

患者未知情却成了医疗科普视频「主角」 专家称 仅面部打码远未尽到隐私保护义务

□ 本报记者 文丽娟

近日,患者李女士反映,其在上海某知名三甲医院就诊后,看到自己的就诊视频未经本人同意便被发布在该医生的社交平台账号上。虽然面部做了马赛克处理,但身形、声音和病史等细节,让熟悉她的朋友一眼便可认出。该患者接受媒体采访时称,在进入诊室到离开,没有任何人提示其有可能被拍摄,更不用说征求她的明确同意了。

李女士的经历并非孤例。《法治日报》记者注意到,短视频平台上,以“门诊实录”“病例分享”为卖点的医学科普视频层出不穷,一些医生的账号凭借此类内容收获数十万乃至上百万粉丝。然而,在这股科普热潮之下,患者知情同意权被漠视、隐私保护措施流于形式等问题凸显:有患者在拔牙时被拍摄,仅被口头告知用作“案例”;有的虽看到摄像头,却未被告知用途;还有人在完全不知情的情况下成为视频“主角”。

常年关注医药领域的北京市中闻律师事务所律师杜秀军指出,未经患者同意拍摄发布就诊视频,此举至少涉嫌三重侵权:肖像权、隐私权和个人信息权。

杜秀军解释说,未经许可不得制作、公开他人肖像,声音保护同样参照肖像权规定。就诊视频中不仅有患者的面部特征,还有形体、动态、声音等特征,未经患者允许不得使用或公开。同时,病人不愿为他人所知的身体状况,是否患病、病情、病史等都是病人的个人隐私,应受保护。个人医疗健康信息更被个人信息保护法列为敏感个人信息,只有在具有特定的目的和充分的必要性,并采取严格保护措施的情形下,个人信息处理者方可处理。

“医师法明确规定,医师在执业活动中应尊重、关心、爱护患者,依法保护患者隐私和个人信息,违者将面临警告、罚款甚至暂停执业等处罚。”杜秀军说。

而在具体实施过程中,究竟要怎样界定“侵犯他人隐私”的标准,各方意见不一。

记者近日观看多个医疗科普视频发现,很多医生在录制视频时,没有将镜头对着患者脸部,或者对患者头像打了马赛克,但保留了患者的原声。

有医疗自媒体创作者认为,只需对患者面部进行打码处理即尽到隐私保护义务。有医生博主曾公开表示,“打码已最大限度保护患者,且科普是为公益,无需小题大做”;还有外科医生认为,“案例的核心是病理部位,遮挡面部后已无隐私顾虑”。

但多名受访患者指出,仅对面部打码的处理方式存在明显局限,实则“防而不护”。除面部特征外,患者的衣着搭配、声音特质、病史信息等个人特征依然暴露无遗;更值得注意的是,诊疗过程中不经意透露的职业身份、生活习惯、居住区域等细节,也可能成为拼凑其真实身份的关键线索。

有患者告诉记者,自己因独特的口头禅和笑声被同事辨认出;还有患者说,视频背景中出现的特定家庭环境或随身携带的工作证件,都使其身份“呼之欲出”。

杜秀军认为,仅对面部打码远未尽到隐私保护义务。患者的衣着、体态、音色、病史细节,乃至诊疗中透露的生活习惯、居住区域等信息,都可能成为拼凑其身份画像的关键线索。

他坦言,法律上虽无“充分匿名化”的绝对标准,但核心原则是使一般公众无法从视频或相关资料中识别出特定个人。要达到这一效果,往往需要超越简单的打码,综合运用变声处理、背景替换、体型模糊等多种技术手段,进行系统性去标识化处理,同时避免在视频中透露任何可能识别患者身份的特征信息。

他建议,患者若发现权益被侵犯,应第一时间保全证据,如截图、录屏保存视频,并记录发布账号、时间等信息。随后可先与医生或医疗机构沟通,要求删除内容、赔礼道歉;若沟通无效,可向医疗机构主管部门投诉;必要时,可通过法律途径维权。

如何平衡医学科普的公益性与患者隐私保护的刚性需求,成为亟待解决的问题。

中国卫生法学会副会长郑雪倩认为,使用真实案例必须恪守三大规范:知情同意的合法性。需获得患者知情同意,且授权书应明确界定使用场景、传播渠道及内容修改边界,避免未经许可的二次传播或信息篡改。

去标识化的隐私保护。严格隐去姓名、年龄、职业、就诊机构等可识别信息,必要时对病情细节进行技术处理(如模糊化处理、替换关键特征),避免熟人通过特征推断患者身份。

正向的价值导向。案例分享的核心应服务于疾病防治知识的普及,而非博取流量的猎奇描述。例如,罕见病例应侧重早期筛查要点,而非渲染症状的离奇性;慢性病案例应聚焦日常管理方法,而非过度强调“速效疗法”的诱惑。

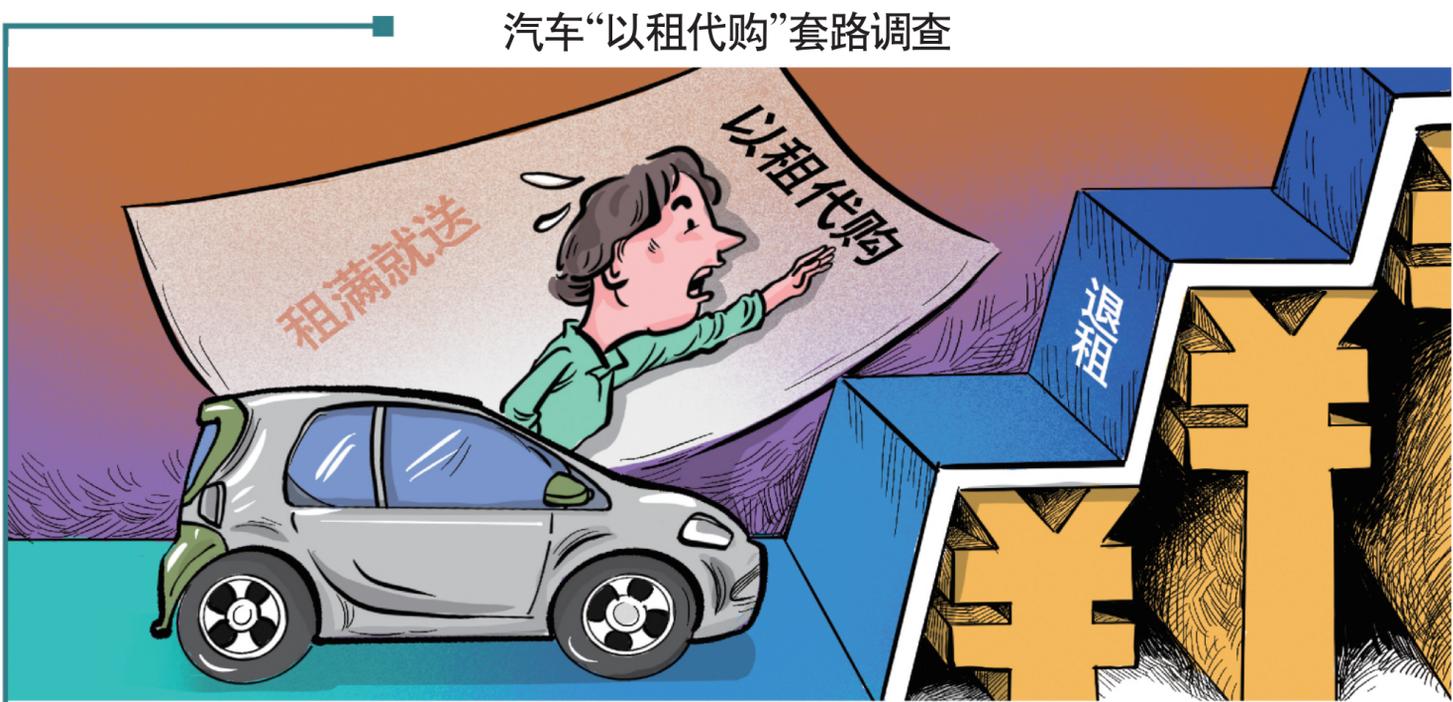
“医生作为健康信息的权威传播者,其职责是传递科学、客观的知识,而非通过‘故事化包装’换取流量收益。”郑雪倩说。记者注意到,为规范市场秩序,今年3月,上海已推出全国首个“互联网健康科普负面行为清单”,明确禁止发布“侵犯他人隐私的内容”。8月1日,中央网信办、国家卫生健康委等四部门联合发布《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》。

业内人士普遍认为,这些政策及时为医疗科普行为划定了清晰的合规底线,具有积极的导向作用。但构建健康的医学科普生态,仍需各方协同发力。

郑雪倩建议,国家层面需完善法律法规,明确医生网络行为的法律边界,制定相关实施细则;平台方应强化审核责任,对医疗科普内容重点把关;医疗机构应加强对医生自媒体行为的内部管理和监督;医生群体须严守职业伦理底线;公众亦需提升健康素养,增强辨别能力。

“科普很重要,但不能以牺牲普通人隐私为代价。”北京某三甲医院一名刘姓医生向记者感慨道。他认为,医疗机构应尽快建立完善的患者同意流程,确保患者在充分知情的前提下作出书面授权,并保留随时撤回的权利。同时,充分利用技术手段,最大限度保护患者隐私,让医学科普在法治轨道上行稳致远,真正成为连接专业医学与公众健康的桥梁。

租车刚10天就损失10万元 汽车“以租代购”套路调查



□ 本报记者 张守坤 □ 本报见习记者 于天航

“他们说给一辆新车,每个月租金3137元,租满5年车就归我们了;要是不想继续租了,交满一年租金后可随时退车。”广西的韦女士近日向《法治日报》记者回忆道,去年7月,她和哥哥看到一则“租满就送”既能赚钱又能得车的广告,因本就有租车跑网约车的想法,咨询后便当场就和汽车租赁公司签订了协议。

韦女士的哥哥按约定支付租金一年,之后因不想再跑网约车,便向汽车租赁公司提出退车。没想到,汽车租赁公司以“未按照约定次数对车辆进行保养”为由,拒绝退车。

“签合同的时候,没人跟我们说过退车有任何限制。”兄妹二人多次与汽车租赁公司协商退车,但对方根本不理睬,目前他们只能一边协商,一边无奈地继续还款。“也不知道租满5年送车的承诺,到时候会不会有变故,而且租满5年的花费要近20万元,比直接买辆车要贵很多。”

记者近日调查发现,目前一些汽车租赁公司推出“租满送车”“以租代购”模式,即租满一定期限后,再将车辆过户给租人。这种模式看似门槛低、灵活度高,但多名消费者反映遇到了“坑”,租车时对方满口承诺,只谈优点,但在实际用车、退车过程中却设下诸多限制,退租或维权困难重重。

随时退租难以实现

2024年,广东的宋先生为跑货运,通过“以租代购”模式在当地某汽车服务公司购买了一辆货车,该货车登记挂靠在某物流公司名下,宋先生经某融资租赁公司的推荐,在银行办理了贷款,约定每月还款3500元,共计36期,全部还款完成后该车辆归宋先生所有。今年3月,宋先生因身体原因不想继续跑货运了,便找到汽车公司和融资租赁公司协商所购车辆后续的处理。

“当初说随时能退租,合同里也没提违约金结果一提退租,汽车公司就不干了。”宋先生告诉记者,汽车公司只愿意“代运营回购”:根据车辆剩余未还款项以及车辆估价,宋先生需要支付汽车公司3万余元(包括车辆的折旧费等),公司收回车辆,后续月供由公司承担。

“车辆估价全是公司说了算,我们质疑过估价不合理,他们就威胁说不回购了!”宋先生气愤地说,迫于汽车公司的强硬态度,宋先生考虑妥协,但细想之后发现,这样一来,银行贷款仍在自己名下,“一旦公司不按时还月供,银行还是会找我。到时候不仅要继续还贷款,车没了,3万元也没了。”

宋先生从融资租赁公司了解到,如果汽车公司同意在系统内做“债务二次变更”,就可以彻底解除债务关系,后续不会再因车辆问题找他,但汽车公司又提出,如果要变更债务,需要收取6000元“变更服务费”,且明确表述“服务费不退还”“不再补充合同”。

“我们担心给了钱,后续要是债务没有变更成功,或者对方故意不变更,6000元又打了水漂。”宋先生说。最终,宋先生一家决定一次性结清剩余26期未还款项,还向公司交了当年的车辆保险、车辆挂靠费,过户费若干,获得了车辆所有权。“当初说好的可以随时退,还真想退却各种‘坑’,最后只能把车买回来再转卖,损失不小。”

只谈好处诱导签约

北京的郝先生因个人征信原因无法办理银行贷款,今年5月,他在某短视频平台看到相关广告后,从一家汽车服务公司“以租代购”了一辆汽车。“一开始用车很顺利,直到租金逾期了4天。”郝先生回忆,当天凌晨他收到汽车公司发来的逾期还款告知函,隔了一会儿就凑钱把租金转过去了,可次日早晨发现车辆已经被拖走了,“车内还有我的身份证、驾驶证和一部手机。”郝先生和汽车公司沟通时,对方说因他违约,所以将车辆收回,前期给付的首付款和租金一律不退。

汽车“以租代购”乱象频发 专家建议

设定违约金上限不超过车辆实际价值5%

□ 本报记者 张守坤 □ 本报见习记者 于天航

“首付1万元,不用过征信,手续简单提车快,只需身份证和驾驶证,爱车马上开回家,3年后爱车归你!”

这类主打“低门槛购车”的广告在社交平台上十分常见,还有一些招聘广告瞄准了想从事网约车、货运行业的人群,打出了“既能赚钱又能得车”的噱头,看起来既省时又省钱。

但《法治日报》记者近日调查发现,这种“以租代购”的购车模式实际存在诸多问题。部分公司展示虚假跑流水,故意模糊“以租代购”合同性质,用话术将其包装成普通租车合同,承诺可以退租,让消费者在未充分了解的情况下匆忙签约。一些合同条款权责不对等,条款大多倾向保护公司利益,而对消费者义务、违约责任规定等细致严苛。一旦消费者想要退租,汽车公司、融资租赁公司等相关方就相互推诿责任。

“以租代购”的实质是什么?如何才能有效规范相关市场?记者采访了吉林良佐律师事务所主任尤金堂和北京瀛和律师事务所高级合伙人季运达。

记者:“以租代购”合同的法律关系是什么?部分公司以“租车”名义诱导消费者签订“以租代购”合同,刻意隐瞒“购车”属性,这种行为是否违法?季运达:汽车租赁法律关系是合法有效的。

季运达:汽车租赁法律关系是合法有效的。是指融资租赁公司与消费者签订《融资租赁协议》,约定融资租赁公司向特定汽车销售方采购指定车辆,并将其租给消费者,消费者定期支付租金,租期内车辆所有权归融资租赁公司,消费者只有使

用权,租约期满后,一般约定消费者象征性支付一笔买断费,从而取得车辆所有权。

这种“以租代购”合同的法律性质是融资租赁法律关系,如果正当宣传,双方自愿签署相关协议的话,融资租赁法律关系是合法有效的。

如果商家存在以“租车”名义,承诺可以随时退租,但实际与消费者签署的是融资租赁协议,则可能涉及如下违法情况:

首先,可能涉及民法上欺诈、显失公平及格式条款无效问题。如果商家在宣传时声称可随时退租,但对退租违约金刻意隐瞒,违反了合理告知的附随义务,使消费者产生可以无代价退租的错误认识,可能涉及民法上的欺诈。同时,融资租赁公司和汽车销售公司在合同中加入过于严苛的条款(如限制过户,否则将没收定金或需承担高额违约金等),显然违反了公平原则,可能涉及显失公平问题。这类条款往往是汽车金融公司单方制定,消费者在签署时无权修改或提出异议,可能构成排除消费者主要权利或豁免公司方主要义务的格式条款,面临无效的法律后果。

其次,可能涉及虚假宣传。一些商家在宣传的时候,虚构跑流水,引诱消费者购买车辆,违反消费者权益保护法及反不正当竞争法相关规定。

记者:这类商业模式会产生哪些不良现象及后果?消费者该如何维权?季运达:这样的商业模式可能催生极端操作,导致市场竞争无序。部分企业为抢占市场,通过“零首付”“零手续费”等极端优惠吸引客户,实则通过隐性收费、违约条款盈利。这种模式如果盛行会迫使合规企业要么跟进“套路”,要么被挤出市场,形成“劣币驱逐良币”的恶性循环,将导致大量劣质企

业充斥市场。部分无良企业利用消费者仅有汽车使用权这一特点,将车辆重复抵押、出售,或在消费者逾期时暴力收车,索要高额违约金。还有一些平台型企业并非自有车辆,而是通过第三方经销商“垫资拿车”,再转租给消费者,一旦资金链断裂,平台可能直接跑路,导致消费者“车财两空”。

记者:对于汽车“以租代购”中存在的缺乏收费标准、退租流程不透明等问题,您有何治理建议?尤金堂:依据相关规定,若经营者提供商品或服务存在欺诈行为,如虚假宣传、隐瞒真实情况等;明确租金构成,禁止隐性收费;细化退租流程,如区分“有责退租”与“无责退租”,并分别明确相应情形。

记者在郝先生处了解到,签合同的时候,他看到了“逾期未支付租金,公司有权强制收回车辆”的条款。“因为资金紧张,我特意问了销售逾期支付租金有没有商量的余地,销售说只要拖欠时间不长,人不失联问题就不大,但现在我投诉后,工作人员却说销售的口头承诺与公司无关。”

郝先生还透露,同一家公司的另一位购车者因将车开回靠近边境的老家,被公司以“合同约定车辆不得在边境150公里内使用”为由认定违约,车也被拖走了。

郝先生给记者展示的合同中,确实存在这一用车限制。“签合同同时没人提示我们用车有这些限制,说的都是优惠和好处,并且不让我们细看合同内容,一再催促我们签字,说‘正常用肯定没问题’。”

记者调查发现,部分汽车租赁公司有一套专门的内部话术“诱导”租车者签订“以租代购”协议。例如,“每月没有租金压力,还可提前享受用车便利,不想用车随时可以退,没有任何其他条件”“即使征信不完善,但只要签合同,公司就会提供租房空白,型号写着‘奔驰e’的合同照片。8月,夏先生去4S店保养时,发现车辆型号实为E200,与尾标不符(两款车辆二手车价格相差近一倍),提出退车遭拒。9月1日,夏先生拒付8月租金,13日准备还车时发现车辆被拖走,车内贵重物品也未取出。目前,夏先生已打算通过法律途径解决。

还有汽车租赁公司直接在合同里“做文章”。据媒体报道,今年5月,在浙江杭州做生意的夏先生向义乌一车行老板“以租代购”一辆尾标为“E300L”的奔驰车,约定租满36个月过户,提前付款违约金。他首付7万元,后每月向义乌某公司付款5040元,36个月总费用26万余元,却只收到出租方空白、型号写着“奔驰e”的合同照片。8月,夏先生去4S店保养时,发现车辆型号实为E200,与尾标不符(两款车辆二手车价格相差近一倍),提出退车遭拒。9月1日,夏先生拒付8月租金,13日准备还车时发现车辆被拖走,车内贵重物品也未取出。目前,夏先生已打算通过法律途径解决。

“刚接触以租代购时以为占了便宜,想退租却发现全是‘坑’,以后再遇到类似事,我一定充分了解相关条款,保护自身权益。”有受访消费者如是说。

明确各部门职责,实现监管无死角。市场监管部门应对虚假宣传(如“零首付”“不看征信”等宣传表述)和格式条款违法等行为进行重点查处,同时对违法商家处以罚款并责令限期整改,拒不整改的吊销相关经营资质。

银保监部门应聚焦资金流向监管,防范金融风险。如要求经营者设立“以租代购”专项资金账户,租金收入须全额存入该账户,且仅可用于车辆采购、维修及业务运营,禁止挪用于其他投资。

交管部门应对“以租代购”车辆的运营资质进行专项检查。若车辆用于网约车,需核查是否取得《网络预约出租汽车运输证》,且驾驶员须具备《网络预约出租汽车驾驶员证》,两者缺一不可,责令经营者停止该车辆的租赁业务,并处以罚款;建立“以租代购”车辆备案制度,经营者应及时向交通管理部门报备车辆信息及租赁期限,便于后续监管。

在行业层面,推动自律约束与标准建设,制定行业服务标准,引导经营者规范经营。规范宣传用语,如明确禁止使用“零风险”“月入过万”等夸大、虚假表述,要求宣传内容需真实反映租金金额、租赁期限、所有权转移条件等核心信息,且在显著位置标注“风险提示”。设定违约金上限,如统一规定“退租违约金不超过剩余租金的10%,且违约金上限不超过车辆实际价值5%”等。

季运达:应构建纠纷快速处理渠道。设立专门的汽车以租代购消费争议调解委员会,委员会成员由监管人员、法律专家、行业代表等构成,当消费者与企业出现纠纷时,能快速响应开展调解工作,鼓励小额纠纷适用简易程序仲裁程序,仲裁机构可以预先设置标准化的仲裁流程,缩短案件受理、审理、裁决时间,降低消费者维权时间成本。

在监管层面,应强化多部门协同机制。建立“市场监管+银保监+交通”三部门联合监管机制,

联合出台汽车以租代购业务管理相关办法,填补行业规范空白。

具体来说,提升准入门槛,要求经营者须具备“融资租赁资质”或“汽车租赁资质”,同时满足一定硬性条件,确保资金实力;拥有完善的风控体系,且需定期向监管部门报备风控数据。

加强合同规范,如合同采用标准化模板,对所有权转移条件等条款进行重点明确,避免模糊表述;明确租金构成,禁止隐性收费;细化退租流程,如区分“有责退租”与“无责退租”,并分别明确相应情形。

在监管层面,应强化多部门协同机制。建立“市场监管+银保监+交通”三部门联合监管机制,

各种原因克扣费用

今年5月,浙江的李先生以首付6.6万元、月供8000元(36期)形式“以租代购”了一辆新能源汽车。李先生说:“用车的成本太高了。车租来刚开了10天,就损失10万元。”

当发生了什么?李先生告诉记者,提车仅10天,车辆就在高速上被货车追尾报废了,经交警认定对方全责,对方保险公司同意全损理赔38.4万元。“没想到,租车公司不同意全损理赔,非要修车,还要扣我3.4万元折旧费。”李先生说,他担心车存在安全隐患,不愿意再继续租用,却被公司告知“若退车,首付和折旧费都将不予退还(共计10万元)”。李先生和租车公司多次协商,对方提出了一个“看似合理”的方案:一次性结清剩余租金,公司协助李先生办理车辆过户和理赔手续。

李先生同意并付款后,租车公司却将过户事宜一拖再拖,称要三四个月后才能办理,“他们就是故意拖到车修好,到时候保险公司不赔付全损,知道我不会要大事故车,再逼着我违约,扣掉我的首付款和折旧费。”李先生说,他准备去该汽车品牌总部作进一步协商。

李先生告诉记者,他正犹豫要不要起诉,“咨询了律师,说合同里全是对公司的保护条款,我怕打官司耗时费力,最后还打不赢。”

记者采访了解到,多名受访者是出于“租赁期内想退就退,不退还能得车”“征信存在问题无法正常还贷”等原因选择“以租代购”形式,却在实际用车过程中,因车辆所有权不在自己名下,面临各种各样的问题,不少人为了减少损失,只能被汽车租赁公司“牵着鼻子走”。

“刚接触以租代购时以为占了便宜,想退租却发现全是‘坑’,以后再遇到类似事,我一定充分了解相关条款,保护自身权益。”有受访消费者如是说。

市场监管部门应对虚假宣传(如“零首付”“不看征信”等宣传表述)和格式条款违法等行为进行重点查处,同时对违法商家处以罚款并责令限期整改,拒不整改的吊销相关经营资质。

银保监部门应聚焦资金流向监管,防范金融风险。如要求经营者设立“以租代购”专项资金账户,租金收入须全额存入该账户,且仅可用于车辆采购、维修及业务运营,禁止挪用于其他投资。

交管部门应对“以租代购”车辆的运营资质进行专项检查。若车辆用于网约车,需核查是否取得《网络预约出租汽车运输证》,且驾驶员须具备《网络预约出租汽车驾驶员证》,两者缺一不可,责令经营者停止该车辆的租赁业务,并处以罚款;建立“以租代购”车辆备案制度,经营者应及时向交通管理部门报备车辆信息及租赁期限,便于后续监管。

在行业层面,推动自律约束与标准建设,制定行业服务标准,引导经营者规范经营。规范宣传用语,如明确禁止使用“零风险”“月入过万”等夸大、虚假表述,要求宣传内容需真实反映租金金额、租赁期限、所有权转移条件等核心信息,且在显著位置标注“风险提示”。设定违约金上限,如统一规定“退租违约金不超过剩余租金的10%,且违约金上限不超过车辆实际价值5%”等。

季运达:应构建纠纷快速处理渠道。设立专门的汽车以租代购消费争议调解委员会,委员会成员由监管人员、法律专家、行业代表等构成,当消费者与企业出现纠纷时,能快速响应开展调解工作,鼓励小额纠纷适用简易程序仲裁程序,仲裁机构可以预先设置标准化的仲裁流程,缩短案件受理、审理、裁决时间,降低消费者维权时间成本。

明确各部门职责,实现监管无死角。市场监管部门应对虚假宣传(如“零首付”“不看征信”等宣传表述)和格式条款违法等行为进行重点查处,同时对违法商家处以罚款并责令限期整改,拒不整改的吊销相关经营资质。

银保监部门应聚焦资金流向监管,防范金融风险。如要求经营者设立“以租代购”专项资金账户,租金收入须全额存入该账户,且仅可用于车辆采购、维修及业务运营,禁止挪用于其他投资。

交管部门应对“以租代购”车辆的运营资质进行专项检查。若车辆用于网约车,需核查是否取得《网络预约出租汽车运输证》,且驾驶员须具备《网络预约出租汽车驾驶员证》,两者缺一不可,责令经营者停止该车辆的租赁业务,并处以罚款;建立“以租代购”车辆备案制度,经营者应及时向交通管理部门报备车辆信息及租赁期限,便于后续监管。

在行业层面,推动自律约束与标准建设,制定行业服务标准,引导经营者规范经营。规范宣传用语,如明确禁止使用“零风险”“月入过万”等夸大、虚假表述,要求宣传内容需真实反映租金金额、租赁期限、所有权转移条件等核心信息,且在显著位置标注“风险提示”。设定违约金上限,如统一规定“退租违约金不超过剩余租金的10%,且违约金上限不超过车辆实际价值5%”等。

季运达:应构建纠纷快速处理渠道。设立专门的汽车以租代购消费争议调解委员会,委员会成员由监管人员、法律专家、行业代表等构成,当消费者与企业出现纠纷时,能快速响应开展调解工作,鼓励小额纠纷适用简易程序仲裁程序,仲裁机构可以预先设置标准化的仲裁流程,缩短案件受理、审理、裁决时间,降低消费者维权时间成本。

明确各部门职责,实现监管无死角。市场监管部门应对虚假宣传(如“零首付”“不看征信”等宣传表述)和格式条款违法等行为进行重点查处,同时对违法商家处以罚款并责令限期整改,拒不整改的吊销相关经营资质。

银保监部门应聚焦资金流向监管,防范金融风险。如要求经营者设立“以租代购”专项资金账户,租金收入须全额存入该账户,且仅可用于车辆采购、维修及业务运营,禁止挪用于其他投资。

交管部门应对“以租代购”车辆的运营资质进行专项检查。若车辆用于网约车,需核查是否取得《网络预约出租汽车运输证》,且驾驶员须具备《网络预约出租汽车驾驶员证》,两者缺一不可,责令经营者停止该车辆的租赁业务,并处以罚款;建立“以租代购”车辆备案制度,经营者应及时向交通管理部门报备车辆信息及租赁期限,便于后续监管。

在行业层面,推动自律约束与标准建设,制定行业服务标准,引导经营者规范经营。规范宣传用语,如明确禁止使用“零风险”“月入过万”等夸大、虚假表述,要求宣传内容需真实反映租金金额、租赁期限、所有权转移条件等核心信息,且在显著位置标注“风险提示”。设定违约金上限,如统一规定“退租违约金不超过剩余租金的10%,且违约金上限不超过车辆实际价值5%”等。

漫画/高岳