

# “低价车险”实为骗局 车主购买保险产品如何避坑？

近日，有网友通过总台中国之声新闻热线400-800-0088反映，市面上不少机构打着“低价车险”的旗号推销所谓“共享修车服务”，实则是无保险资质的汽车安全统筹产品。车主投保时被模糊概念误导，购买后一旦发生事故，要么遭遇商家推诿拒赔，要么对接人员失联。

记者调查发现，这类产品实际上属于汽车安全统筹，既无保险经营资质，又靠模糊合同条款规避赔付责任，相关投诉频发却又因为主体非金融机构而游离于保险监管之外。车险实为“共享修车服务”，车祸理赔陷入困境，面对这类扰乱车险市场的灰色现象，监管层面该如何完善监管边界、守住车主权益底线？“机动车辆安全统筹”混淆视听的乱象到底应该如何破解？

上海的陈女士4月份开车出了小事故，想着走商业保险理赔时，没想到对接的所谓“保险公司”直接失联了。

陈女士：我联系过大半年，从4月份联系到10月份，就上个月没联系过。他们有客服电话，但这个电话类似于转接一样，后来就打不通了。还好给我买了交强险，后面是用交强险赔了对方2000元。

之后，陈女士联系了交强险登记的业务员询问情况，对方道出实情：这份交强险是应群里相关人员的要求才帮忙办理并出具的。

陈女士：交强险的业务员说他们没有关系，至于真的有没有关系我也不知道。他说这个人跟他是一个群里面的，群里面都是

这种保险公司相关的从业人员。

陈女士表示，在天眼查搜索公司信息后得知，售卖保险的公司显示经营异常，风险信息多达57条，涉诉关系9条。

记者在黑猫投诉平台检索时发现，类似的投诉近400条，问题集中在事故发生后，车主申请理赔时才发现自己当初买的根本不是正规商业车险。

江苏的吉先生遇到的情况是，10月初，对方以“车险业务员”身份添加微信，并很快就出了一份所谓的“商业车险”，交强险却是一拖再拖。

吉先生：当时跟我说是车的商业险，我还特地问他是不是人保车险，他就转移了话题。国庆假期刚结束商业险就买好了，但交强险一直没买，我就一直催，一直到10月底才给我买上了，这个交强险能查到保单是人保，商业险的保单是他自己发给我的。

吉先生回忆，对方报的商业险7900元，自己上一年没出险，报价和预期接近，也就没再多做核实，后来发生事故后想理赔，发现联系不上对方。

吉先生还报了警，这才知道卖他保险的公司业务根本不涉及车险服务。针对吉先生反映的情况，记者尝试联系该公司的负责人，截至发稿时电话都无人接听。

某车险公司业务主管王先生介绍，陈女士和吉先生购买的所谓“共享修车服务”，在他们业内统称为“统筹保险”，销售的公司大都没有从事车险经营的牌照。

王先生：如果“统筹保险”的销售公司没有保险经营牌照，就



不是正规的保险公司。可能会和保险公司的名字有一点相似，比如平安统筹、人保统筹。有些客户不知道就会买，因为价格比正规保险公司便宜。

原本是运输企业内部的互助机制，由成员缴纳费用形成资金池供事故司机申请赔偿。如今，部分企业却违规注册机动车安全统筹业务，借助保险中介在全国范围内推广销售。更关键的是，这些销售主体多为科技公司，并非持牌保险或金融机构，消费者即便向金融监管部门投诉，也会因超出监管权限而难以被受理。

北京大学政府管理学院马亮教授认为，无论是宣称的共享维

修服务，还是所谓的车辆安全统筹，其实都是借合规名义行欺骗之实的商业行为，核心就是打擦边球式的违规操作。对于这样的商业欺骗行为，监管部门不能听之任之。

马亮：可以看到这些机构所从事的业务的确是和金融相关的，监管部门不能只去关注正规机构的金融业务，那些没有注册或是不在监管范围的金融业务就不去关注。非常有必要加强跨部门、跨地区统筹，形成一张保护消费者的网络。它如果形成大面积的风险，也会危及整个商业保险体系。

上海市消保委副秘书长唐健

盛提醒，消费者购买机动车保险时，容易被“统筹险”“修车服务”等概念混淆，要甄别产品是否具备保险资质，第一时间留存好相关证据材料。

唐健盛：如果它不是保险，就一定不能以某某险的名义进行销售，这就涉嫌误导消费者，必须严格区分。对于消费者来说，在购买这些产品的过程中，建议消费者能够多留心眼，比如一些比较重要的东西，进行屏录屏音。如果出现问题，可以通过综合性的投诉渠道如12345进行投诉。涉及消费者合法权益的事情，不管是哪个政府机构都应该帮助消费者维护合法权益。

# 为什么西红柿不如小时候好吃了？



西红柿是我们餐桌上的老熟人了，生食清爽、烹煮鲜香，是名副其实的“国民级食材”。可近期有网友表示，现在的西红柿变得皮儿厚、汁少、肉硬，“不如小时候的西红柿好吃了”，这种“果蔬老风味变淡”的感受，很多人都有共鸣。

另一方面，最近在多个社交平台上，西南大学柑桔研究所培育的柑橘凭借出众的口感赢得消费者青睐，引发了一波求购热潮，短短七天销量接近五万件。显然，新品种的果蔬也征服了大家的味蕾。

一边是“老味道”渐远，一边是“新味道”崛起，为什么有些果蔬和小时候的味道不一样了？是食物变了，还是自己变了？“老味道”和“新味道”背后又暗藏了食物变迁的哪些奥秘呢？

天气转凉后，有市民发现，西红柿没有之前好吃了，皮厚汁少，肉质还特别硬，炒都炒不烂。其实，这并不是错觉。中国农业科学

院蔬菜花卉研究所番茄遗传育种团队首席科学家李君明告诉记者，这个季节，北方的西红柿确实不太好吃了。

李君明：这个季节北方生产的番茄大部分都过去了，上市的还没上来。从南方过来的大部分是硬果，因为它需要长距离运输。

事实上，关于西红柿变难吃了，不仅与季节有关。近年来，“现在的西红柿没有小时候的味道”的说法总能引发人们的共鸣。李君明表示，在几十年前，许多特产水果仅限于产地附近才能吃到。如今，日渐发达的生鲜物流，让人们品尝几千公里之外的水果已经不是难事。但为了适应从产地到出售地的远程运输和较长时间的储存，水果也要做出一些“牺牲”。为了减少损坏的成本，相对“皮实”、耐储存的果蔬品种也会更受经销商和果农欢迎，占据市场的比例越来越大。

不过，虽然部分水果等食物做出了口感上的“牺牲”，育种家们却研发出更多好吃的食物。前段时间，各种求购西南大学柑桔研究所橘子的帖子悄然出现在各个社交平台。

网友们抢购的柑橘就是今年西南大学柑桔研究所研究员曹立团队研发的第五代杂交柑橘品种——阳光2号。目前还在试验种植阶段，种植面积只有十几亩。过去二十多年，团队通过技术的不断优化和大量的杂交组合，培育了多个柑橘新品种，逐步推向市场。

曹立：这里是国家柑橘资源圃，汇集了1800多份种质资源，我们就是利用这些野生种、近缘种、栽培种之间广泛杂交，又创造了新的物种，总共已经接近十万份了。然后从这么多创新资源里面，选出一个品种，就要一个群体，基本上是一千份材料能出一个品种，但是要作为商业化推广的品种，那至少

要有一万份，一万份育种材料才能出一个好品种。

据介绍，今年的阳光2号5斤装的线上销售价格从58元到98元之间，短短七天时间就销售了两万多斤柑橘。受限于试验田产能，产品上市两周内存售罄。除了这款新柑橘，近年来，淡雪草莓、车厘子、红美人柑橘、砂糖橘、烟薯等新品种深受消费者欢迎，绝佳的口感让消费者不拘泥于价格，只想尝鲜。然而，在网上常常可以看到这样的言论：“现在的水果齁甜齁甜的，一定是打了甜蜜素。”科信食品与健康信息交流中心副主任阮光锋直言，这种说法是谣言。

阮光锋：水果越来越甜是打了甜蜜素这种说法完全是谣言，一方面如果直接给水果打针注射甜蜜素，很容易破坏水果表面，会留下针孔，很容易导致水果感染细菌而发生变质腐烂。而且打针注射很容易会被人看出来，因为会留下针孔，而打进去的这个东西，不论是甜蜜素还是糖水或者其他东西，其实它很不容易分散均匀，吃起来味道就会很差，这种做法显然是得不偿失的，也不符合实际情况。

水果越来越甜也不是错觉。阮光锋表示，现在的水果之所以会越来越甜，主要是消费者和育种市场方面双向选择的一个结果。

阮光锋：因为我们人类天生就会比较喜欢甜味，这是人类的本能。为了满足人们的这种嗜好，水果市场也会选择更甜更好吃的水果来卖。从育种端开始，我们的水果育种专家就会优先选育味道更甜更好的水果，通过一代一代的选育，一代一代的改变，水果也会一代一代慢慢变甜，那些不甜的水果就被自然淘汰了。最后我们在市场上买到的吃到的水果基本上都是更甜的水果。实际上不仅是在中国，全世界范围内，所有国家的

水果育种专家，都是将水果变得越来越好吃，越来越甜作为自己水果育种的一个重要发展趋势。

随着消费者选择的变化，那些丢失的“小时候味道”也有望在育种家的努力下重新找回。李君明透露，西红柿的口味会变得越来越好。

李君明：现在有两条途径，一条途径是城市的周边可以种植；另一条途径就是来回运输。我们现在的运输工具、运输条件要比过去快很多、方便很多。这种情况下就可以保证吃到比较好吃的番茄了，育种家也在改造。而且新品种也日新月异，过一段时间之后，大家吃到好吃的番茄应该不是个大问题了。

食物吃起来味道不一样了，除了食物口味发生着改变，还有人的自身原因。阮光锋表示，人们对食物口味的感觉，会随着生理和心理的变化而变化。

阮光锋：在不同年龄阶段，人舌头上味蕾的数量是不同的，它的数量和味觉的敏感度是有很大的关系的。一般来说，儿童和青少年时期的味蕾数量通常会比老年人多一些，所以儿童青少年的味觉敏感度会更高一些，感受到食物的味道也会不一样。随着年龄的增大，味蕾数量会逐渐减少，会造成味觉的衰退。而且在长大的过程中经常吃那种重口味的食物，吃多了之后，本身对于其他食物的感受也会慢慢减弱。

此外，在物资尚不够丰富的时代，一些在当时制作、运输成本较高的食品往往很久才能吃到一次，不像今天这样唾手可得。在“来之不易”的心理作用下，记忆中的味道更为完美。同时，过去的食物也往往蕴含着宝贵的回忆。食物味道的变迁，映射出社会发展的轨迹。无论是老味道、新味道，对个人而言，不仅关乎味蕾，更关乎效率、记忆、健康和身份认同。