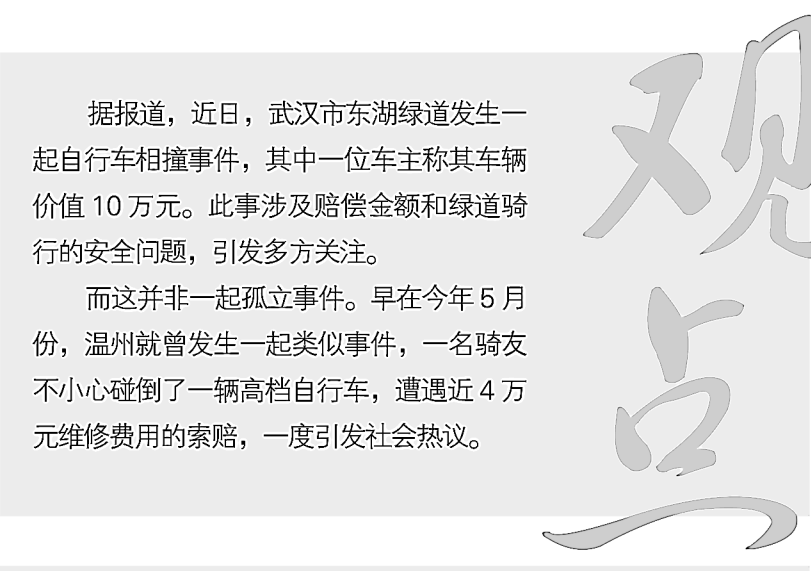


期待用创新来化解“天价自行车”风险



据报道，近日，武汉市东湖绿道发生一起自行车相撞事件，其中一位车主称其车辆价值 10 万元。此事涉及赔偿金额和绿道骑行的安全问题，引发多方关注。

而这并非一起孤立事件。早在今年 5 月份，温州就曾发生一起类似事件，一名骑手不小心碰倒了一辆高档自行车，遭遇近 4 万元维修费用的索赔，一度引发社会热议。

谁该更多承担民法中的注意义务

自行车索赔事件，本身属于没造成什么严重后果的市井新闻，之所以引发广泛关注，核心还是因为“天价自行车”。中国是自行车大国，对作为交通工具的自行车有丰富的管理经验，但“天价自行车”碰撞事故却是发生在全新的场景下。

几万元甚至十几万元的自行车，稍有损坏动辄就是高昂维修费，这给大众带来的不适，除了“后果严重”超出认知，更有今后还“敢不敢出门上街”的恐惧：大街小巷到处是自行车，谁敢保证不刮不碰？

在法理层面讨论，事件中的“注意义务”问题是无法回避的。而肇事者与车主双方，谁该更多承担民法中的注意义务，就成了焦点。法律问题比较专业，然而“法律亦不外乎情理”，首先，要求普通人识别大街小巷自行车群中的“奢侈品车”并提升注意义务，恐怕并不现实；其次，因为奢侈品车子一碰就倒，而让公众人人自我提升“免碰”能力，也不合

理。笔者看来，“免碰”的责任应更多地落在车主身上——把车子放在不容易被碰的地方，或是时时做好看护之责。交通出行难免发生刮碰，人流车辆密集的城市中更难避免。这个语境下再看这种“一碰就倒”、一倒就是近乎天文数字的赔偿，若是走在路上稍有不慎就可能“摊上大事”，可能会“人人自危”了。

一些国家要求超贵重物品、奢侈品的所有者，须自行购买无过错强制责任险，以防“赔不起”的不测。这种制度的设计，其实是基于富人承担更多社会公共责任，减少奢侈性、享乐性消费强加风险于弱势人群的双重考量。之前全国两会中也有代表委员建议，通过相关保险产品的设计来解决“刮碰豪车”等带来的问题。如今又来了“天价自行车”的新问题，怎样通过相关制度设计化解矛盾和风险，有关方面应该有所关注，这不仅有助于保护公民的合法权益，也有利于维护社会的和谐稳定。

保险创新不可或缺，能起到缓解矛盾的作用

近年来，骑行运动盛行，公众对自行车的运用不再限于交通目的，更多的是健身、休闲和愉悦自我，这导致部分有能力的消费者有动机购置更高档的自行车骑行上路。这属于一种消费升级，但社会各方还没有对这种消费升级所带来的后果做好足够准备。

有声音呼吁保险行业应当及时查漏补缺，面对新兴事物尽快推出创新险种，以解决消费者的后顾之忧。在媒体的调查中，在大部分主流保险公司都没找到自行车车损相关的险种。难点在于该险种市场过于小众，再加上当前市场缺乏统一的定损标准，导致保险公司赔付压力巨大，很难达到盈亏平衡点。

不过，换个角度看，小众市场即便亏损，规模终究有限，却可以提升保险公司的服务上限，赢得消费者更多信赖。而且，随着骑行成为年轻人运动新潮流，小众市场基础不断扩大，相信这笔账聪明的保险公司“拎得清”。

毫无疑问，消费升级或技术进步

本身是好事，但也常会打破既有均衡局面，引发碰撞。就像大家都骑几百元的普通自行车，路上新冒出几辆“天价自行车”就容易给周边造成压力。

但这种均衡不断被打破与建立实乃社会常态，保险制度的不断完善，以及在保险纠纷解决机制上的创新，在一定程度上能起到缓解矛盾的作用。

对此，一方面，人们应当保有适当耐心，理解围绕新事物、新现象建立新配套制度需要一个时间周期；另一方面，社会管理者亦应看到，围绕新事物产生的影响往往不局限于新事物本身，而是其所带来的舆论冲击。

现实中，人们在生活中与“天价自行车”发生碰撞事故的概率并不大，但因其引发的围绕贫富差距、路权强弱、生活境遇等的碰撞与激辩却极易发生。

从这个角度讲，积极推动解决好“天价自行车”碰撞事故所引发的一系列问题，仍值得重视。综合中国青年报、新京报等（谗路 整理）

对“蹦迪巴士”不妨且试且完善

□ 张立美

近日，安徽合肥多人在一辆行驶的公交车上蹦迪的视频引发争议。合肥公交集团有限公司发布情况说明表示，该车辆为某酒吧包租公交巴士举办开业活动，有关人员和设备均为该酒吧安排，目前已叫停相关活动。

动感的音乐、酷炫的灯光、热辣的舞姿、兴奋的观众……受年轻人追捧和喜爱的“蹦迪巴士”，并不是合肥独创。厦门、青岛、邯郸、天水、淮安等多地都曾推出过“蹦迪巴士”并火爆出圈。

“蹦迪巴士”是将作为城市公共交通工具的公交车变身成为流动的娱乐场所，是公共交通工具功能的一种革新，属于一种新生事物，有些人一时之间接受不了，引起争议，是正常现象。但是，仅仅因为“蹦迪巴士”引起争议，公交公司就“一刀切”叫停，这样的选择太过简单粗暴，既有悖“开明开放 求是创新”的合肥城市精神，也不符合合肥这座“大湖名城”的“创新高地”城市发展新定位。

事实上，“蹦迪巴士”到底要不要叫停、应不应该叫停，关键要看是否违法违规、违反社会道德、危害道路交通安全。从各地“蹦迪巴士”运营情况来看，显然都够不上。开通“蹦迪巴士”属于公交公司自主经营行为，且只有一辆公交车作为“蹦迪巴士”，并没有降

低公交车的整体运力，没有影响市民正常出行，没有背离公交车作为城市公共交通系统一环的公共性、公益性属性。而且，虽然打碟、蹦迪属于小众娱乐生活方式，但谈不上违反公序良俗的不文明行为。换言之，“蹦迪巴士”，既不违法，也不缺德。

当然，不可否认的是，“蹦迪巴士”确实存在一定的安全隐患。一方面，“蹦迪巴士”招手即停，极易引发交通事故。近年来，多地发生出租车招手即停引发的追尾交通事故。另一方面，乘客在“蹦迪巴士”行进过程中忘我蹦迪、歌唱，巴士一旦刹车或转向很容易造成乘客摔倒受伤。

但即便“蹦迪巴士”存在一定的安全隐患，也不等于只能选择叫停一条路可以走，完全可以划出公交车运营创新与安全规则之间的边界，在试行过程中不断完善相关规则，为“蹦迪巴士”安全上路保驾护航，实现创新与安全的平衡与双赢。比如，可以考虑取消“蹦迪巴士”招手即停；再比如，可以考虑设置“蹦迪巴士”车速上限，让“蹦迪巴士”低速行进。

对待“蹦迪巴士”等新生事物，不宜“一刀切”直接叫停，应当多一点包容，不妨且试且行且完善。

滥用“七天无理由退货”要实现“以法破题”

□ 堂吉伟德

“绝大多数裙子都被穿过了，打开包装后一股难闻的异味扑鼻而来，完全无法再次销售，只能报废。”近日，面对400多件被退回的裙子，浙江金华的网店老板姚先生心痛不已。此类事件并非偶然出现。前段时间，“某电商女装商家吐槽退货率高达80%”的话题冲上热搜。

“七天无理由退货”是保障消费者知情权和选择权的重要法定赋权，依据消费者权益保护法，除特殊商品外，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。在实际操作中，一般平台都要求“七天无理由退货”，而且有运费险，买家没有任何损失就可以退货。作为一项有利于消费者的权利，“七天无理由退货”在给消费者带来便利与好处时，却意味着商家将承担更大的责任，面临更多的风险。

事实也是如此，一单退货损失要靠重新再卖10单才能弥补，如果该项权利被滥用，就会严重扰乱正常的市场秩序，破坏社会信任体系。从现实看，“七天无理由退货”规则自实施以来，在约束商家行为，保护消费者权益方面发挥了重要作用，但也被一些别有用心的人钻了规则的漏洞，通过试穿试用薅运费险羊毛谋私利，或者干脆以次充好，以假乱真甚至故意拖着不归还，让商家为此蒙受损失。

人都有逐利性，若仅靠道德而非法律规制，则“诚实守信，理性消费”的原则很难实现，反倒是纷纷效仿出现“劣币驱逐良币”的倾向。就现状来看，滥用“七天无理由退货”规则不能只靠信用约束，法律的补位尤为重要。今年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定，消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则，不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。由此释放出两条极为重要的信息，一是针对退货权滥用的现象，已引起了立法层的高度重视，通过立法填补了“无法可依”的空白。二是将退货权纳入法律约束的范畴，丰富并提高了治理的层级和能级，有望带来更好的治理效果。

滥用退货权牟利是一种侵权行为，理应为此付出相应的法律代价，期待更为完善的配套体系尽早实施。比如明确商家可以拒绝退货的情形、电商平台如何发挥三方责任，包括利用大数据和人工智能技术，快速识别异常交易行为，将侵占运费险行为纳入技术管控的范畴；监管部门如何提供权利救济，如何对利用规则漏洞“薅羊毛”牟利的行为进行惩戒等，都应当有具体的细则规则和保障措施。唯有让利器真正成为善器，最基本的市场交易规则才会得到尊重与执行，良好的消费环境才能得以实现。