

消息树

「表显二万，实际二万」
二手车里程造假防不胜防

由于缺乏统一的标准和透明的信息，“调表车”一直是困扰消费者的顽疾，市面上甚至有“每三辆二手车就有一辆调过表”的说法。记者调查发现，受交易渠道非正规化、调表手法隐蔽且事后难以发现、维权过程艰难且成本高、获赔艰难等问题影响，调表车成了二手车交易中“隐秘的角落”。

2025年7月初，杨兰在抖音上刷到二手车直播间“吴江水哥汽车部”，于是决定下单购买。那是她第一次接触二手车，却很快发现碰到了“调表车”，在接下来的七八个月时间都耗在诉讼里。法院最终认定，合同中关于公里数的格式条款无效，判决被告退还杨兰4万元。“但从头至尾被告都未到庭，判决结果出来之后他也不履行，现在我只能等强制执行。”杨兰说。

来自河南的张琪，在2023年3月通过熟人介绍，从江苏中部某市一名个人二手车贩子手中买了一辆进口车。购车价21万元，当时表显里程11万多公里，张琪告诉记者，当时卖方承诺“实表”。2024年9月，车辆出现故障，送修时维修师傅怀疑车辆公里数被调过。他请了第三方检测机构“查博士”来验车。经检测，车辆内部一个无法篡改的点火开关电子记录显示，最后一次点火时的公里数已达16万公里。

“当前调表现象较10年前已大幅减少，已不是行业普遍问题。乱象难根治的核心原因是调表行为难以追溯。”中国汽车流通协会副秘书长田甜表示，一辆二手车流转会历经多任车主、车商，任一环节均可能出现调表，消费者发现调表后难以锁定调表环节与责任方。

田甜告诉记者，一是二手车里程数据碎片化封闭化。燃油车里程数据分散在主机厂、4S店，无统一查询渠道；新能源汽车里程数据不对普通从业者与消费者开放，中小车商无法获取完整里程历史。二是当前汽车市场车型庞杂导致调表识别难度较高。不同品牌、年份车型调表技术路径不一，即便是资深评估师也无法全覆盖。此外，二手车车况检测报告一般排查火烧、重大事故、水泡等，调表识别为增值服务，常规交易中较少覆盖。“此前甚至出现过恶意团伙购车后自行调表，以退一赔三敲诈合规车商的乱象，但车商因无里程证据而陷入被动。”田甜表示。（来源：第一财经等）

□ 记者 章炜

如今，“先体验后购买”的消费模式日益普遍，既为消费者提供了便捷，也暗藏消费纠纷隐患。窦女士就因为一场“免费体验”惹了麻烦。她通过人人租平台体验商家的生物共振眼镜和鼻炎仪后，因超过体验期未退货，被该公司诉至法院，要求支付货款以及律师费。上海市松江区人民法院近期依法适用小额诉讼程序审理此案并作出判决。

称“体验效果不佳” 却未能按时退货

2025年9月11日，窦女士通过人人租平台，向一上海商家下单了生物共振眼镜和鼻炎仪的体验服务，双方签订了一份承诺书，明确了体验规则与权利义务。根据承诺书约定，商品体验期为18天，自商品签收起到快递揽收时间截止，体验期内无任何费用；如果窦女士认为体验效果不佳，需将产品邮寄退回至指定公司，确保产品无物理损伤、包装完好；若超出体验期既未退货也未按优惠价付款，则需按商品正价购买，其中眼镜正价4980元，鼻炎仪正价3998元，合计8978元。此外，承诺书还载明，该商家是陕西某公司“芯聚健”品牌的代理商，货款需通过支付宝支付给广州某公司，不影响窦女士对该代理商的承诺。

承诺书签订后，商家通过快递，将眼镜和鼻炎仪寄送给窦女士。双方的微信聊天记录显示，2025年9月24日，公司负责人韩先生询问窦女士体验情况，窦女士明确回复“好像没太大明显的效果”，韩先生随即告知：“按期退回就可以。”

然而，窦女士并未在18天体验期内办理退货。韩先生多次通过微信提醒。2025年10月15日，他向窦女士发送微信：“您好，眼镜和鼻炎仪已经超过体验期半个月。”11月2日，韩先生又催促称：“已超过体验期30天。”但面对提醒，窦女士始终没有明确回复，既不退货，也不支付货款，就这么一直拖着。2025年12月9日，窦女士向韩先生发送微信：“我这边咋收到一个诉讼文书呢？”第二天，窦女士才将眼镜与鼻炎仪寄回给品牌方陕西某公司，而非承诺书约定的退货主体。

消费者：已将商品寄回 承诺书为格式条款

商家以窦女士超出体验期未退货、拒

诉讼实录

免费体验“生物眼镜” 女子未按时退回设备 被诉支付近9000元

法院：应支付货款

不支付货款为由，向法院提起诉讼，要求窦女士支付商品货款8978元以及律师费2000元。

庭审中，窦女士提出多项抗辩，否认自身违约，不同意支付相关费用。她辩称已依约履行退货义务，体验后因效果未达预期，已按工作人员指示将商品寄回，不应承担付款责任；她认为商家主体资格存在瑕疵，承诺书约定货款支付给广州公司，商品品牌方是陕西公司，商家既非收款主体，也非商品提供主体，其诉讼请求缺乏正当基础。

此外，窦女士主张本案法律关系为体验服务，而非买卖合同，原告案由适用错误；她认为承诺书核心条款系格式条款，剥夺了消费者的审慎评估权利，应属无效，不能作为定案依据；窦女士还提出该

商家证据混乱、存在超范围经营嫌疑，且律师费无合同约定和法律依据，不应得到支持。

针对窦女士的抗辩，商家表示，承诺书是窦女士通过电子签方式自愿签订，作为完全民事行为能力人，应按约履行义务；公司负责人在体验期内多次提醒窦女士期限临近、不满意可退货，但窦女士未予回应，直至起诉后才退货，且退货对象并非约定主体，不能免除其付款责任；同时，承诺书已明确载明公司是品牌代理商，相关约定合法有效，主体资格无任何问题。

庭审中，双方一致认可，窦女士在体验期间未产生其他额外费用，涉案商品的邮寄、体验等事实有承诺书、微信聊天记录、订单信息、邮寄凭证等证据佐证。

法院：逾期退货无正当理由，需支付货款

法院认为，买卖合同系出卖人转移标的物所有权于买受人，买受人支付价款的合同。当事人一方未支付价款或者报酬的，对方可以要求其支付价款或者报酬。本案中，双方签订有承诺书，其中明确约定了试用的时间、退货的时间、未退货的购买价格等，窦女士超过体验期未退货，商家要求窦女士支付8978元货款，于法有据，法院予以支持。

就窦女士的辩称意见，法院认为，窦女士通过电子签方式签订承诺书，作为完全民事行为能力人，窦女士应当按约履行，且商家在体验期内已多次提醒期限临近，不

满意可以退货，窦女士却对此均未予回复。现在窦女士远超体验期，直至起诉立案后才将案涉商品退回，且退还给案外人，并不能构成不支付案涉货款的正当理由。

关于商家与案外人公司之间的关系，承诺书中已有明确的陈述，窦女士的该项辩称意见，缺乏依据，法院不予采纳。关于经营范围，法院认为，经营范围为行政管理概念，并不影响合同的效力，窦女士的该项辩称意见缺乏依据，法院无法采纳。关于律师费，商家未提供产生律师费的相关证据，双方之间也无律师费负担的相关约定，故该项诉讼请求，缺乏依据，

法院不予支持。综上，依照《民法典》以及《民事诉讼法》规定，判决窦女士支付货款8978元。

记者梳理发现，随着“先体验后购买”模式的普及，类似消费纠纷频发，尤其在租赁、零售等领域较为突出。此次案件也提醒消费者，参与体验式消费时，应仔细阅读相关协议条款，明确体验期限、退货要求等关键信息，按约履行自身义务；若对商品体验不满意，需在约定期限内及时办理退货，避免因逾期行为承担违约责任。同时，商家也应规范经营，明确告知消费者相关规则，减少纠纷隐患。