

买到“泡水车”如何维权

本报记者 李万祥



图为消费者在二手车交易中心挑选车辆。
(资料图片)



中国汽车流通协会的数据显示

2025年6月

全国二手车市场交易量

▶ 165.75万辆

环比增长3.34%

同比增长9.12%

交易金额为 ▶ 1068.39亿元

样的特点？张翼分析，此类案件特点主要包括车辆泡水问题隐蔽与信息不对称，消费者举证难度大，合同约定存在漏洞，鉴定评估环节争议频发等。

目前，二手车交易并非必须附带权威车辆检测报告，法律上也无强制要求。很多中小车商可能不会主动提供报告，甚至回避车况问题。就算有检测报告，消费者仅凭车辆外观和现有报告，也很难发现泡水等隐蔽缺陷。同时，车辆所有权流转链条不透明、不完整，车辆保养、保险理赔记录信息系统不完善，缺乏公开查询渠道等因素，也导致消费者在购车前难以全面核查车辆涉水或重大理赔记录，增加了购车风险。

“二手车交易合同多由二手车经销商或旧机动车交易市场制定，合同条款较为简单、定义较为模糊，对车况说明不够具体准确，尤其是对以何标准认定‘泡水车’等关键信息缺乏清晰界定，发生争议时难以认定卖方责任。”张翼说，部分合同还含有对卖方有利的免责条款，虽未必合法，却会影响消费者维权。

记者了解到，关于“泡水车”鉴定标准，不同地区、机构的检测方法有差异，这容易导致买卖双方对鉴定结论产生分歧。张翼表示，由于行业规范性不足，部分鉴定机构的报告准确性、完整性欠缺，影响法院采信。“如果结果不利，消费者不仅无法获赔，还需自己承担鉴定

成本，这在一定程度上抑制了部分消费者的鉴定意愿。”

筑牢权益保护“防火墙”

消费者权益保护法中有规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的3倍。

具体到二手车交易中，如何认定经营者存在欺诈行为？张翼认为，像重大事故记录、发动机或变速箱等核心部件维修更换史、水淹或火烧经历、里程数据篡改等，这些都是车辆的关键信息，会直接影响车辆价值和购车决策，若商家刻意隐瞒此类信息，一般会被认定为存在欺诈的客观行为。

“实践中，部分消费者对消费欺诈存在误解，如仅以车辆存在外观瑕疵等为由要求退一赔三，甚至在法院释明其可主张违约责任后，仍坚持要求退一赔三，法院难以支持其诉求，也徒增维权成本。”张翼说。

面对“泡水车”等消费陷阱，消费者既要提高警惕，做好前期防范，也要在权益受损时敢于运用法律武器维护自身合法权益。李杰建

议，消费者在购买车辆时应谨慎详细查验车辆是否存在瑕疵，发现问题要及时提出异议。对于购买车辆需要重点关注的事项，如事故、泡水、核心部件维修等，可要求查看车辆检测报告、历史维修记录、保险记录、产权登记信息等，以便准确把握车辆情况。

同时，消费者应仔细阅读购车合同条款，可以要求经营者就事故、泡水、核心部件维修等关键问题作出相应承诺并写入合同条款。“消费者需注意，应对‘泡水车’的定义予以明确，例如约定以具备相应资质的第三方检测机构出具的鉴定报告为准。”李杰说，还要注意格式条款中免除卖方责任的相应条款，如“因检测技术有限，对于车辆隐性故障未检出，卖方不承担责任”等表述。

在留存买卖合同、付款凭证等各类证据的基础上，消费者应当树立依法维权意识，选择恰当的维权诉求。针对经营者的欺诈行为，应坚持以“退一赔三”方式维护自身权利；针对经营者的一般履约瑕疵行为，则应以减少价款、支付违约金等作为诉求，更有效地保护自身合法权益。

商家诚信是关键。“销售车辆时，应全面、如实、准确告知消费者车辆具体情况，不虚假宣传，不隐瞒商品瑕疵或缺陷。”张翼呼吁，二手车经营者应诚信守法经营，共同营造公平、透明市场环境，让消费者安心购车、放心用车。

城市商业综合体“扎堆”改造升级，智慧商圈、沉浸式体验成为激活消费新引擎；5G信号覆盖山区村庄，快递车穿梭于乡间小道，村里的便民小店打通农村消费“最后一公里”……消费设施建设是提振消费的“硬件基础”，优质的消费设施可以提升消费体验、降低消费成本，从而激发公众消费热情与意愿。城乡基础设施的持续完善，已成为促消费、稳增长的重要着力点。

今年上半年，社会消费品零售总额达24.55万亿元，最终消费支出对GDP增长的贡献率达52%，充分发挥经济增长主引擎作用。不仅如此，我国是农产品生产和消费大国，每年仅生鲜农产品消费规模就高达10亿吨。

然而商品流通效率低、供给结构单一、消费场景匮乏等消费设施短板持续制约消费提质扩容，亟需进一步推动“有为政府”和“有效市场”更好结合，增强供需适配性，构建覆盖广、品质高、可持续的现代化消费支撑体系，释放消费潜力。

同时，城乡消费设施发展不平衡问题依然突出。在农村地区，冷链物流缺口导致生鲜农产品损耗率居高不下，部分偏远山村快递配送时效长达5天至7天，制约了“农产品进城”与“工业品下乡”的双向流通；走进城市，小修小补的家电维修总是耗时费力，老年人常在数字化场景中无所适从，逛街又难免遭遇停车难、服务体验差以及商场同质化等问题，跨区域、跨部门协同以促进消费扩容、提质升级的体制机制也尚未完全打通。

完善城乡消费设施重在补好短板。从改善农村消费环境到提升城市运行保障能力，要深入实施县域商业建设行动和“千集万店”改造升级，聚焦县、乡、村三级农村物流配送体系建设，推动冷链物流、仓储设施向农村延伸，进一步畅通农产品上行、工业品下行机制；加快推进城市“一刻钟便民生活圈”建设，加大对夜间消费集聚区域的经营活动场地、公共交通运力、临时停车泊位等配套保障力度，以及公共场所和线上服务平台的适老化、无障碍化建设，充分满足全天候、全年龄段消费需求。

完善城乡消费设施重在提升品质。当前，城市更新已经进入新发展阶段，如何在已有消费基础设施和新兴消费场景建设中实现有效对接，打造更多融合社交、购物、文娱等功能的城市“第三空间”，是激发消费新需求的重要环节。要推动老旧商圈向智慧商圈、沉浸式体验空间等新型商业场所转型，优化布局城市商业网点，打造购物中心、商业街、社区便民生活圈等多层级消费中心，在满足基本需求的同时，积极融入更多数字、绿色与健康的新型消费理念，让群众在高品质消费中收获更多幸福感。

完善城乡消费设施重在强化协同。消费设施不是孤立的存在，而是相互关联的“系统工程”。冷链物流不仅要覆盖农村，还要衔接城市商超；社区便民设施不仅要服务居民，还要联动周边商圈；绿色消费不仅要布局终端，还要打通回收、再利用全链条。对此，政府要发挥顶层设计作用，通过专有政策、专项投资和税收优惠等方式，充分激发经营主体的积极性和创造性，精准支持消费基础设施建设和改造升级；企业要主动作为，灵活运用市场化运作模式，在参与城市商圈改造升级的同时，积极探索下沉市场新蓝海。唯有多方协同发力推进城乡消费设施建设，才能不断满足群众日益增长的美好生活需要。

创新消费场景带火“一圈一区”

本报记者 周琳

今年以来，天津市围绕新商圈、重点社区“一圈一区”积极拓展消费场景，丰富商业载体、社区消费体系和沉浸式文旅消费体验。2025年上半年，天津居民人均消费支出18673元，比上年同期增长4.0%。

在天津市武清区V1赛车体育嘉年华上，上百辆炫酷改装车咆哮集结，列队开启声势浩大的巡游，看台上数千名观众欢呼雀跃。小朋友们在亲子游乐区内排队体验复古卡丁车，欢声笑语不绝于耳。

这是第五届海河国际消费季启动时的一幕。作为商务部“购在中国”天津站的重要活动内容，消费季活动选择在天津市武清区V1汽车世界举办，别有深意。武清区“新商圈”专项工作指挥部办公室副主任张朝阳说：“过去，市民们习惯了到传统汽车销售卖场静态看车买车，如今，我们开辟了汽车嘉年华，消费者既可现场体验赛车乐趣，也能近距离体验品牌进口车、国产新车。现场还有国际商品市集和武清区精品市集板块，市民能买到多个国家的进口商品和武清区特色商品，体验全新消费场景。”

本届消费季还推出商圈精品购物节、第六届天津夜生活节、2025天津美好生活节等10场标杆活动，将持续至9月底。

同处于武清“新商圈”的佛罗伦萨小镇加快吸引入境消费，境外旅客购物消费满200元，便能享受离境退税“即买即退”服务。“从北京到武清坐高铁半个小时直达，买完商品还能打卡各种网红景点、体验赛车、观看非遗展出，我和同行的外国朋友都很满意。”来自北京的

游客刘瑞说。

在精品购物节期间，天津市重点商圈围绕拓展消费场景各显其能。比如，和平区金街商圈10余家大型商业购物中心聚焦“首发经济”挖掘潜力，不断推出首发、首秀、首展；盒马鲜生天津首店在南开大悦城开业，引入7000余款特色商品；永辉超市在天津的第二家学习胖东来自主调改店——天津滨海万达店焕新登场，为津沽消费者带来更多购物选择；天津市体育局重点打造乐享津门·足球嘉年华系列活动，并举办全国柔道积分赛、全国棒球冠军赛等专业赛事以及哪吒文化体育嘉年华等群众文体活动，将体育与消费深度融合。

针对社区消费的场景创新也在不断加强。天津市部分金融机构、物业公司、养老机构、社区居委会等积极共建“物业社区管家”和“一刻钟便民生活圈”。每个生活圈至少包含公共停车场、社区门诊、社区食堂、小儿托管、艺术学习班、社区超市、老年活动中心等各处。“金融机构+物业公司”针对老百姓日常“衣食住行、游购娱医”等场景需求，利用“金融网络+大数据+供应链云网”的数字场景矩阵，提供集信息获取、打折优惠、安全便捷、服务透明于一体的金融消费服务。

不久前，在天津市静海区朝阳街道春熙明月社区广场，天津农商银行举办的“西瓜嘉年华”活动吸引了众多居民参与并在周边商户消费。居民们切身感受到“吉祥物业通”便民生活圈带来的便捷。在春熙明月社区，记者发现，金融机构和物业公司的合作带来了更优秀的“社区消费管家”，从便民缴费到消费购物、

从食堂用餐到养老医疗、从社区托管到文旅旅游，这个“新管家”都能胜任。

天津农商银行数字银行部主要负责人李志冉说，该行的数字金融产品“吉祥物业通”从居民的消费需求入手，将金融服务与社区物业场景深度融合，打造出独具特色的“金融+物业”服务模式，实现金融服务与生活场景的无缝链接。

春熙明月社区居民刘鸣一说：“普通居民通过手机可实现物业缴费、投诉建议、邻里社交等功能。针对‘一刻钟便民生活圈’的各种消费场景，商业银行和物业公司通过数据沉淀为居民提供更精准的用餐托管、购物打折、健康义诊、文旅娱乐等生活服务，效率比过去提升很多。”

金融消费场景的创新带动了整个社区商业的发展。社区物业运营方、天津市通和基础设施建设运营有限公司总经理郭永建说，使用“吉祥物业通”后物业缴费率明显提升，降低了物业公司运营成本。通过银行支付收单业务的统一接入，统一清算和统一宣传，激活居民社区内消费需求。截至目前，天津农商银行在静海区朝阳街道建设的物业商圈已覆盖周边4个社区，串联了社区门诊、社区食堂、小儿托管、社区超市、农庄采摘等10多项便民服务，为周边近4000户居民带来生活便利。

截至目前，天津农商银行仅在静海区已完成朝阳街与团泊镇2个生活圈的试点建设，并计划于2025年末完成5个生活圈建设，2027年建设不少于20个生活圈，完成对静海区的全域覆盖。



天津农商银行“优享驿站大篷车”在天津市静海区等区域持续开展“尊老优享”银发服务巡回路演活动，不断完善场景化、社区化银发消费生态。

本报记者 周琳摄