

学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

超标电动车处于管理灰色地带,其保险理赔困境已成为涉及众多家庭的普遍性社会问题。一辆在事故后被交警认定为“机动车”的四轮老年代步车,一份保险公司承保时明确标注为“非机动车”的保单,保险公司能否凭借“属性不符”的格式条款拒绝理赔?近日,湖北省大冶市人民法院审结一起超标电动车交通事故责任纠纷案,判决保险公司“免责条款”无效并承担赔偿义务,但不承担交强险赔付责任。

四轮老年电动车出事,保险怎么赔?

□ 张国庆



漫画:穆依

肇事后保险拒绝赔付

2025年4月,80岁的朱某平驾驶自己的无号牌四轮电动车,在大冶市金山店镇龚家湾内道路行驶时,与刘某民驾驶的摩托车发生碰撞。事故造成摩托车乘坐人陈某梅受伤,两车受损。

经大冶市公安局交通警察大队认定,朱某平与刘某民驾驶的车辆均属于“机动车”,二人负此次事故的同等责任,陈某梅无责。

事故发生后,陈某梅被送往医院治疗,诊断为左侧膝关节损伤(半月板撕裂)等多处伤情。后续司法鉴定显示,其伤后需误工、护理、营养费共计150天。

就本次事故造成的损失,刘某民在事后已主动与陈某梅和解,并履行了其应承担的赔偿份额,共计1.2万余元。

与此同时,陈某梅就其损失中应由朱某平承担的另一半责任份额,向朱某平及其车辆承保的保险公司提出索赔。然而,保险公司以“车辆属性与保单约定险种不符”为由拒绝理赔。

因赔偿问题协商未果,陈某梅将朱某平及其车辆承保的保险公司诉至法院,要求其赔偿各项损失共计2.9万余元。

经审理查明,朱某平的这辆“机动车”,在购买时由商家代其向保险公司投保的是一份“非机动车保险”。这份保单为21.2万元的保单中,特别约定了一条:“如出险交警事故认定书认定为机动车,我司不予赔付。”正是这条约定,成为了保险公司拒绝赔付的理由。

“免责条款”能否“免责”?

庭审中,原告陈某梅与保险公司就

“保单属性不符是否免责”以及“超标车是否需承担交强险赔付责任”两大核心问题,展开了激烈的辩论。

保险公司表示,其拒赔的核心依据是保单上“特别约定”。保险公司辩称,既然交警部门已明确认定朱某平驾驶的“机动车”,这与其承保的“非机动车保险”属性完全不符,因此根据合同约定,公司不承担赔偿责任。此外,保险公司还强调,其已对免责事项履行了充分的说明和告知义务。

陈某梅对此进行反驳,直指保险公司“未尽审查义务”和“转嫁风险”的本质。她指出,这份保单是朱某平在购车时通过商家代办的,保险公司在承保过程中完全能够通过商家获取车辆的车辆号等关键信息。保险公司既然接受了保费、出具了保单,就等于在缔约时以行为认可了该车辆的“非机动车”属性,如今出险后却以“属性不符”为由拒赔,这无疑是在出尔反尔。更重要的是,保单上那些对保险公司极为有利的免责条款并未经过投保人朱某平的签字确认,保险公司也未能提供任何有效证据证明其已就该条款向投保人作出了足以引起注意的提示和明确说明,根据《中华人民共和国保险法》第十七条,该免责条款应属无效。

在交强险责任问题上,双方的辩论更为激烈。陈某梅主张,既然车辆已被交警认定为“机动车”,那么依据相关司法解释,未依法投保交强险的机动车发生交通事故,投保义务人(即车主朱某平)就应在交强险责任限额内先行赔付,承保了该车相关保险的保险公司也应承担相应责任。

朱某平则表示无奈,称自己年事已高,购买此类车辆本只为方便代步,也听从商家建议购买了“非机动车”保险以求安心。

他并不知道车辆会被认定为“机动车”,更不知晓交强险一事。在他看来,既然已经花钱投保,出了事故理应由保险公司负责。若仍要他为这个“说不清”的交强险承担责任,实在难以接受,也深感不公。

法院:“免责条款”无效

面对双方的争议,法院并未简单采纳“保单约定”或“交警认定”中的任何单一标准,而是透过合同条款的文字表象,对条款的公平性、有效性以及保险人应尽的义务进行了实质审查,深入探究了保险法的公平原则与投保人的合理期待,最终作出了鞭辟入里、兼顾法理与情理的裁决。

关于免责条款的效力,法院经审理认为,虽然保单中确有“车辆被认定为机动车则不赔”的约定,但该条款属于免除保

险人主要责任的格式条款。根据《中华人民共和国保险法》第十七条的明确规定,保险公司必须对该条款尽到提示和明确说明义务,否则该条款不产生效力。本案中,保险公司未能提供任何证据证明其已就该核心免责条款向投保人(即朱某平)进行了足以引起其注意的提示和明确说明。因此,该免责条款无效,保险公司不能据此拒绝承担保险责任。

关于交强险责任,法院指出,案涉车辆在交通事故责任认定中被技术性地归为“机动车”,但其本质是无法登记上牌、客观上也无法投保交强险的“超标电动车”。根据《最高人民法院关于审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第十六条关于“投保义务人在交强险责任限额内先行赔偿”的规定,其立

法本意在于惩罚“应投而未投”的消极行为,而本案中朱某平客观上无法投保,其行为不具有可归责性。若机械适用该规则,将极大地加重车主不可预见的责任,有违民法最基本的公平原则。因此,法院不支持陈某梅要求朱某平及保险公司在交强险限额内承担赔偿责任的诉求。

综合全案,大冶法院作出最终判决:保险公司在其承保的非机动车第三者责任保险限额内赔偿陈某梅各项损失共计1.2万余元;同时,驳回陈某梅关于交强险赔付的诉讼请求。这一判决精准地平衡了各方利益,既保障了受害人得到基本赔偿,也避免了让车主承担无法预见的交强险重责。

被告保险公司不服提起上诉,黄石市中级人民法院作出二审判决,驳回上诉,维持原判。

者提供清晰可行的风险保障。同时,保险业务应延伸至销售环节,加强对经销商的规范管理,要求车辆配备必要的安全装置(如符合标准的安全带等),并明确告知消费者保险责任范围,杜绝误导行为。

从根本上说,老年代步车保险问题的解决需依赖跨部门的系统性治理。一方面,要明确车辆属性界定标准,为保险产品提供法律依据;另一方面,需加强消费者教育,引导其在购买前充分了解车辆属性与保险责任,并关注车辆本身的安全配置是否合规(如是否具有有效的防撞结构、合格的安全带等)。笔者以为,保险的价值不应停留在事后理赔上,而应体现在事前风险防范和事中监管上。只有当保障真正覆盖社会需求,保险才能回归其稳定社会、化解风险的初心。

案里说民生

换了同品牌新车,保养服务“作废”?

□ 张晓婷



漫画:蒯颖

换了同品牌新车,之前买的保养服务却被4S店以“车架号不符”为由拒绝提供保养。4S店“随车不随人”的保养服务约定是否合法有效?近日,北京市房山区人民法院审结了一起关于车辆保养合同纠纷案,判决4S店退还剩余保养费用3468元。

高先生此前在某品牌4S店购买了4次汽车保养服务。双方签订了保养合同,其中第5条“本合同各项权益仅用于本合同约定车辆,车辆所有权发生变更

后,各项权益自动随车转至下一位车主”;第7条“客户一旦享受合同所含任何服务或权益,剩余不予退还”。

高先生进行了一次保养后,便置换了该品牌另一款新车。当高先生开着新车去4S店做保养时,4S店却表示保养券绑定原车辆车架号,新车无法使用,且3次剩余保养金额不予退还。

高先生认为,自己是付费购买保养服务的主体,换车后品牌、车牌号都没变,车主还是自己,4S店应继续履约。因双方发

生争议,高先生不想继续在该4S店保养,故起诉要求4S店退还剩余保养费3468元。

4S店辩称,双方签订的合同明确约定,保养权益仅限于合同约定的车辆,换车后权益随车转移给新车主。且一旦享受合同所含服务或权益,剩余概不退还。

法院经审理认为,双方签订的合同为4S店重复使用而预先拟定。4S店作为提供格式条款的一方,应遵循公平原则确定双方权利义务。合同第5条涉及保养服务对象、保养权利行使方式,是与高先生有重大利害关系的条款。4S店未履行提示说明,该条款不成为合同内容。此外,合同第7条不合理限制高先生解除权,免除自身返还责任,该格式条款无效。现高先生车型已改变,4S店拒绝高先生使用保养券为现有车辆提供保养,双方签订合同的目的已无法实现,故高先生要求4S店退还剩余保养费用的诉讼请求合法有据。最终,法院判决4S店退还高先生剩余款项3468元。

【法官说法】

民法典第四百九十七条规定了格式条款无效的三种情形,即符合民事法律行为无效一般规定的条款,不合理地免除或减轻己方责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款,排除对方主要权利的条款。判断是否属于无效格式条款,需结合交易性质和双方承担的交易风险等综合判断是否超出合理范围、违背公平原则。

若符合上述三种情形之一,即使提供格式条款方已对格式条款尽到提示说明义务,仍面临无效。

根据民法典第四百九十六条的规定,提供格式条款一方对与交易方有重大利害关系的条款负有提示和说明义务,主要是指“免除或减轻己方责任”“排除或限制对方权利”的“异常条款”。可以通过加粗字体、特殊标注或要求对方手抄确认等方式引起交易方注意,尽到提示说明义务。若未履行上述义务,对方可主张该条款不成为合同的内容。

本案中,4S店“用过就不退”的条款本质是剥夺了消费者在合同目的无法实现时解除合同并要求退还车款的权利,违背公平原则,当属无效。4S店“随车不随人”保养服务条款,是影响高先生合同权利的重要条款,4S店未尽到提示说明义务,让高先生误认为保养服务与车绑定,故该条款对高先生无法产生约束力。

法官提示,经营者要诚信经营,充分保障消费者的知情权。若有排除或限制对方权利的格式条款,可通过加粗字体、特殊标注、手抄确认等方式进行充分提示说明。同时,要确保条款内容符合公平原则,否则将面临条款无效、退费赔偿的风险。消费者也应提高注意义务,签约前务必仔细阅读合同,若对“服务范围”“退费规则”等关键内容有疑问,应要求经营者充分说明,在明晰合同内容后理性选择。

业服务的性质。

物业服务并非仅仅针对单个业主的“私人定制”,而是面向整个小区公共部分的“集体服务”。只要物业公司按照合同约定提供了基本的秩序维护、卫生清洁、公共设施维护等服务,就应视为已履行合同义务。业主房屋空置,并不会导致物业公司减少对公共区域的维护成本和工作量。

法律之所以如此规定,是为了保障物业服务的正常开展和小区整体环境的持续维护,最终受益的是全体业主。如果允许空置房业主随意拒交费用,将直接影响物业公司的运营,导致服务质量下降,损害其他已缴费业主的权益,形成恶性循环。

法官提醒,业主若对物业公司的服务质量、收费标准有异议,应通过业主大会、业委会等合法渠道进行协商、监督,或依据合同约定追究违约责任,而非采取简单拒交物业费的方式。依法履行缴费义务,既是遵守合同,也是维护自身所在小区整体利益的需要。

房子未入住,可以不交物业费吗?

□ 李晓韬 陆柳莹

房屋空置,未实际享受服务,业主可以此为由拒交物业费吗?近日,广西壮族自治区贵港市港北区人民法院审理的一起物业服务合同纠纷案件,给出了明确答案。

李先生与张女士是某小区业主。两人收房后,一直未装修入住,房屋处于长期空置状态。该小区的前期物业服务由开发商依法选聘的某物业公司提供。自2021年2月6日起,李先生、张女士以“房屋空着没住,没享受到物业服务”为由,拒绝交纳物业费及电梯费。物业公司多次催缴未果,遂将二人诉至法院。

业主能否以房屋空置、未实际接受服务为由,拒绝交纳物业费?法院

经审理认为,物业服务具有公共性、整体性和持续性的特点。其服务对象主要是小区的共有部分、共用设施设备和公共区域,目的是维护整个小区的正常运行秩序、环境卫生和公共安全。这种服务并不因个别业主是否实际居住而中断。

即使房屋空置,业主也间接享受了物业服务带来的利益,例如:小区的安全保卫、公共区域清洁绿化、共用设施(如电梯、水泵)的维护保养等,这些工作保障了物业的整体环境和保值增值。同时,根据法律规定,业主对共有部分享有共同管理的权利,也承担相应的义务,不能以放弃

权利为由拒绝履行交费义务。本案中,双方签订的前期物业服务合同以及现行法律法规,均未约定或规定空置房屋可以减免物业费。因此,李先生、张女士拒交物业费的主张缺乏合同与法律依据。

法院最终判决:被告李先生、张女士向原告某物业公司支付拖欠的物业费及电梯费共计8227.39元,并支付违约金1645元。

【法官提示】

本案的典型意义在于明确了空置房业主交纳物业费的法定义务。实践中,不少业主存在一个误区,认为“我没住,就没享受服务,就不用交钱”。这其实是混淆了物

儿童保健品市场乱象分析和治理建议

□ 郑朝菁

观察与思考

“不能让孩子输在起跑线上”,本是家长对孩子健康成长的美好期待,但有部分商家利用这份期待,制造消费陷阱牟取暴利。近年来,儿童保健品市场飞速发展,但虚假宣传、消费欺诈的问题层出不穷、屡禁不止,部分不合格的儿童保健品,既割裂了家长的钱包,又不利于儿童的健康成长。经分析梳理,笔者发现主要存在以下三方面问题:

一是虚假宣传夸大功效,普通食品高价售出。

部分商家用没有保健功效或营养价值极低的普通食品冒充儿童保健品,对外宣称具有养护肠胃、改善睡眠等多重功效,甚至宣称具有治疗便秘、厌食、溃疡等疾病的功效,利用家长的焦虑心理,以虚高价格售出。部分商家在商品宣传图上暗示儿童保健品的功效,以及部分主播在直播间中扮演“专业人士”,用特定话术规避监管,暗示儿童保健品的“神奇功效”,令人防不胜防。

二是消费欺诈引发误解,诱导消费者购买产品。

部分儿童保健品打着专为儿童设计、没有添加剂等幌子诱导家长,导致家长因陷入误解而购买食品,让孩子食用食品,实则食品中含有不少添加剂,部分产品添加过量或非法定添加剂对儿童健康造成负面影响。部分儿童保健品实为成人保健品,不适用于儿童,或是补充营养素的剂量远超儿童剂量数百倍。甚至有部分商家造谣式起号,捏造虚假新闻报道,制造儿童用品安全焦虑,而后引流带货变现。

三是药企贴牌现象泛滥,增加消费者维权难度。

部分儿童保健品打着为工厂贴牌产品,虽然在宣传语中写着“老牌药企”,生产厂家却并非该药企,利用消费者对大品牌的信赖出售产品,消费者在货物到手后才发现产品的生产厂家与直播间宣称的不一致。贴牌模式下,产品质量良莠不齐,生产企业与品牌方责任界限模糊,部分企业通过频繁更换品牌规避处罚,增加消费者的维

权难度。

对此,笔者建议:

一是完善食品安全国标。我国儿童食品的现行国家标准仍不健全。我国现行针对婴幼儿的食品监管的标准主要涉及婴幼儿配方奶粉和谷类、泥类辅食等方面,对于婴幼儿其他类食品及3岁以上儿童的食品未有针对性的标准。2025年9月,国家卫生健康委和市场监管总局联合发布《食品安全国家标准保健食品良好生产规范》,一定程度上规范保健食品的生产过程,增强食品安全管理,但因婴幼儿和儿童食用的食品具有一定的特殊性,仍需细化相关的针对性标准。

二是强化市场监督管理。市场监管部门应对加强儿童保健品生产、存储、销售等全链条各环节监管,加强产品质量的专项抽检,打击虚假宣传、消费欺诈、非法添加等行为,整治价格乱象,通过提升准入门槛、织密针对线上销售的监管网,促使经营者提供真实、全面的商品信息,规范市场秩序,保障消费者知情权与安全权,维护未成年人合法权益。平台也要主动履行社会责任,强化对经营者的资质审查,要求经营者在销售页面公示销售商品全面信息,运用技术手段实时监测、拦截虚假宣传信息,提升直播交易的规范性。

三是加强科普知识宣传。普及更多儿童健康的科学知识,消除家长焦虑心理,是减少非理性消费的关键。妇幼保健机构、社区等组织,应利用多种宣传渠道广泛宣传,以科普文章、短视频、手册等生动活泼、通俗易懂的表现形式,持续传播儿童生长发育规律、均衡膳食理念等科普知识。消费者选购儿童保健品时也要擦亮眼睛,应选择具有保健食品专用标识及批准文号的产品,通过国家市场监督管理总局的特殊信赖出售产品,消费者在货物到手后才发现产品的生产厂家与直播间宣称的不一致。贴牌模式下,产品质量良莠不齐,生产企业与品牌方责任界限模糊,部分企业通过频繁更换品牌规避处罚,增加消费者的维

(作者单位:广东省深圳市光明区人民法院)