

一边是热销,一边有风险

# “失衡滑行”的电动平衡车

## 阅读提示

在很多人觉得刺激酷炫的电动平衡车已经成为时下流行产品的同时,一些质量问题特别是涉及安全的问题也凸显出来。

有关专家认为,电动平衡车产品属性不明确,不当使用风险大。在经营过程中,以“代步”“出行”等模糊词语误导消费者,企业应该承担相应责任,受到处罚。

电动车平衡车商品销售过万。

点开商品评价,评价分类包含“功能性强”“适合初学者”“有赠品”等,却并不包括“安全性能”评价。但在“使用效果差”这一分类里,记者看到有消费者说“性命担保,这是垃圾商品,请大家不要再上当受骗了!”而其他差评,主要集中在“平衡性很不好”“孩子摔倒了很多次”等。

据专业人士介绍,我国电动平衡车年产量虽然高达400万辆左右,但总体质量水平一般,产品质量参差不齐现象突出,体现在价格上差异也非常明显。一些电商平台上销售的电动平衡车,价格最低的只有两三百元,最高的上万元。

天眼查数据显示,我国从事制造业的企业中,共有1000余家平衡车企业。我国近17%的平衡车生产企业出现过经营异常,此外,约16%的相关企业产生过法律诉讼,案由主要集中在买卖合同纠纷(55%)。

### 产品属性不明确

电动平衡车使用者多为孩童,那么,电动平衡车是玩具吗?在有关专家看来,它不是。

电动平衡车产品属性不明确,不当使用风险大。中国消费者协会曾对这类产品进行分析点评,表示电动平衡车既不属于儿童玩具,也不属于运动器械,其产品属性和适用场景缺乏相应的规范,导致消费者将这类产品误认为是儿童玩具,忽视其中存在的风险。

相关搜索数据显示,购买者往往把电动平衡车当作玩具来选择,或者是当作可以锻炼孩子运动能力的运动器械来选购。电动平衡车的产品说明书则一般将电动平衡车描述为“运动娱乐工具”,有的平衡车将骑行者的使用年龄界定为“5岁至12周岁”。

而在购物网站上,电动平衡车的销售页面多以青少年为人物主角,甚至直接将产品描述为“智能儿童”平衡车,这些都会误导家长将这类产品理解为“玩具”。

而按照《电动平衡车通用技术条件》(GB/T34667-2017)的规定,电动平衡车是“配备有可充电的电驱动系统,以自主或人工操控模式来保持动态平衡的轮式载人移动平台”,该标准是按照代步工具或者载人工具进行技术规范的。但在道路交通安全专家看来,电动平衡车没有驾驶资质要求、没有方向盘和手动刹车、行驶时速高噪音小、刹车距离普遍过大等,消费者在道路上使用,不仅增加

了自身安全风险,也给其他驾驶员和行人带来了安全隐患。因此,作为交通工具目前不被交管部门认可。

### 误导消费者应受到处罚

按照《道路交通事故安全法》实施条例第七十四条规定,行人不得在道路上使用滑板、旱冰鞋等滑行工具。目前,出于道路交通安全考虑,北京、上海、南京、广州、武汉、成都等多地已经明确禁止电动平衡车上路。

以北京市为例,《北京市实施〈道路交通安全法〉办法》自2018年11月1日起施行。其中提到:“在道路上使用动力装置驱动的平衡车、滑板车等器械的,公安机关交通管理部门可以扣留器械,并处200元罚款。在道路上使用滑板、滑轮、旱冰鞋等滑行工具的,处10元罚款。”因此,电动平衡车在北京不能作为交通工具使用,更不能在机动车道上骑行,只能在一些专用场地或封闭场所使用。

尽管如此,电动平衡车经营者在销售时,为了推销其产品往往只注重宣传产品的便利和优势,而对产品的风险警示和防护提示不足,宣称产品容易操作、是安全的,甚至有一些产品在广告中展示的骑行人员也没有佩戴任何安全护具。

专业人士认为,在经营过程中,以“代步”“出行”等模糊词语,宣传电动平衡车产品的使用功能,这样的误导在某种程度上促使了不少不知情的消费者把电动平衡车当成出行的交通工具,从而导致了一些不应有的交通事故发生。为此,企业应该承担相应责任,受到处罚,因为这种误导可能以生命健康为代价。

# 在线教育不能游走于监管空白

## G 市场观潮

本报记者 赵昂

在线教育市场近来迎来大规模增长,根据艾瑞咨询的数据,2020年在线教育行业市场规模同比增长35.5%,达到2573亿元,其中学科培训、低幼年龄段素质培训均为增长较快的部分。天眼查数据显示,2018年至2020年全国在线教育企业分别为50.66万家、60.69万家、70.58万家,增长趋势明显。

《2020教育行业发展报告》也显示,在线教育行业2020年上半年融资数量就有91件,融资金额超过144亿元,同比增长达275%。

另一组数据则表明,在线教育的集中度较高,高于线下培训市场,在市场规模方面,2020年CR5即头部的五家企业集中度为15.2%,而线下教育2019年的CR5数据仅为4.6%左右。在资本方面,马太效应同样明显,资本市场向这一行业输送的资金中,八成都流入了头部的5家公司。

在线教育的火热,与去年新冠肺炎疫情期间的在家学习不无关系。在家学习使得学生家庭不仅配备了线上学习所需的硬件设备,包括宽带接口、摄像头麦克风甚至双屏显示等,也让家长和学生能够接受线上授课模式。同理,教师一方也配备了相应的硬件设备,并积累了一定的线上教学经验。有了硬件基础,有了市场接受程度,也有了人才经验,在线教育想不火都难。

不过,行业火热的背后却是隐忧。近来陆续有个别在线教育机构出现跑路情况,导致消费者蒙受较大损失,而被消费者投诉退费困难、涉嫌虚假广告的,也不乏一些大机构。

有人会有疑问,在线教育没有教室和招生场地租用成本,学生上课往往先付款后听课,怎么还会有企业资金断裂?殊不知,在校教育虽然省了教室成本,但在线上推广的获客成本可是不容小觑的。不少机构将资源用于推广营销获客,却怠于进行师资培养和课程研发。当然,缺少线下机构也导致师资培养和课程研发本身就存在困难,这就导致一些在线教育存在课程质量和师资水平参差不齐的情况。

值得注意的是,目前在线教育的监管措施远远弱于线下教育培训。线下培训机构如果要开设,其机构需要在开课地取得相关资质,其教师同样需要相应资质,并受到当地教育部门和市场监管部门的监督,线下培训机构的准入门槛正在不断提高,相关管理机制正在不断规范。相比之下,在线教育机构难以受到属地管理,对于其机构资质、教师资质的管理机制也处于滞后状态。

换言之,在线教育培训的规范速度,需要跟上正在井喷的市场,这就需要相关部门及时介入其中,创新管理机制。当然,我们必须要意识到,在很长一段时间,由于线下培训越来越贵,线上培训还是家长和学生以较低成本获得补充性教育资源的主要渠道。这一渠道需要保留,但有必要规范,以促使其健康发展。

## 世界首次8编组动车碰撞试验取得成功

本报讯(记者 柳姗姗 彭冰)两列8辆编组高速动车组日前在中车长春轨道客车股份有限公司完成碰撞试验,这是世界首次在符合实际工况的线路上进行的整列车被动安全碰撞试验。试验采集了列车吸能系统的变形次序、防爬车、防脱轨性能等重要数据,验证了由该公司自主研发的高速动车组碰撞吸能系统的安全有效性,标志我国轨道客车被动安全技术研究达到世界领先水平。

被动安全是指当列车发生意外碰撞时,通过列车吸能系统中的多个吸能装置耗散撞击能量,降低碰撞带来的结构破坏,从而保护车内乘员安全。被动安全技术是保障高速列车运行安全的最后一关,其难度在于列车碰撞过程需要头车前端吸能结构和位于车厢连接处的中间吸能结构等吸能装置共同参与,其受力过程属于“强非线性复杂系统”,数值计算难以精确模拟。目前,行业内主要采用零部件、单节车辆吸能结构试验的方法,还不能完全精确模拟真实情况。

本次试验按照欧洲耐撞标准和中国铁路标准规定的场景开展,一列整编列车以36KM/H的速度撞击另一列静止的整编列车。此次试验采用中国高速动车组标准编组模式(8辆编组),整列车所有的吸能结构都与实际运行的动车组相同,试验在符合实际运营工况的全长8.7公里试验线路上进行,最大程度模拟真实场景。两列重达462吨的列车相互碰撞发出巨大声响,但根据科研团队现场采集的试验数据显示,列车吸能结构以可控的方式压溃,各吸能装置的试验数据符合设定值,符合并超过欧洲及我国行业标准,试验取得圆满成功。

据了解,中车长客科研团队历经6年时间,搭建了国际一流列车线路碰撞试验验证平台。2020年12月,该公司被国家铁路局授予“高速列车本构安全铁路行业研究中心”。

## 黄河滩区居民迁建二期工程进入冲刺阶段

本报讯(记者 刘静 通讯员 张京徽 高飞)河南省民生扶贫工程——长垣市黄河滩区居民迁建二期工程自2019年3月开工建设以来,经过全体参建员工的辛勤付出,截至3月14日,主体工程全部完工,目前进入房屋内外装饰装修的最后冲刺阶段,为“4·30”居民搬迁入住奠定了坚实的基础。

“早一天竣工,当地的百姓就可以早一天搬进新房,早一天改善当地居民的生活质量。”据中铁十六局集团公司长垣黄河滩区居民迁建二期工程项目负责人介绍,长垣市黄河滩区迁建二期工程涉及3个乡镇22个村、9181户、30847人,集中安置区总占地面积1700余亩,总安置面积162万平方米,共300栋。其中,中铁十六局承建55栋住宅楼和4个地下车库,可安置人口近8000人。

据悉,黄河下游滩区是黄河河道的组成部分,由于受有关防洪法律法规的限制,禁止在滩区内布局重大基础设施和重大产业,因此滩区产业相对单一,主要以种植业为主。通过搬迁,可以助力当地群众实现脱贫致富。

## 共享充电宝悄悄涨价 新一轮竞争将更为激烈

近期,共享充电宝悄悄涨价了,从每小时1元涨到3~4元,24小时封顶价格从20元到40元不等。天眼查数据显示,我国目前共有超520家充电宝企业。有分析报告显示,2019年“三电一兽”(街电、小电、怪兽、来电)四家公司已占有96.3%的份额。目前,共享充电宝“赛道”仍在吸纳着新玩家和巨头的不断加入。



视觉中国 供图

## 建立完善检测平台 加大处罚力度

# 强化APP整治更好保护用户权益

本报记者 孙喜保

3月11日,工业和信息化部在其官方网站督促今年以来第三批企业APP尽快整改,共涉及136款APP,所涉及企业名单也一起公布。工业和信息化部在公告中强调,如果这些APP在3月17日前还无法完成整改落实,将会受到下架、罚款等处罚。

这再次给各家互联网企业敲响警钟,如果不重视对自己行为的规范,受到处罚的力度会越来越大。

这些APP涉及的企业不乏行业巨头,如腾讯、科大讯飞等,知名企业尚且如此,可见整个行业亟须整治。

### 查处力度在加大

实际上,自去年7月份以来,尤其是工业和信息化部去年11月底举办的APP监管会议以来,工业和信息化部对企业违规行为的查处力度不断加大。该部先后两次召开专门会议,邀请许多行业巨头负责人、相关专家、消费者协会负责人,现场公布政策,协商检测、监管事宜。工业和信息化部副部长刘烈宏以及相关司局负责人,在会议上不仅点名批评一些企业的APP产品违规侵害消费者权益。包括腾讯、360、滴滴等负责人,还现场宣读了遵守相关法律法规的承诺书。

这被业内认为是国内APP严格监管的转折点。有分析人士指出,虽然此前工业和信息化部也出台了一系列的规章制度和整治行动,来限制APP侵犯消费者权益的行为,有的还会被罚款。但是在落实的过程中,由于缺少必要的标准,处罚的力度不够大,许多企业似乎并不在意,甚至明知故犯,最后无非交点罚单完事。

“几万元、几十万元罚款对他们来说已经起不到任何作用,需要采取更加严厉的处罚措施。”工业和信息化部相关负责人表示。实际上,进入2021年以来,工业和信息化部不断完善标准和规章制度,对至少220款整改不到位的APP做了下架处罚。这意味着,处罚更加严厉。

### 对拒不接受整治的坚决下架

APP一般都拥有软件著作权,因此APP近年来增长速度从软件著作权的数据变化中可见一斑。天眼查数据显示,我国近5年(2016~2020年)新增的非个体企业中有超过30万家企业拥有“软件著作权”,较过去5年(2011~2015年)相比,环比增长34%。据了解,目前来看,我国大多数互联网企

业的盈利模式正在从在线广告向基于大数据的定向推送、精准营销转变。因此,相关的企业违规成本较低,而违规侵害用户权益的情况则时有发生,同时黑灰产也在加速向违规收集使用,甚至更有非法买卖个人信息聚集的情况出现。

此次工业和信息化部公布的136款APP也多涉及这些问题,比如超范围收取个人信息、强制频繁过度索取权限、欺骗误导用户下载APP等。有的企业一款APP甚至涉及五种违规行为,比如上海航舟信息科技有限公司的一款APP,竟然同时存在“违规收集个人信息、超范围收集个人信息、违规使用个人信息、欺骗误导用户下载APP、应用分发平台上的APP信息明示不到位”这五种最常见的违规行为。

3月1日,国务院新闻办举行的新闻发布会,工业和信息化部副部长肖亚庆就表示,目前市场上手机应用程序(APP)约300万款,工信部会同相关部门专项整治了群众反映强烈的问题,对于不接受整治的APP坚决下架。

据肖亚庆介绍,2020年,工信部对群众反映强烈的问题进行了专项整治,总体来讲效果比较明显。2021年,工信部将继续延续这样的整治,尤其是群众反映的重点领域,坚

持“最小可用”的原则来处理APP的发展过程,对拒不接受整治的APP要坚决下架。同时,在监管方面,要提高技术装备的能力,首先要确保能够检测出信息保护的漏洞,以及对广告信息有效拦截。

### 加快检测能力建设

记者从采访中获悉,工业和信息化部已经委托下属单位,建立了专门的技术检测平台,用于检测APP的违规行为,而且这一平台还在不断完善之中,以应对一些企业的技术对抗等行为。据悉,检测平台2021年的年检测APP能力将达到180万个。

综合来看,目前有关APP用户权益保护的测评规范也在不断完善,17项标准也已经公布。2021年,工业和信息化部将在标准的基础上,不仅要加大对APP的监管力度,同时还将集中整治一些消费者反映强烈的问题,比如“麦克风权限滥用”“未经用户同意擅自读写相册”“过度索取通讯录”“隐藏个推关闭选项”等,而且将对涉及这些违规行为的APP依法依规予以约谈警告、下架处罚。

随着各项监管、检测措施的完善,对APP企业来说,违规搜集、使用消费者信息的成本将越来越高。