

□ 记者 章炜

近年来，涉电动车产品的“标注与实际不符”类投诉频发，成为消费纠纷的热点领域。上海消费者郭先生花费 2699 元购买的雅迪电动自行车，在一年后维修时意外发现，车辆实际安装的是铅酸电池，与产品合格证上明确标注的锂电池严重不符。为维护自身合法权益，郭先生将销售店铺及车辆相关厂家诉至法院，要求“退一赔三”。近期，上海市浦东新区人民法院对该案进行公开开庭审理。

## 电动自行车电池货不对板，要求“退一赔三”

2023 年 3 月，居住在浦东新区的郭先生在袁先生所经营的门店看中了一辆雅迪牌电动自行车，一番沟通后，以 2699 元的价格成交。购车时，店铺提供了一份《电动自行车产品合格证》，上面明确载明，该电动自行车的蓄电池类型为“锂电池”，型号为 DZ48N-24EM。郭先生当时并未仔细核对电池类型，支付款项后便提车使用。

2024 年 6 月，因车辆需要维修，郭先生将电动自行车送至购车的经营部。维修过程中，他意外发现，这辆电动自行车实际安装的竟然是铅酸电池，而非合格证上标注的锂电池。

“明明写的是锂电池，怎么装的是铅酸电池？这不是明摆着欺诈吗？”郭先生当即与袁先生的经营部及车辆相关厂家沟通，要求给出合理说法并赔偿损失，但双方未能达成一致。“我当时没问老板是什么电池，不懂分辨电池类别，就以为装的是合格证上标明的锂电池，但实际上配置的电池却货不对板。”郭先生认为，雅迪品牌方以及门店销售的产品与标注信息不符，已构成欺诈消费者的行为。根据《消费者权益保护法》规定，将经营部、雅迪集团以及生产企业一同诉至法院，提出了“退一赔三”的诉讼请求。

### 雅迪：出厂时配备锂电池，与车体分开发货

庭审现场，原、被告双方就“是否构成欺诈”“责任应由谁承担”等问题展开了激烈辩论。经营部老板袁先生辩称，不同意郭先生的诉讼请求。他表示，案涉电动自行车的主体和电池是分开发货至店铺的，这款车

既可以安装锂电池，也可以安装铅酸电池，而锂电池的价格远高于铅酸电池，郭先生支付的 2699 元本身就是铅酸电池配置的价格。“当时安装铅酸电池的时候，他就在场，是知情的，不存在欺诈一说。”

雅迪集团方则提出，郭先生依据《消费者权益保护法》起诉，本质是买卖合同纠纷，而非产品责任纠纷，二者适用法律不同。此外，雅迪集团仅仅是涉案电动自行车生产企业的股东，并非实际生产者，且郭先生的购车款直接支付给了经营部，公司与郭先生之间不存在任何法律关系，不应承担赔偿责任。

涉案电动自行车生产企业辩称，本案应属买卖合同纠纷，而非产品责任纠纷。该公司生产的涉案电动自行车已通过国家 3C 强制认证，是合格产品，郭先生使用一年多也未出现质量问题。同时，该公司是将车辆销售给袁先生的经营部，安装何种电池完全是经营部的自主行为，与生产企业

## 法院：经营部构成欺诈，应退一赔三

法院认为，经营者应当保证商品符合安全指标，经营者还应当向消费者真实、全面提供商品的性能、质量等信息，不得作虚假或者引人误解的宣传。本案中，郭先生依据《消费者权益保护法》的相关规定，认为三被告存在欺诈行为，要求“退一赔三”，本案由应为买卖合同纠纷。

“退一赔三”的责任主体是经营者，经营者是为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务的主体，这个经营者一般是指销售者或服务者。

同时，根据庭审中各被告确定的事实，生产企业出厂时将电动自行车主体及锂电池分别运输至袁先生所开的经营部，在案证据尚不足以证明雅迪方存在欺诈行为，故郭先生要求雅迪方承担“退一赔三”的诉请，法院不予支持。

关于郭先生诉请经营部承担“退一赔三”的诉请，法院认为，袁先生作为经营者，应当明知案涉电动自行车合格证载明的是锂电池，但在出售案涉电动自行车时却安装铅酸电池，且

无关。且消费者的购车款也是支付给经营部的，公司未收取郭先生任何钱款，不存在欺诈行为，不应承担“退一赔三”的责任。

庭审中，郭先生提交了电动自行车产品合格证、购车发票、3C 认证证书、录音、聊天记录及照片等证据。此外，三方被告在庭审中共同确认，涉案电动自行车出厂时确实配备了锂电池，且电池与车辆分开发货至袁先生的经营部。

锂电池和铅酸电池到底有哪些区别？相关从业人员表示，铅酸电池的使用寿命在两年左右，而锂电池则相对耐用，使用寿命为四年到五年。在同等容量下，铅酸电池的质量体积比锂电池更重更大，约为锂电池的三到五倍，锂电池的平均电压更高，能量密度更高。此外，铅酸电池的成本远低于锂电池，目前市面上流行的锂电池的价格大约是铅酸电池的两倍。锂电池替换为铅酸电池，将使整车重量更大，影响电动自行车的操控性能和制动性能。

其述郭先生明知其安装的为铅酸电池，在郭先生否认的情况下，未能举证证明其已与郭先生就变更电池类型达成一致，故经营部存在未按照合格证载明的参数指标如实向消费者告知的情形，其行为构成欺诈。郭先生的诉请法院予以支持。综上，依照《消费者权益保护法》第五十五条的规定，判决经营部于生效之日起十日内退还郭先生购车款 2699 元，郭先生退还电动自行车。经营部于判决生效之日起十日内赔偿郭先生 8097 元；案件受理费 69 元，由经营部负担。

消息树

“良辰吉日，开工大吉”“遇到良心装修公司，89 平 9.3w 全包完工”……高度同质化的内容，搭配一对笑容灿烂的“夫妻”站在新家门口的图片，向网友分享自家的装修“干货”经验。近期，类似的帖子在许多社交平台高频出现。然而，有业内人士指出，不少笑容灿烂、风格统一的“业主”并非真人，而是由 AI 一键生成的虚拟形象。

记者在多个社交平台输入“装修已定”“聊聊感受”等关键词，页面瞬间弹出大量“业主经验分享”类帖子，IP 地址涵盖北京、上海、广州、成都等全国多个城市。仔细观察可发现，这些图片存在失真：每对“夫妻”的笑容都很一致，面部细节过于完美，背景透视轻微畸变，有典型 AI 生成的痕迹，但发布者并未对此进行标注。

另外，帖子的文案也很模板化：开头讲装修水深，自己几个月来睡不好觉，后来在平台上姐妹的帮助下，事情出现转机，找到良心装修公司，选择这家公司的原因包括报价清晰、材料接地气、付款比例合理等。

一家装修公司的销售经理胡女士认为，眼下业内商家利用 AI 图片获客的情况十分常见。这些商家借助第三方工具，短时间内生成大量 AI 夫妻图片，成本几乎为零，而传统请模特拍实景至少要花费数千元。

一些商家使用“AI 夫妻”获客，看似高效，实则踩在多条法律红线上。有律师认为，装修公司用 AI 技术制作“夫妻”以及“工作人员”图像用于宣传，如果现实中真有这么人且未获授权，就违反肖像权保护相关法律，即便宣传未直接获利，也构成侵权。同时，我国广告法第四条规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。若装修公司用 AI 合成图像冒充真实业主形象，暗示是“真实业主好评”“真实完工案例中的业主”，但未如实告知图像为 AI 生成，可能违反广告法的诚实信用原则，可以由市场监管部门责令停止违法行为，消除影响，并处 20 万元到 100 万元罚款；情节严重的，可吊销营业执照。（综合潮新闻、钱江晚报等）

装修帖里的「夫妻分享」，有可能是假的  
「业主」并非真人，而是由 AI 虚拟形象