

聚焦“双11” 学会理性消费 警惕购物陷阱

电商平台“十要十不准”规范来了 我省率先创建“绿色直播间”

电商平台“十要十不准”规范来了

本报讯 记者羊荣江报道 在“双11”来临之际,11月6日,我省召开网络电商平台治理会议,会上通报了全省网络执法十大典型案例,于全国率先启动“绿色直播间”创建行动,公布电商平台“十要十不准”规范。

今年以来,面对新冠肺炎疫情和错综复杂国际形势带来的冲击和挑战,电商平台企业展现出巨大的活力和韧性。在线下消费呈断崖式下跌时,网上销售异军突起、逆势上扬,成

为内需循环的压舱石。特别是直播带货、生鲜电商等网络新业态增长迅猛。数据显示,前三季度全国网上零售额超过8万亿,同比增长9.7%,占社会消费品零售总额的比重达24.3%。

为加强网络直播规范,鼓励和促进直播电商健康有序发展,我省将在全省范围内启动开展“绿色直播间”创建活动,引导培育和巩固发展“绿色直播间”。省市场监管局在

会上发布了《“绿色直播间”创建方案》,对全省范围内开设直播间带货的电商平台、直播平台、MCN机构以及主播等主体提出明确要求。

《“绿色直播间”创建方案》明确,下一步将联合平台提供“绿色直播间”在流量、排名、促销政策等方面的支持。允许展示统一的标志标识,为进入直播间的用户提供信用指引,增强消费信心保障。

同时,会上还发布了电商

平台“十要十不准”规范,规范在网店准入关口、产品质量管控、网络交易安全、商家合法权益、有序竞争、知识产权保护、消费维权渠道、绿色网购等方面,对电商平台明确了要求,具体包括:

一是要严把网店准入关口,不准不符合条件商家入驻;二是要加强产品质量管控,不准违法违规商品入市;三是要确保网络交易安全,不准侵害消费者个人信息;四是

要保障商家合法权益,不准滥用平台优势地位;五是要公平公正有序竞争,不准破坏市场竞争生态;六是要引导网络模式创新,不准变相从事网络违法;七是要强化知识产权保护,不准为销售侵权商品提供便利;八是要畅通消费维权渠道,不准侵害消费者权益;九是主动接受社会监督,不准回避平台主体责任;十是厉行节约绿色网购,不准宣导铺张浪费。

隐藏条款、低价陷阱、个人信息泄露……

宁波发布“双11”消费维权指南

本报讯 通讯员毛雷君、宣文报道 一年一度的“双11”来了,很多消费者已经迫不及待地下单,等待快递到家。但每年的“双11”也会引发众多的消费投诉,为此,宁波市市场监管局近日发布了消费警示,给消费者提供“防坑”指南。

直播购物要记住这三条

据第三方数据机构直播日榜显示,10月21日“双11”预售首日,薇娅和李佳琦销售额分别达到了53.2亿元和38.7亿元。与超高成交量对应的,是不断暴露的约定直播间福利兑现难、收货商品与直播间宣传不符、商品质量难保障、售后服务不到位等问题。那么,怎样才能能在“双11”直播促销中精准避“雷”呢?

其实也不难,只要记住这三条——

注意看清隐藏条款。在直播间(网购)下单成交之前,消费者一定要注意分辨隐藏条款。确认商品是否属于“七天无理由退货”和“三包”范围,分清权责;仔细查看商品介绍,详细了解营销规则,注意“优惠”的有效期限和使用范围;分清“定”和“订”,注意“定金不退,订金可退”,下单时慎重考虑不随意。

注意防范低价陷阱。“双11”大促期间,常出现商家以特价限购、超低价等吸引下单,实际可购买数量与宣传不符,拖延发货时间最后“砍单”,消费者费心费力却始终收不到货。遇此现象,消费者应及时向平台方举报,以便电商平台对涉事商家做出相应惩罚。同时,也应注意不被虚假折扣迷惑,不被明显低价误导,选择信誉度高、口碑好的正规商家和平台进行网购。

注意维护自身合法权益。消费者在网络购物时,要留意退换货规则,养成保存购物凭证的习惯,如截图保留直播间促销活动页面、商家承诺图、与商家聊天记录、购买记录、快递单号等,以备日后出现纠纷时有充足的证据维护自身权益。下单后要注意跟踪物流快递信息,收到商品后第一时间查看是否与网购页面、直播时展示的商品信息一致,有无损坏或其他问题。

如果发生消费纠纷,消费者可首先与商家或电商平台联系解决。如不能协商解决,可向商家所在地消费者协会或市场监管部门投诉。同时,鼓励消费者积极举报各类违法行为,共同维护网络市场秩序。

注意保护个人隐私

在“双11”期间线上线下猛烈促销

攻势面前,个人信息保护尤显重要。对此,市场监管局提示消费者在享受购物狂欢的同时,一定要注意个人信息保护:

一是网购支付时应选择使用第三方支付平台或者货到付款,避免私下交易。

二是通过电话、短信等形式接到的退款、网址链接、电话号码等内容要多方核实,谨防钓鱼诈骗。

三是在实体店进行交易前咨询时,尽量不要预留真实个人信息,以防泄露。

四是丢弃快递包装前应销毁快递单上的个人信息,或直接将收件人信息进行匿名设置。

无理由退款具体怎样操作?

消费者在验收商品环节,常会碰到商家承诺优惠未兑现、货不对板等问题,也有可能遇上售卖假货或靠小动作套路消费者的不法网络商家,不仅可能造成钱财损失,还消耗大量时间和精力,非常头疼。宁波市市场监管局提示消费者,在发生非现场购物售后纠纷时,掌握以下维权指南,依法积极维护自身权益:

无理由退货既适用于网络、电视、电话、邮寄等远程方式的销售,也适用于上门推销、直销等非固定经营场所的销售。

无理由退货的适用期限为7日。收货的当天不算入,从第二天开始计算。期限的最后一天是星期日或者其他法定休假日的,以休假日的次日为最后一天。期限的最后一天截止时间为24点,有业务时间的截止至停止业务活动的时间。

法定4种不适用无理由退货的情形:一是消费者定做的;二是鲜活易腐的商品;三是在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品;四是已经交付的报纸、期刊。除上述4项法定排除情形外,还有一种对经营者和消费者约定排除适用的情形,即根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的,不适用无理由退货。

无理由退货时消费者应承担何种义务?一是支付退货运费,若经营者与消费者另有约定的,按照约定;二是保证商品完好,只要不是因消费者的原因造成价值明显贬损的,均属于商品完好。

网络经营者提供的商品或者服务不符合质量要求,消费者要求退货的,应由经营者承担运费。网络经营者应当自收到退回商品之日起7日内返还货款。

@尾款人 遭遇虚假发货 可以这样维权!

本报讯 通讯员柯法报道 今年的“双11”,比以往来得更早一些,11月1日凌晨,你是否也成了“尾款人”?如今,我们足不出户就可以享受到购物的乐趣,但这种便利不同于传统线下购物,付款后消费者并不能第一时间拿到商品,这在某种程度上滋生了部分商家通过虚假发货非法获取利益的乱象。如果在网购过程中遇到卖家虚假发货,消费者该如何维权呢?

2018年5月,汪某在一家网购店铺看中一款木质漆器电视背景墙,通过网购平台与店铺客服人员沟通后,双方确定了产品的尺寸、款式、价格等内容,同时汪某支付了定金600元。之后汪某为确定产品细节,多次与店家沟通,其间汪某要求变更材质和工艺,商家则要求增加货款,最终款式与材质均未商定。

2018年10月,在汪某尚未确定背景墙款式的情况下,网购平台显示商家已经发货。因汪某未注意到发货信息,10天后系统自动确认收货。

收到交易成功提示的汪某感到奇怪,根本没有人上门给他安装电视背景墙,怎么就收货了呢?汪某赶忙与店铺客服反馈自己未收到货物,要求退回定金,客服人员却以汪某已上门提货物为由拒绝。无奈的汪某只能向网购平台投诉,但始终没有得到一个满意的结果,沟通无果的他将卖家与网购平台一起诉至衢州市柯城区法院。

法官说法

网购有风险,下单需谨慎。一年一度的“双11”网络购物节已经来临,各位剁手党们在买买买的同时,也要注意网络购物安全,除了网购特有的虚假发货问题之外,还要提防产品质量、虚假宣传这些隐患。

消费者在购物时,应仔细阅读商品信息、折扣规则,留意商家的信息与店铺评价,并注意保存交易过程中的聊天记录、支付凭证、快递单据等相关材料,当交易过程中发生损害消费者合法权益的情况时,除与商家、平台协商外,还可以拿起法律武器保护自己。

为消费者“双11”购物提个醒

我省通报网络监管执法十大典型案例

本报讯 记者羊荣江报道 近日,省市场监管局通报了网络监管执法十大典型案例。这10个案例包括:

案例一:绍兴诸暨市局查获直播虚假宣传案

当事人先从市场上购进蚌和珍珠,在视频直播镜头外将珍珠塞入蚌内,再到镜头前开蚌取珍珠欺瞒诱导消费者,用上述方式共销售珍珠9.8万元。执法部门对当事人作出罚款20万元行政处罚。

案例二:温州市局查获微商销售“三无”口罩案

当事人通过微信对外销售无中文标签且无厂名、厂址、生产日期和安全使用期等信息的口罩。执法人员在现场查获“三无”口罩7.5万只,执法部门对当事人作出没收违法所得并处罚108

万元罚款的行政处罚。

案例三:绍兴市局查处网络商标侵权案

曼瑞德集团举报当事人通过其网店销售假冒曼瑞德系列产品,执法人员在快递当场查获了准备寄送的假冒商标电热执行器226个,并在其经营场所查获各类假冒标贴4500余件,执法部门对当事人作出罚款10万元的行政处罚。

案例四:杭州市下城区局查处网络销售违禁药品案

当事人在网站上长时间发布国家管控的非药用类麻醉药品芬太尼产品供求信息,经多次责令整改仍未停止,情节较为严重,执法部门根据《电子商务法》对当事人作出责令停业整顿、罚款50万元的行政处罚。

案例五:舟山岱山县局查获网络非法销售化妆品案

当事人在未申领化妆品生产许可证情况下,利用从其他卖家购买化妆品时赠送的小空瓶、压泵对某品牌化妆品进行分装,并在网店内销售,共销售分装的小样2.4万瓶,涉案金额45.8万元。执法部门对当事人作出没收违法所得60万元、罚款10万元的行政处罚。

案例六:温州泰顺县局查处网络刷单炒单案

当事人组织刷手在电商平台开设网店的商家提供虚假网络购物交易,共为253个服务对象提供虚假交易共计5.8万笔,涉及虚假交易订单总额1000余万元,收取刷单佣金共计76.6万元。执法部门对当事人作出罚款20万元行政处罚。

案例七:嘉兴秀洲区局查处网络虚假有奖销售案

当事人在网店上宣称“实付金额前10名且单笔订单大于1000元的,送价值3500元平板电脑”,经查其实际公布的中奖人员名单均为虚假,执法部门对其作出罚款5.5万元的行政处罚。

案例八:台州仙居县局查处网络销售有毒有害食品案

当事人在无任何资质的情况下,以违禁药物西布曲明为原料,制作减肥胶囊,并通过直播平台、微信朋友圈进行推广销售,销售范围涉及10余个省份,执法部门已捣毁生产窝点4处,查扣减肥药成品胶囊8公斤,违禁原料药粉7.4公斤,涉案金额达300万余元,目前该案已移送检察机关审查起诉。

案例九:杭州江干区局查处网络传销案

当事人利用微信公众号宣传网络传销,采取加盟、团队计酬等方式在线上发展会员,招收会员和合伙人共计286人,实际收取资金200余万元。执法部门对当事人作出没收违法所得93.4万元、罚款50万元的行政处罚。

案例十:衢州江山市局查处网络诈骗案

当事人以合伙办厂、开网店等名义怂恿他人提供个人身份证骗取登记,并利用该执照在网上销售家具等形式实施诈骗,非法资金流水达7.3亿元。该案已移送公安机关,现已对53名犯罪嫌疑人采取刑事强制措施。

为放心消费 把把关

近年来,“双11”期间的化妆品销量,在各类日用品销售中一直名列前茅。“双11”临近,潮州市吴兴区市场监管局为切实做好化妆品监管工作,开展化妆品领域专项检查活动,为消费者营造安全放心的线上线下消费环

境,重点对侵犯知识产权和经销假冒劣化妆品违法行为予以严查查处。

图为该局执法人员在一家化妆品经营单位,检查化妆品商标标识及对应的索证索票资料等。

通讯员孙建新 摄



敲黑板:

“双11”促销套路有哪些?

据新华社 今年“双11”,各大电商平台提前掀起一波促销高潮,销售周期比往年延长,从11月初拉长至明年春节前夕,再加上商家多种多样的“满减”“补贴”等促销手段,让广大消费者“目不暇接”“眼花缭乱”,甚至感觉不买就吃亏了。中国消费者协会结合近年来消费纠纷调查,提醒消费者理性消费,谨防促销套路。

直播带货“槽点”多

各大电商平台的主播们卖力讲解、分享体验,加上粉丝们刷屏的评论,吸引了众多消费者通过直播下单购物。当前,网络直播的购物方式越来越普及,同时也隐藏着一些消费陷阱。

据中消协调查统计,消费者投诉的“槽点”主要有:直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务;部分主播在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题;产

品质量货不对板,兜售“三无”产品、假冒劣劣商品等;直播刷粉数据、销售量刷单造假“杀雏”;主播将消费者引至第三方,该平台信用资质不佳或是引诱消费者进行私下交易;部分商品售后无保障,消费者难享“三包”权利等。

中消协提示:消费者要提前做好“功课”,不被各种“假优惠”陷阱误导。建议消费者不轻信商家的“特价”“清仓价”“全网最低价”等宣传,购买商品前要货比三家,先了解商品的大概市场价格,再对商家促销活动是否有实际优惠进行评估,警惕“明降实涨”等价格陷阱,避免受不实促销诱惑而冲动消费。

优惠活动“水分”多

红包活动一直以来是各大电商平台吸引用户、提升销量的惯用手段,有时候这些红包活动看似优惠多多,实际上却很鸡肋。

有消费者反映其在某网络购物平台参加抢红包活动,一共抢到了900多个红包,但实际优惠金额累计不到10元,花费了很大精力,最后只有满满的失落感;有的商家使用“限时抢购”“爆款秒杀”“巨惠特卖”等极具诱惑力的宣传用语来吸引消费者下单,实际上是“先涨后降”的套路;还有的优惠活动可能就消费期限、商品品类、消费金额等设置一定的“门槛”,消费者达不到这些门槛,就不能享受到优惠。

在“双11”等大促活动期间,部分平台、商家以促销活动的名义进行推广,表面上是让利消费者,实则清库存,甚至借助低价来推销其劣质商品,消费者一旦禁不住诱惑就很容易上当受骗,引发消费纠纷。

中消协提示:面对各种促销活动,优惠广告,消费者首先要保持理智,树立科学消费、理性消费意识,根据自己或者家庭的实

际需求选购商品,不被商家的各种促销活动冲昏头脑。在面对商家为“清库存”而进行大促时,消费者最好先清理一下自己的“库存”,也许家里还囤积着上次大促时血拼的商品。因此,建议消费者量需而去,千万不要为自己并不需要的物品再浪费精力和金钱了。

售后服务诟病多

一些商家重视销售,轻视售后服务,如不履行七日无理由退货规定,不向消费者提供购物发票、售后电话无人接听形同虚设、商品存在明显的质量问题却要求消费者去鉴定、不履行“三包”义务、对消费者退货或者退款请求拖延处理等。

有的商家为了冲击销量而虚标库存,还有的商家打出“秒杀”“竞拍”等低价促销活动,吸引大量消费者下单购买后,商家或是迟迟不发货等待消费者主动取消订单,或是以“订单异