

中消协等提示警惕网络理财课程陷阱 『免费体验』套路多 『高额回报』陷阱多

本报记者 齐志明

近期,中国消费者协会依托全国消协智慧315平台对消费投诉数据进行分析发现,涉及网络理财课程消费投诉呈现明显上升趋势。2020年至2025年间,相关投诉数量持续增长,2025年10月以来投诉工单进一步增多。投诉集中反映部分培训机构以低价体验为名诱导付费、宣传内容与实际服务严重不符、退款渠道不畅等问题,且老年消费者受此困扰尤为突出。为切实保护消费者合法权益,近日,中国消费者协会、中国市场监督管理学会特发布以下消费提示。

——认清常见营销套路,警惕虚假承诺诱导付费。

涉诉机构往往通过短视频平台、社交软件、直播渠道等发布广告,以“免费学习”“一元体验”“限时特惠”等为诱饵吸引关注。在获取消费者联系方式后,销售人员通过拉群听课、发送所谓“理财案例”等方式逐步建立信任,继而宣称“银行存款贬值”“理财改变命运”“稳赚不赔”“名师一对一指导”“学不会免费重学”“打卡全额退费”等,诱导消费者支付数千元乃至上万元课程费用。

从投诉情况看,消费者付费后获得的课程内容多为网络公开可查的基础知识汇编,与宣传中承诺的“实战技巧”“高收益策略”存在较大差距。部分机构在收取初始费用后,还会以“升级私教”“进阶实战”等名义二次甚至多次收费,属于典型的“割韭菜”行为。

——老年消费者要特别警惕,避免落入各种坑老陷阱。数据分析显示,投诉网络理财课程的消费者中,老年人占比突出。不少老年消费者因信息获取渠道有限、对金融知识了解不足,更容易受到“保值增值”“子女负担减轻”等话术影响。老年消费者尽量不要参与大额投资理财,遇到拿不准的情况,多问问子女和身边亲友,切勿因一时心急独自仓促决定。

——留存证据及时维权,拒绝签署不合理退费协议。

消费者在购买网络课程服务过程中,应注意保存广告宣传资料截图、聊天记录、付款凭证、课程回放链接等证据材料。若发现课程内容与宣传承诺严重不符、机构失联或拒绝履行退费义务,或者被要求签署限制消费者权利、免除经营者责任、内容与事实不符的协议,消费者可依据消费者权益保护法及相关规定,首先与经营者协商解决;协商不成的,可通过全国消协智慧315平台、各地消协组织或向有关行政主管部门投诉举报,也可依法向人民法院提起诉讼。

——树立理性投资观念,正确认识理财教育价值。

理财知识学习有助于提升个人财务管理能力,但消费者应保持理性认知:任何投资均伴随风险,不存在“稳赚不赔”的理财捷径;正规的投资者教育不会以“高收益承诺”作为卖点。未取得证券投资咨询服务资质,通过直播间、自媒体、社交媒体等渠道向社会公众提供荐股服务违法违规,消费者需高度警惕。对于网络上鼓吹“短期暴富”“跑赢通胀有秘诀”等内容,消费者应提高辨别能力,切勿将培训课程宣传等同于实际投资收益保障。

中国消费者协会提醒广大消费者,特别是老年消费者,面对花样翻新的理财课程营销,要牢记“免费体验”套路多、“高额回报”陷阱多,不轻信、不盲从、不冲动付费。如遇消费纠纷,请依法、理性维护自身权益。

截至3月底

全国累计发电装机同比增长15.5%

本报北京4月26日电(记者丁怡婷)记者从国家能源局获悉:截至3月底,全国累计发电装机容量39.6亿千瓦,同比增长15.5%。其中,太阳能发电装机容量12.4亿千瓦,同比增长31.3%;风电装机容量6.6亿千瓦,同比增长22.4%。

我国可再生能源发展势头良好,绿色电力供给能力持续增强。截至2月底,全国可再生能源发电装机达23.81亿千瓦,占全国电力总装机的60.3%;新增装机4497万千瓦,占全部新增装机的68.4%;发电量5707亿千瓦时,占全社会用电量34.5%,对能源绿色转型支撑作用更加突出。

国家能源局日前召开会议强调,要统筹协调,进一步做好新能源消纳工作。地方能源主管部门要统筹好外来电和本地新能源发展,强化长期购电协议履约,稳定新能源电量消纳预期。

长三角铁路海铁联运超100万标箱

较去年提前14天

本报北京4月26日电(记者李心萍)记者从上铁集团获悉:截至4月25日,长三角铁路2026年已完成海铁联运超100万标箱,达100.6万标箱,这一数据较去年提前14天。

长三角铁路海铁联运固定班列开行数已达119条,有力有效服务光伏组件、白色家电、五金件等商品出口。据介绍,二季度以来,上海港、宁波舟山港等主要港口海铁联运日均到发箱量近8800标箱。

天津科技奖过半获奖项目由京津冀协同完成

本报天津4月26日电(记者李家鼎)2025年度天津市科学技术奖近日公布,199个获奖项目中,107个为京津冀科研团队协同攻关完成,占比近54%,京津冀创新资源加速赋能天津市产业创新。

在获奖项目中,自然科学奖为20项,技术发明奖、科学技术进步奖分别为10项和169项。天津市科技局相关负责人表示,将继续抢抓北京(京津冀)国际科技创新中心建设机遇,聚焦国家战略和天津产业发展需求,提升基础研究能力,加强关键技术攻关,强化战略科技力量布局。

本版责编:吴燕 吴凯 韩文格

北京车展上,智电技术引领、跨国车企发力、国际范更足——

中国正成为全球汽车市场创新引擎

本报记者 王政

经济聚焦

38万平方米总展览面积,181辆首发车型……作为全球汽车产业的风向标,第十九届北京国际汽车展览会24日拉开帷幕。

国产品牌密集发布的旗舰车型、跨国公司相继亮相的“本土化2.0”产品、续航1500公里的动力电池、带来舱驾融合全新体验的AI智能体、面向L3级自动驾驶的辅助驾驶解决方案……一系列新技术、新产品展示着中国智能网联新能源汽车的最新进展和领先优势。

今年的北京车展有哪些看点?从中又能看出哪些趋势性变化?记者走进北京车展,感受汽车产业的创新活力。

新标杆

智电核心技术持续突破,中国方案领跑全球

北京车展E3馆,两个零下30摄氏度低温舱里,两辆比亚迪汽车在进行超快充试验。“5分钟充好,9分钟充饱,零下30摄氏度只多3分钟”的充电能力吸引了不少观众驻足观看。

今年3月初,比亚迪发布第二代刀片电池,以快充技术拉开了今年国内动力电池产业创新的序幕。北京车展前夕,宁德时代发布的神行、麒麟、骁遥、钠新电池新技术,从不同出行场景和用户需求出发,带来多化学材料体系的全面突破。

——磷酸铁锂电池常温环境下从10%电量充至98%仅需6分27秒;

——凝聚态电芯能量密度350瓦时每千克,电池包重量控制在650千克以内,可使轿车续航1500公里;

——第二代超级增混电池三元版本纯电续航600公里,整车综合续航超2000公里;

——钠离子电池突破量产四大行业难关,将于年底正式规模化量产……

电动化技术的另一大亮点是吉利、奇瑞、长安、长城、广汽等国内车企在HEV(油电混合动力)技术上的整体突破。全球量产最高48.41%发动机热效率、打破吉尼斯世界纪录的2.22升实测百公里综合油耗……以吉利i-HEV智擎混动为例,其发动机热效率和百公里油耗,打破了日系油电混动技术近30年的技术垄断,树立了全球油混技术新标杆。

在组合辅助驾驶领域,小鹏汽车3月量产推出了第二代VLA(视觉语言动作)大模型,其安全、高通行效率的驾驶体验,获得了不少用户的认可。华为乾崮发布乾崮智驾ADS 5。新版本首次引入“多智能体博弈”机制和安全风险理论,训练强度提升10倍,可将碰撞风险降低50%。北京初速度科技有限公司宣布Momenta R7强化学习世界模型实现量产首发。

智能、智驾芯片厂商也推出了国产化替代的最新成果。地平线发布舱驾融合整车智能体芯片地平线星空6P,支持座舱数字AI及高阶智能辅助驾驶大模型的部署,实现单车综合成本降低1500至4000元。

面向L3、L4级自动驾驶,国内企业同样推出了最新的软硬件解决方案。黑芝麻智能发布基于华山A2000U双芯片架构的L3级自动驾驶平台。吉利发布了全球首个搭载量子



安全加密技术的AI电子电气架构,并展出了中国首款原生开发的Robotaxi(自动驾驶出租车)原型车。

深合作 拥抱中国研发,跨国车企全面发力

2026年,大众汽车集团各品牌将推出超过20款新能源车型,并计划到2030年扩展至约50款,其中包括约30款纯电动车型。

到2027年,梅赛德斯-奔驰将推出超过40款全新车型,覆盖多元动力形式,其中包括多款专为中国市场打造的车型。

2026年,宝马集团计划在中国市场推出约20款全新或改款车型。

2023年上海车展上,不少跨国车企感受到中国智能电动汽车在关键技术、供应链、成

本效率上的领先优势,下定决心将新产品开发权和研发职能放在中国市场。今年的北京车展,这些跨国车企进入“本土化2.0”产品密集上市期。

“我们带来的,不只是令人兴奋的产品、技术以及愿景,更是转型带来的切实改变。”大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说,中国就像汽车行业的“健身房”,没有任何一个地方技术迭代如此之快、用户需求变化如此迅速,大众汽车将积极拥抱变化、持续学习、主动调整。大众汽车与中国伙伴深度合作,用18个月就打造了全新的本土电子电气架构;成立本土高级驾驶辅助能力中心,在华研发周期缩短30%,平台开发成本降低达50%。“全新的奔驰纯电车型搭载中国团队主导研发的智能科技与多项专属配置,让中国创新与本土特色融入企业标准。未来,我们将在这一全球最具活力的创新生态中加速前行。”梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员佟欧福表示。

“宝马在中国构建起德国之外规模最大的研发体系。”宝马集团董事长齐普策表示,70%源代码由中国研发团队开发优化的操作系统,与阿里巴巴联合开发、DeepSeek(深度求索)赋能的定制化AI引擎,与Momenta合作开发的专属L2级点到点领航驾驶辅助系统……这些成果将于2027年底前在多款车型上推出。

国际范 “体系出海”,中国车企大力拓展海外市场

北京车展上,国际范儿扑面而来。



北京车展上的“中国风”

中国汽车报记者 张奕雯

2026北京车展红旗展台,陈列着《六合盛放》篆刻花镜赏盘、景泰蓝《盛世欢歌》瓶、金玉玄瓷等国礼设计师和非遗大师创作的艺术精品。

红旗金葵花国礼丝路华章主题定制版旁,一名观众小心翼翼地拉开车门坐了进去。湘绣、景泰蓝、古法鎏金、大漆多项非遗技艺一览无余,该车以《丝路山水地图》为灵感来源,将丝路文化元素融入整体设计。讲解人员介绍,车内中控表盘、内饰顶棚等处均可选择中国传统工艺进行定制。“这款车不只是一辆座驾,更是一件承载文化自信的艺术品。”中国第一汽车集团有限公司董事长邱现东说。

北京车展上,“中国风”细节随处可见。

在比亚迪专馆,全球首发的仰望U9 Xtreme“破晓时刻”车身漆面部分采用非遗技艺大漆的打磨工艺,仰望U8L典藏版则采用墨玉青配色搭配甲骨文黄金车标,内饰采用鸣沙金配色,座椅融入祁连山纹刺绣,将敦煌意境与传统文化巧妙结合。

吉利汽车展台,人头攒动。银河之光第二代概念车的西子水岸智舱里,三潭印月造型的音响、官帽椅灵感的中式座椅、涟漪效果扶手台,处处藏着江南水乡的灵秀。

一些跨国品牌也在产品设计中融入东方美学,彰显其本土化决心。别克在北京车展全球首发的“至境移动空间智慧体”概念车便以中国传统扇面为灵感进行内饰设计,水晶折扇可变化为圆桌或屏风,空间可灵活切换。

车灯、座椅、门把手、扶手台……从外观到内饰,中国传统文化元素巧妙融入汽车的各处细节。

与此同时,具有中国特色的整车设计也吸引不少观众驻足。

阿维塔汽车展台,VISION XPECTRA概念车令人眼前一亮。阿维塔科技董事长王辉介绍,这款车的设计灵感源自中国文化中的“气”,体现和谐、平衡之力。“原创设计是一条艰难但长期正确的道路。”王辉表示,没有真正的原创,就无法成就真正的世界级品牌,阿维塔不断从中国文化中汲取设计灵感。

东风汽车以“东方风韵”构建起体系化的设计语言。旗下岚图汽车以“天地鲲鹏2.0”将“正心、修身、齐家”的处世之道融入产品细节;猛士汽车的“雄魂美学2.0”则借鉴戈、剑等中国古代兵器打造硬派越野的独特气质。

奇瑞汽车在北京车展前上市风云T9L,点墨大灯、山影叠镜、银钩腰线、水墨长虹尾灯,在设计中融入水墨书法的韵律。

在中华优秀传统文化中寻找灵感,中国汽车正以设计为桥,讲述中国故事。



奇瑞邀请3000多名海外供应商和媒体代表观展,再乘坐高铁列车前往安徽芜湖实地参观工厂;吉利邀请1000余名海外经销商代表、超过200家国际媒体、80余名海外用户进行产品体验、工厂参观、技术交流;长安在车展开幕前发布未来5年的全球规划,来自87个国家的450余名海外经销商以及79家海内外媒体齐聚北京;零跑邀请来自20个国家的近150家海外媒体以及10个国家的近100名经销商,在车展前参观整车及零部件工厂……

北京车展不仅仅是全球车企看好中国市场的重要平台,更是中国车企向全球展示能力、拓展市场的“出海”枢纽。

一季度,我国汽车累计出口222.6万辆,同比增长56.7%。其中,新能源汽车出口95.4万辆,同比增长1.2倍。海外市场正在成为中国车企的第二增长曲线。本届北京车展前后,主流主机厂纷纷发布详尽的海外市场拓展计划。吉利力争到2030年全球总销量突破650万辆(含商用车),其中海外销量占比超1/3。长安计划到2030年海外整车销量达到150万辆。比亚迪将2026年海外销量目标从130万辆上调至150万辆。

中国车企出海正在经历着从“走出去”到“融进去”的转型。

零跑与斯特兰蒂斯合资成立“零跑国际”,吉利收购雷诺巴西公司26.4%的股份、广汽与小鹏选择奥地利麦格纳代工、奇瑞接手盘活西班牙和南非的两座工厂……从“产品出海”到“体系出海”,中国车企正将制造能力、供应链体系、品牌乃至技术标准带到海外,实现与当地汽车产业的深度协同共赢。

- 图①:观众在观看广汽高城的飞行汽车。唐克摄(人民视觉)
- 图②:小米汽车全拆解展示制造工艺。崔东海摄(影像中国)
- 图③:比亚迪展台的零下30摄氏度低温舱。泽钊摄(人民视觉)
- 图④:外国观众在了解长安深蓝电动汽车性能。唐克摄(人民视觉)
- 图⑤:北京车展现场。王春华摄(人民视觉)

版式设计:汪哲平



图为红旗金葵花国礼丝路华章主题定制版。受访者供图