的吸引力，中老年人随时有可能“激情下单”，购买高价产品。她表示，中老年群体注重健康养生值得提倡，但应注意辨别，选择专业渠道获取养生健康知识。

据《北京晚报》