

警惕『马路新杀手』！ 新能源『玛莎拉蒂』只要一万六？



漫画据新华社客户端

民生观察

驾驶者以中老年人居多。由于没有牌照，“老头乐”闯红灯、逆行、横穿马路等违规行为较为普遍，一些群众对此已经“司空见惯”。“还有不少车辆行驶在小学周边接送学生，必然存在较大的安全隐患。”

“老头乐”究竟是什么车

形似轿车又不是轿车的“老头乐”，到底靠不靠谱？受访专家告诉记者，市面上大多数此类车辆能够符合基本的生产安全规范，但也有部分产品确实存在问题。有的车辆没有出厂合格证，有的电池参数严重虚标，还有的甚至出现“刹车不灵敏”或“行驶中突然熄火”等情况。

“一些‘老头乐’电动车生产工艺简单，车辆的制动系统、转向系统等关键部件性能不稳定，部分车辆甚至没有配备基本的安全设施。在高速行驶或紧急情况下，车辆难以有效制动或保持稳定，容易导致侧翻、失控等事故。”青海省海东市公安局交管支队副支队长郭廷昭说，当地曾发生一起涉“老头乐”交通事故。从事故成因来看，“老头乐”驾驶人田某存在无证驾驶、随意变道、未打转向灯等行为，所购买的低速载客四轮车合格证不符合上牌要求，且安全系数较低，不符合国家技术标准。

在低速电动车行业研究专家卢勇看来，为了追求低价和销量，当前部分低速电动车厂家在产品标准及外形上各行其是，“车辆尺寸越来越逼近轿车、外形越来越酷似汽车”，有的地方甚至形成以粗制滥造为特征的低速车产业园区。“这样的产品上路，当然容易成为马路杀手。”

此类车辆，为何能正常合规生产？北京盈科(成都)律师事务所律师张戈介绍，这是因为厂家在制造时，申报的不是合规乘用车，而是厂区代步车。这种车只能在景区、园区、厂区等封闭区域行驶，而不能在公共道路上行驶。厂家宣传不用上牌、不用驾驶证、不用买保险，可直接上路，也属于违法行为。

商家在销售宣传时，往往强调和突出车辆的性能、空间、外型等因素，而模糊车辆为“厂区代步车”的事实，让消费者误以为这是可以上路的普通乘用车，一旦出现交通事故等安全问题，责任则多需要由驾驶者来承担。

“老头乐”既不属于传统意义上的机动车，也不完全符合非机动车的标准，身份定义的困惑，使得相关部门在监管过程中面临诸多困难。

郭廷昭说，交通管理部门在执法时，对于“老头乐”违规行为的处

罚缺乏明确的法律依据，难以进行有效的管理。一旦发生涉及“老头乐”的交通事故，由于其车辆性质不明确，保险制度不完善，事故处理和纠纷解决明显会更为复杂。

“当前低速电动车的交通治理要么‘一刀切’，要么‘放任自流’。这些车辆究竟按何种车辆类型管理，可以在哪里使用、什么时候可以行驶，究竟要不要驾照，目前仍很难说得清楚。”卢勇说。

低速电动车的产品标准、驾乘标准、路权等方面仍缺乏清晰、明确的规范，道路安全的雷区增多，产业发展的轨道偏移。“相关法律法规中并没有对电动三轮车、四轮车等车辆的性质进行明确定义，司法实践中难免会出现认定模糊的情况。”张戈说。

盼尽快明确管理分类标准

在卢勇看来，“老头乐”背后是需求与治理的矛盾，不应“一禁了之”。这类车辆在下沉市场有着广泛的需求，已经成为一些乡村中老年人出行的主要交通工具。它价格相对便宜，驾驶简单，能遮风挡雨，切实满足了部分群众的出行需要。

2025年8月，中国中小商业企业协会低速车专委会发布了行业团体标准，内容涵盖术语定义、分类与部件要求、技术要求、试验方法、检验规则，直至标志、随车文件、包装、运输和贮存等环节，对加强生产环节的自律和规范具有积极意义。

“目前的法律实践中，已经偏向于将老头乐视为机动车进行处理。”张戈说，近年来已经有多起裁判案例明确“老头乐”虽然常以“非机动车”名义销售或使用，但在事故处理和司法认定中视为机动车处理，适用道路交通安全法、民法典等有关规定。

“要承认低速车需求存在的客观性，应从国家层面强化低速车产业发展和交通治理的顶层设计，尽快在产品标准、驾乘标准，低速车路权等方面作出清晰、明确、可落地的政策规范。”卢勇说。

张戈建议，打击商家虚假宣传，明确告知消费者购买此类车辆是否能登记上牌、是否能上路行驶。郭廷昭呼吁，推动从国家层面明确“老头乐”的产品属性、安全技术标准，加强生产、销售环节的监管。同时，对驾驶人特别是老年群体加强宣传教育，普及交通安全意识和规则意识。还应优化慢行交通系统，探索满足老年人等群体短途出行需求的多元化解决方案，从根本上减少对违规“老头乐”的依赖。 据半月谈

打开在线旅游平台选购机票、火车票时，你是否总被页面醒目位置的“最低价”吸引？下意识点击最低价，结算时却发现实际支付金额高于标价。殊不知，这正是平台精心设计的“新套路”。

部分平台标榜的“最低价”，并非真正让利优惠，而是引诱用户上钩的诱饵，让本该清晰透明的消费选择变得迷雾重重。这些“隐形账单”是如何产生的？消费者的知情权与选择权又该如何保障？

选了“最低票价” 反而多花钱？

“最低价”背后暗藏消费陷阱

“看似最便宜，实则更昂贵”。部分平台瞄准用户“比价选低”的消费习惯，通过“价格诱导”策略引导点击。例如，在某订票APP上，系统按价格从低到高排序后，页面最低价显示为698元，可到了结算环节，这个票价还要加上被捆绑的61元延误礼包，即便减去平台给的27元优惠，最终实付金额为869元。而当消费者返回重新选择标价为709元的“裸价”机票时，在机票、基建费、燃油费完全相同的前提下，虽然只能减去16元的平台优惠，却因无捆绑礼包，最终实付仅为819元，反而比所谓的“最低价”便宜50元。

这种现象并非个例。若消费者付款前没有仔细核对价格明细，就很难察觉“低价”套餐其实捆绑了五花八门的额外服务。平台看似给消费者让利，提供“最低价”选项，方便消费者比价选择，实则是拿捏用户的消费习惯来设计“套路”，让不少人直呼“坑坑不一样，坑坑躲不过”。

“捆绑搭售”究竟错在哪

事实上，售票平台的搭售乱象并非新鲜事。此前，平台以“默认勾选”方式捆绑保险、加速包等服务的行为，就曾引发广泛诟病。对此，2019年起施行的《中华人民共和国电子商务法》早已明确规定：电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

经过监管整治，强制捆绑行为确实大幅收敛，但更隐蔽的“价格陷阱”也让消费者更容易上当。

中央党校(国家行政学院)政治和法律教研部教授、宪法行政法教研室主任张效羽表示，一方面，这种以低价为诱饵的隐性捆绑侵害消费者的选择权。在案例中，平台展示的“最低价”，仅仅是机票单品的价格，却故意包装成整套产品的总价为最低价，正是这种行为误导消费者产生认知偏差。

另一方面，这种由“默认勾选”升级而来的隐形套路，进一步加剧了行业乱象，也让消费者陷入维权困境。由于这类新型捆绑行为在认定和取证环节存在诸多难点，消费者往往因维权成本高、收益低而放弃追责，一定程度上反而变相助长了平台违规行为的泛滥。

安心出行，不应有“套路”

对平台而言，必须摒弃“套路盈利”的短视思维，回归票务服务的经营本质，把选择权清清楚楚还给用户，以透明定价、优质服务筑牢口碑根基，让消费者明明白白消费。张效羽认为，对于平台来说，不是不能搭售，但必须确保相关信息在显著位置展示，并充分获得消费者同意，做到依法搭售、诚实搭售。只有当平台盈利模式不再建立在“套路”消费者的基础上，平台才能走得更远、更持续。

对监管部门来说，则要亮出“利剑”，针对平台捆绑搭售的“新变种”“新套路”，进一步细化认定标准、划清规则红线，压缩平台打“擦边球”的空间。张效羽表示，监管部门应当对消费者投诉较多的平台开展集中执法整顿，依法对其进行罚款，规范市场秩序。对于已经支付的订单，应赋予消费者对搭售产品的七天无理由退货退款权，从制度层面为消费者“撑腰”。同时，消费者也要擦亮双眼，仔细对比，才能破除“低价幻象”的套路。

互联网经济的核心优势在于便捷与透明，让购票回归简单，让“最低价”真正代表性价比而非诱人入坑的陷阱，这既是消费者的迫切期待，也是行业健康发展的必然要求。

据新华社