

N 新华社 中国消费者报

根据近期对网络购物不公平格式条款的调查,中消协22日对消费者反映强烈的几类不公平格式条款进行了点评。

清仓商品支持退换货

商家条款:清仓商品不支持7天无理由退换货,介意慎拍。

消协点评:根据《消费者权益保护法》规定,除法律规定四类特定商品以及其他“根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品”,不适用无理由退换货外,消费者自收到商品之日起享有七日无理由退货的权利。

远程购物七日无理由退货是消费者法定权利,经营者不能以“清仓”“尾货”“特

殊商品”等名义擅自扩大不适用七日无理由退货的范围。根据消费者权益保护法,除法律规定四类特定商品以及其他“根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品”,不适用无理由退换货外,消费者自收到商品之日起享有七日无理由退货的权利。



虚假欺诈销售该罚

商家条款:卖家虚假宣传售卖商品,买家基于生活消费所需购买的,交易仅支持退款。消费者要求赔偿的,由卖家与消费者自行解决。

消协点评:对于通过实施虚假宣传等欺诈手段售卖商品的经营者,消费者有权依法向其主张三倍赔偿。“仅支持退款,不承担(支持)惩罚性赔偿”类的格式条款,明显减轻了经营者的赔偿成本,是对其违法行为的纵容,限制了消费者获得惩罚性赔偿的权利,该类格式

条款无效。

根据《电子商务法》的相关规定,平台经营者应当切实履行平台监管义务,通过与平台内经营者订立相关协议、设立消费者权益保证金等方式,确保平台内经营者依法经营,对平台内经营者知假售假的行为,平台也应当按照相关法律规定以及协议约定依法进行处理,通过追究经营者的违约责任最大程度补偿消费者,而非视而不见、推诿逃避,否则也应当承担相应责任。

商家任意“砍单”违约

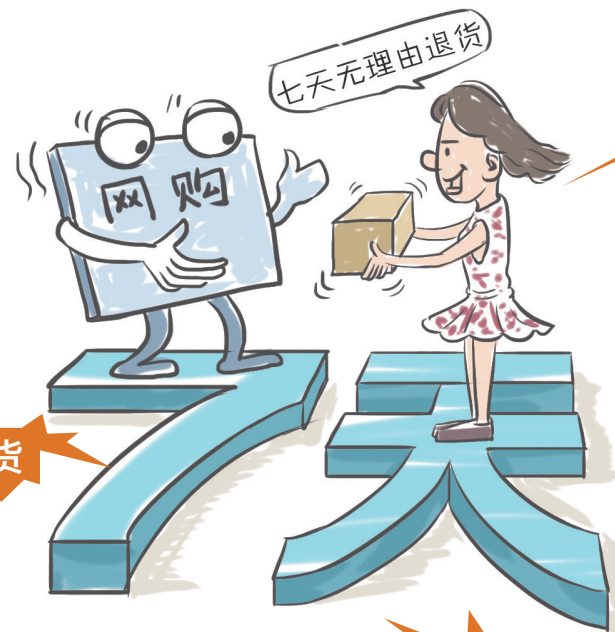
商家条款:尽管销售商做出最大的努力,但由于市场变化及各种以合理商业努力难以控制因素的影响,无法避免地会出现您提交的订单信息中的商品出现缺货、价格标示错误等情况;如您下单所购买的商品出现以上情况,造成了重大误解,您有权取消订单,销售商亦有权自行取消订单,若您已经付款,则将为您办理退款。

消协点评:经营者发布的商品信息符合要约条件的,消费者选择该商品提交

订单并支付货款后,网络购物合同成立并生效,经营者应当按照合同约定履行交付商品的义务,经营者以商品不能采购到货或价格设置错误为由取消订单的行为构成违约。在没有征得消费者同意的情况下经营者直接做“砍单”处理,消费者可以选择要求经营者继续按照之前的约定发货,在经营者已经实际无法按照约定发货的情况下,消费者可以要求经营者退款并承担相应的违约责任。

网购套路多
中消协支招

遇到虚假宣传售卖商品如何维权?
清仓商品能不能退换货?商家能自行取消订单吗?



商家条款:如您对已生效的变更事项仍不同意的,您应当于变更事项确定的生效之日起停止使用本公司自有指定线上渠道,变更事项对您不产生效力;如您在变更事项生效后仍继续使用本公司自有指定线上渠道的,则视为您同意已生效的变更事项。

消协点评:根据法律规定,协议的变更应当经协议当事人协商一致同意方能发生变更的效力。经营者变更格式条款文本时,应当按照法定要求进行事前公示,并采取合理

随意变更条款无效

方式提醒消费者注意与其有重大利害关系的条款。变更条款生效前,经营者应当取得消费者明示同

意,否则不对消费者发生效力。经营者不能以公示或者消费者默认等形式代替消费者同意。



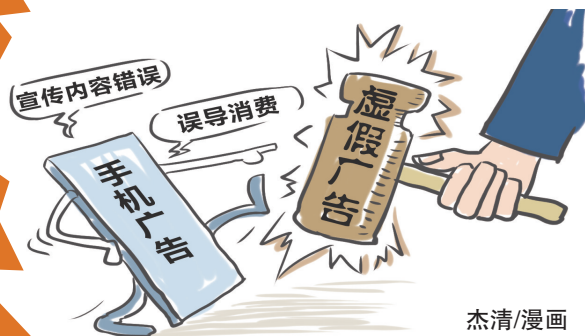
宣传失真涉嫌虚假宣传

商家条款:由于用不同手机终端设备观看时页面显示的差异,本公司促销的商品在图像和颜色方面可能跟真实的物品不尽一致。因此,所有显示的

图片、视频和其他商品显示方法仅限于图示目的,在任何情况下不认为是合同的组成部分。

消协点评:一般情况下,商业广告属于要约邀

请,不构成买卖合同的部分。但如果商品详情页中对于商品的描述有明确具体的参数等内容的,则构成要约,成为合同的主要内容。例如手机销售页面中对手机性能参数、屏幕信息、系统与硬件信息等内容的具体描述,构成了消费者了解商品情况的必要信息和主要决策依据,实质上构成了合同的组成部分,如果经营者在此过程中因存在宣传介绍在内容上的错误、失真并对消费者构成误导,则涉嫌构成虚假宣传。



杰清/漫画

不得滥发商业信息

商家条款:您一经注册用户账号,即视为您同意本公司及/或其关联公司通过短信或者电子邮件、语音外呼等方式向您注册时填写的手机号码或者电子邮箱发送相应的商品广告信息、促销优惠等营销信息;您如果不同意

发送,您可以通过相应的退订功能进行退订。

消协点评:经营者在征求消费者是否同意接收商业信息时,应当单独获得消费者明示同意,不应在一揽子协议中默认消费者同意。未经消费者明确同意或者消费者明确拒绝

的,经营者不得向消费者发送商业性信息。即使消费者同意,经营者也应当向消费者提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式,以便消费者随时拒绝接收;消费者拒绝接收的,经营者不得更换名义后再次发送。

商家不得擅自处分积分

商家条款:您了解并同意,本公司用户管理系统中个人账户、积分、××币、代金券等互联网产品及服务所有权归属本公司,会员在满足本公司公

布的规则的前提下有权使用上述产品及服务。

消协点评:商业账号以及账号中能够以一定价值反映出来的积分、代币、代金券等,明显具有

一定的财产性,其财产归属于消费者个人所有的,未经消费者同意,经营者不得擅自使用或处分,否则,应当承担相关法律责任。

网购低价典藏书籍

一套百卷合集的典藏版书籍原价58000元,现在标价仅126元,是不是瞬间感觉赚到了?

在浏览某购书网站时,南京王先生“捡到了宝”,自己心仪已久的一套书籍正在以超乎想象的低价出售,他想都没想就下单了,使用优惠券后仅支付了119元。

次日,王先生果真收到了商家发来的快递,眼

前的一幕却令他哭笑不得。他心心念念的典藏版书籍已被“调包”,换成了一本毫不相关的简装书。

当他多次联系商家要求重新发货时,商家不是拒绝就是不予理会。无奈之下,王先生诉至南京长宁法院,请求法院判决被告商家按网购订单交付所购典藏书籍一套。在长宁法院商事审判庭(互联网案件审判庭)受理该案并

小心掉落商家陷阱

组织了在线庭审后,背后的“猫腻”才渐渐浮出水面。

“王先生所购的典藏书籍一套共有100卷,线上售卖的标价为126元的书籍只是其中一卷”,原来,商家是打着“126元购买整套书”的旗号在“套路”消费者。然而,为什么发货的一卷也不是百卷中的一卷呢?“书籍目前缺货,一卷也无法交付。”商家如此答复。面对商家的狡辩,法

院审理后认为,原告王先生通过网购平台提交订单并付款,订单显示提交成功,其与被告商家的信息网络买卖合同依法成立。

经过多次沟通协调,被告商家表示认识到自身行为的违法性,考虑到消费者购物感受和公司商誉,愿意主动向原告进行赔偿。在法院的主持下双方最终达成调解,并当庭履行完毕。(新闻晨报)