

电商失信 惩戒联盟来了!

我省22家企业联合护航消费者

本报讯 记者何悦报道 近日,记者从省市场监督管理局召开的新闻发布会上获悉,阿里巴巴、网易考拉、云集、美团、顺丰等22家电商和物流企业联合发起成立浙江省电子商务失信惩戒联盟。今后将在省市场监督管理局等部门的指导下,建立日常工作机制,采取联合行动,对电子商务领域失信行为进行联合惩戒。

会上,联盟成员共同签署了《浙江省电子商务失信惩戒联盟公约》,联盟第一任轮值主席阿里巴巴集团作了表态发言,并代表联盟公布了第一批失信电商名单。

“联盟公约”共有7条协议,例如各成员单位应完善对违法失信行为的监测监控,制止不正当竞争、虚假宣传、制售假冒伪劣商品、侵害消费者权益、侵犯知识产权、“炒信”等违法行为;增进相互之间的交流合作,及时

将发现和记录的失信信息在联盟范围内进行共享;失信惩戒联盟建立轮值机制,成员单位轮流担任牵头单位,轮值期6个月,轮值牵头单位负责协调推进各成员单位内电子商务经营者失信行为信息共享、联合惩戒工作,与对应监管部门衔接联络等。

按照联盟工作机制,联盟成员应根据法律法规的规定,建立失信惩戒的基本判断标准。对失信行为进行识别,建立、记录和更新失信主体档案,将失信信息信息共享。

联盟将根据失信严重的程度采取限制新设立账户、屏蔽或删除现有账户、限制发布商品及服务、限制参加各类营销或促销活动、扣除信用积分、降低信用评级、限制账户权限权利、平台公示曝光、限制入驻电子商务平台、物流从业限制、限制网络广告推广等分级惩戒措施。

新车开了100多公里就出现质量问题 浙版“新消法” 支持整车更换

本报讯 通讯员孙建新、陈丹报道 汽车价格不菲,如果买到的车子问题多,那真是太糟心了。幸好,去年5月1日实施的《浙江省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》(简称浙版“新消法”),为汽车消费维权提供了法律依据。这不,近日,湖州市德清县的房先生就得受益于浙版“新消法”的撑腰,有了换车的底气。

“我于今年8月26日在德清一家4S店花了近40万元购买一辆新车,开了一周时间发现车内有浓郁异味,并在汽车底部发现漏油现象,发动机出现故障。”前段时间,消费者房先生向德清县消保委反映,汽车出现问题后,他马上与经销商联系,将车拖至4S店进行维修。4S店认为,该汽车故障可能是人为操作不当造成的,只同意维修并赔偿一定的损失。而房先生认为,新车开了才100多公里,发动机就出现问题,属于质量问题要求换车并赔偿损失。双方对此僵持不下。

接到投诉后,市场监管部门第一时间到实地查看车辆。经了解,该投诉的焦点在于,汽车故障是车子质量问题还是人为造成。对此,消保委要求4S店尽快对车辆进行初步诊断,拿出解决方案。随后,4S店邀请专业技术人员上门实地查看,诊断该故障为连接发动机的机油管脱落,造成发动机故障,不能正常运行,系该车质量问题,而不是人为原因造成。

但双方仍无法达成一致。

店方提出的解决方案是无条件换车,新车要重新收取原厂加装好的附件,约8000元费用。店方同时表示,事故车辆检测报告目前无法出具,建议走司法途径解决。消费者则要求店方无条件调换同型号的汽车,不增加任何费用,并赔偿为解决汽车纠纷来回奔波的相关费用,包括备用车、误工费、已加汽油费等。

德清县消保委查阅了汽车维修相关资料并咨询相关专家人员,确定该事件为发动机的主要零件出现质量问题,符合浙版“新消法”第二十七条退换车的情形。

前不久,德清县消保委再次召集投诉双方,就消保法律法规中有关家用汽车的规定向4S店的工作人员作了详细解读,指出浙版“新消法”第二十七条规定:“家用汽车产品自销售者开具机动车销售统一发票之日起六十日内或者行驶里程三千公里内(以先到者为准),出现转向系统失效、制动系统失效、车身开裂、燃油泄漏、安全装置失效、车辆自燃或者因其他质量问题引起车辆失控,或者发动机、变速器的主要零件出现产品质量问题的,家用汽车产品销售者或者生产者应当根据消费者的要求予以整车更换或者退货,并依法赔偿损失。”

经宣传教育,该4S店同意为消费者房先生免费更换同型号车辆并为其办理保险、纳税、上牌等相关手续,并提供免费汽车常规保养6次。近日,双方签署了《调解协议书》。

展现品牌自信、质量自信 嘉兴试点“厂商接受无理由退货”

本报讯 通讯员杨茜、宣应报道 “双11”期间,线上七天无理由退货为网民们鼓足了放心消费的底气。近日,又一个好消息从嘉兴市市场监管局传来,这个“双11”,如果消费者故障或是线人为造成。对此,消保委要求4S店尽快对车辆进行初步诊断,拿出解决方案。随后,4S店邀请专业技术人员上门实地查看,诊断该故障为连接发动机的机油管脱落,造成发动机故障,不能正常运行,系该车质量问题,而不是人为原因造成。

但双方仍无法达成一致。

作为试点企业,火星人厨具股份有限公司副总经理胡明义说,他们在市场监管部门的指导下,加强质量和服务体系建设,专门制定了符合企业实际的放心消费承诺书。目前,火星人厨具在全国1100多个城市有1600多家门店,实现厂商接受无理由退货后,不管线上买的还是线下买的,全国范围内所有产品都可以享受无理由退货待遇。线上买的可以直接退到生产厂家,线下买的可退到门店,由门店再退回生产厂家,运费均由企业承担。

胡明义说,企业大步向前发展的同时,更要注重产品品质和服务口碑,此次亮出厂商接受无理由退货承诺,既是要让消费者放心消费,也将推动企业进一步优化产品和服务。

“本公司销售的商品向全国

■韩全放

一年一度的“双11”网购大潮刚刚结束,商家与消费者像往年一样,参与度极高。借此余温,我们来谈谈消费者网购后,如权益被侵害,该如何维权?同时,又有哪些法律条款与消费者权益息息相关,本文为消费者提供维权解读。

消费者网购与商家建立何种法律关系?消费者通过网络平台购买商品,双方形成买卖合同关系。消费者及时支付价款,商家按照约定向消费者提供符合订单信息描述的货物。同时,根据《消费者权益保护法》第二条规定,消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受法律保护;本法未作规定的,受其他

有关法律、法规保护。

消费者网购如何应对商家“先涨后降”套路?“双11”期间,部分商家会打出低价标语。事实上部分商品可能存在“先涨后降”的问题,即商品打折的价格与原来的价格相差不多。笔者认为该行为属于不公平交易,价格违法。消费者遇到“先涨后降”的情况,可以向消费者协会举报。建议消费者在进行网购时可以货比三家,尽量选择评价较好、信用指数较高的商家进行交易。同时,消费者在购买商品前应仔细阅读第三方网购平台和商家的促销规则,正确理解促销规则的真实意思表示,避免出现不利解释,明确者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受法律保护;本法未作规定的,受其他

网购支付的是“定金”还是“订

派件高峰来临 行车安全勿忘



为有效预防“双11”期间快递车辆交通事故的发生,近日,台州市公安局交通警察局直属一大队三甲中队民警走进辖区快递网点,提醒快递员在运送过程中勿忘交通安全,文明骑行,平安出行,并为快递车辆张贴反光条,增强他们行车安全意识。图为民警为快递车辆贴上反光条。

通讯员何文斌、金鑫 摄

维权论坛

“双11”,别让套路砸了招牌

■王旭东

无论你是否认真研究过“双11”防坑攻略,购物车都会在11日零点准时“启动”。一场刹不住车的购物旅行开始,一场拼速度的“秒杀”停不下来,一场或占了便宜或落入陷阱的游戏欲罢不能……

“你问我我爱你有多深,剁手代表我的决心。”最近几天,媒体集中曝光了一些“双11”套路:一看玩法猛于虎,一看优惠两元五……其实,套路不是贬义词,起码是一个中性词。商家的“双11”套路,从好的方面讲,是一种营销战略,是一种竞争手段,法不禁止皆可为,只要它不违法,存在即合理;从坏的方面讲,套路太深,不排除暗藏猫腻,让消费者不知不觉中走进商家的“圈套”,没捡到便宜,反而花了冤枉钱,或者有被

欺骗之感。

如今,“双11”是一块金字招牌,堪称是十年磨一剑。今年是第十个“双11”,也许,有十年之痒,甚至还有十年之痛。从消费关注的角度看,“双11”游戏规则则可以翻新,但套路不能越陷越深。“双11”成为一个品牌与招牌来之不易,不能因为失信而毁于一旦。建立用户信任可能需要若干年,毁掉它却只需要一天。建立在诚信基础上的套路可以有,这些套路是良性的,平添购物乐趣;建立在失信风险上的套路不能有,这些套路是劣性的,陡增购物风险。

“双11”是创新的产物、创意的产物、创造的产物。有媒体报道,“双11”从小创意变成大节日,已经变成了全球最大的购物节,成了中国消费者力量的一个象征。在最近的一次演讲中,时

任淘宝网首席财务官、现任阿里巴巴集团首席执行官的张勇这样说道:在中国改革开放40年的高速发展中、在充满机遇的经济大环境中,我们才能一路走下去,创造出不一样的“双11”。守正创新才能行稳致远,让“良币驱逐劣币”,“双11”方能走得更远、走出健康。

新修订的《反不正当竞争法》于今年1月1日起施行,开启了新时代公平竞争的新征程;《电子商务法》将于2019年1月1日正式实施……法治建设重在“固根本”。无论是“双11”,还是“618”,抑或“双12”,一个个网购的节日日趋成熟,尤其是在法治的保驾护航之下,由量变到质变,买买买、放放放,“双11”从小创意变成大节日,已经变成了全球最大的购物节,成了中国消费者力量的一个象征。在最近的一次演讲中,时

任淘宝网首席财务官、现任阿里巴巴集团首席执行官的张勇这样说道:在中国改革开放40年的高速发展中、在充满机遇的经济大环境中,我们才能一路走下去,创造出不一样的“双11”。守正创新才能行稳致远,让“良币驱逐劣币”,“双11”方能走得更远、走出健康。

新修订的《反不正当竞争法》于今年1月1日起施行,开启了新时代公平竞争的新征程;《电子商务法》将于2019年1月1日正式实施……法治建设重在“固根本”。无论是“双11”,还是“618”,抑或“双12”,一个个网购的节日日趋成熟,尤其是在法治的保驾护航之下,由量变到质变,买买买、放放放,“双11”从小创意变成大节日,已经变成了全球最大的购物节,成了中国消费者力量的一个象征。在最近的一次演讲中,时

任淘宝网首席财务官、现任阿里巴巴集团首席执行官的张勇这样说道:在中国改革开放40年的高速发展中、在充满机遇的经济大环境中,我们才能一路走下去,创造出不一样的“双11”。守正创新才能行稳致远,让“良币驱逐劣币”,“双11”方能走得更远、走出健康。

新修订的《反不正当竞争法》于今年1月1日起施行,开启了新时代公平竞争的新征程;《电子商务法》将于2019年1月1日正式实施……法治建设重在“固根本”。无论是“双11”,还是“618”,抑或“双12”,一个个网购的节日日趋成熟,尤其是在法治的保驾护航之下,由量变到质变,买买买、放放放,“双11”从小创意变成大节日,已经变成了全球最大的购物节,成了中国消费者力量的一个象征。在最近的一次演讲中,时

行七天无理由退货”,且日益在消费者群体中形成消费观念,商家出售商品即使明示“概不退货”也是无效的,但是“七天无理由退货”也存在部分例外情况。根据我国《消费者权益保护法》第二十五条规定,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由,但下列商品除外:(一)消费者定做的;(二)鲜活易腐的;(三)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)交付的报纸、期刊。除前款所列商品外,其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货。因此,消费者在网购时应注意“七天无理由退货”

的适用商品排除范围,以免网购后与商家陷入纠纷。

消费者权益保护的“惩罚性赔偿”指什么?我国《消费者权益保护法》以保护消费者权益,维护社会经济秩序为宗旨。除上述“七天无理由退货”外,《消费者权益保护法》还针对商家销售商品行为,规定了“三倍赔偿”原则,即“惩罚性赔偿”原则。《消费者权益保护法》第五十五条规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。

(作者系浙江匡智律师事务所律师)

权益面对面

疑似职业打假人 索赔10倍被驳回 律师解析网购纠纷七大特点

■赵忆晏

“双11”前夕,笔者接到有关网购维权的咨询或投诉电话越来越多:买到了不好的东西,卖家不给退也不补偿;付款后,苦苦等不到发货……即使平台客服介入处理,还是达不到心理预期。网络购物确实很方便,可是一旦产生纠纷,维起权来就未必那么方便了。

【基本案情】

2017年,王某(原告)起诉了某贸易公司(被告一)和某网络科技公司(被告二),主要诉求包括:被告一退还其购物款1000余元,并按购物款金额的一倍支付赔偿金;被告二对被告一的债务承担连带责任;二被告共同赔偿原告交通费、复印费、误工费等。

原来,被告二注册了网络购物平台A,被告一在A平台注册经营店铺B,用于销售本单位生产的酵素产品。

原告称,其通过A平台的B店铺,购买了1000余元的酵素产品,收货食用后发生腹泻。其认为,被告一的产品存在质量问题,而被告二对被告一所售商品的宣传信息未尽到审查义务,遂依据《消费者权益保护法》及《食品安全法》的有关规定,要求全额退款,并向二被告主张十倍购物款金额的赔偿。

【庭审经过】

庭审主要围绕着被告一是否应承担价款十倍的赔偿责任,及被告二是否应承担连带责任展开。

被告二辩称,其仅是提供信息发布平台的服务提供商,并非涉案商品的生产者、销售者,亦未参与商品信息的制作、编辑或给予推荐。平台不能控制用户交易

所涉及物品的质量、安全或合法性,商贸信息的真实性、准确性等。因此,发布信息或交易产生的法律后果应由用户自行承担。同时,被告二已经提供了卖家的真实名称、地址和有效联系方式,依据《消费者权益保护法》第44

条的规定,其不应承担连带责任。

法庭调查过程中发现,原告已有为数不少的同类案件的诉讼记录,极有可能属于我们通常所称的“职业打假人”。

一审法院认为,有关经营者退赔的立法目的,是为了维护普通消费者的合法权益,而非牟利的工具。原告首先应举证证明其的消费者身份,若不具备相应主体资格,就无权基于《食品安全法》等相关法律规定,主张相应的惩罚性赔偿。同时,原告亦未举证其因购买涉案产品受到人身财产损害,故驳回原告全部诉讼请求。

【律师观点】

基于本案,通过网络交易平台购物发生产品责任纠纷时,消费者可以向生产者、经营者或者平台提供者等主张责任,如选择诉讼方式维权,还应做好充分的举证准备,包括事先能确认被告的主体资格,证明购物是一次正常的消费过程,不属于利用对方过错或经营漏洞借助法律牟利的情况。如还要主张其他事项赔偿,则需提供所购商品已造成自己损害的相关证据等。

网络购物合同纠纷引发的纠纷一般具有以下特点:一、争议标的都不大,如同本案,最初引发矛盾的也就是价值千余元的商品;二、收货前见不着实物;三、对商品的判断只能依赖卖方的描述、推荐或其他买家的评价;四、交易对方身份不明,有些根本找不到本人;五、早期通过平台聊天软件沟通速度慢、效率低,较为被动;六、平台自行和解时,无法有效督促对方履行;七、取证繁琐、困难;八、买卖双方多身处异地、异省,诉讼维权耗时耗力,成本往往远超争议标的等。

“双11”之后,很可能会出现大量的网购纠纷,笔者提醒大家,任何交易都有风险,网络采购有它相较于实体店采购的优势,但上述风险特点还是值得大家事先了解,并在下单前做好风险评估。

(作者系浙江杭天信律师事务所律师)

全国首家开放式商城 消防安全宣传基地落户义乌

本报讯 通讯员宗琳玲报道 “This fire fighting robot is so cool (这个消防机器人真酷)”“妈妈,我想在娃娃机里抓个消防车玩偶”……“119”消防宣传月期间,位于中国义乌国际商贸城内的全国首家开放式商城消防安全宣传基地正式投入使用。过往的中外客商纷纷驻足参观、体验,现场人流攒动,好不热闹。

据了解,为借助国际商贸城人流聚集效应,切实提高市民及外籍人员消防安全意识,提升火灾自救自救以及初期控火的能力,同时提升企业“自我管理、自我教育、自我服务、自我提高”的水平,义乌市消防支队创新宣传工作思路,与中国小商品城集团多次沟通协调,将国际商贸城一区至二区二层连廊西侧用于建设消防安全宣传教育基地。

连廊长约130米、宽约12

米,共分火灾警示、消防宣传、消防知识三个区段,包含初期火灾扑救、消防常识二十条、“全民消防,我代言”海报展、电动自行车安全保护事项等12个版块。此外,基地还增设了模拟火场逃生、地震屋体验项目及充满童趣的消防娃娃机、消防机器人,通过寓教于乐的形式让群众来学习消防安全知识,掌握一定的火场逃生技能。

义乌市是全球最大的小商品集散中心,中国义乌国际商贸城作为义乌建设国际性商贸城市的标志性建筑,营业面积550余万平方米,现有商位7.5万个,日客流量10多万人次,是国际性的小商品流通、信息、展示中心。建成的商城消防安全宣传基地还将与国际商贸城内的“清风连廊”“高层次人才成果展示连廊”形成良好的宣传联动效应,进一步提升宣传效果,扩大消防宣传面。