



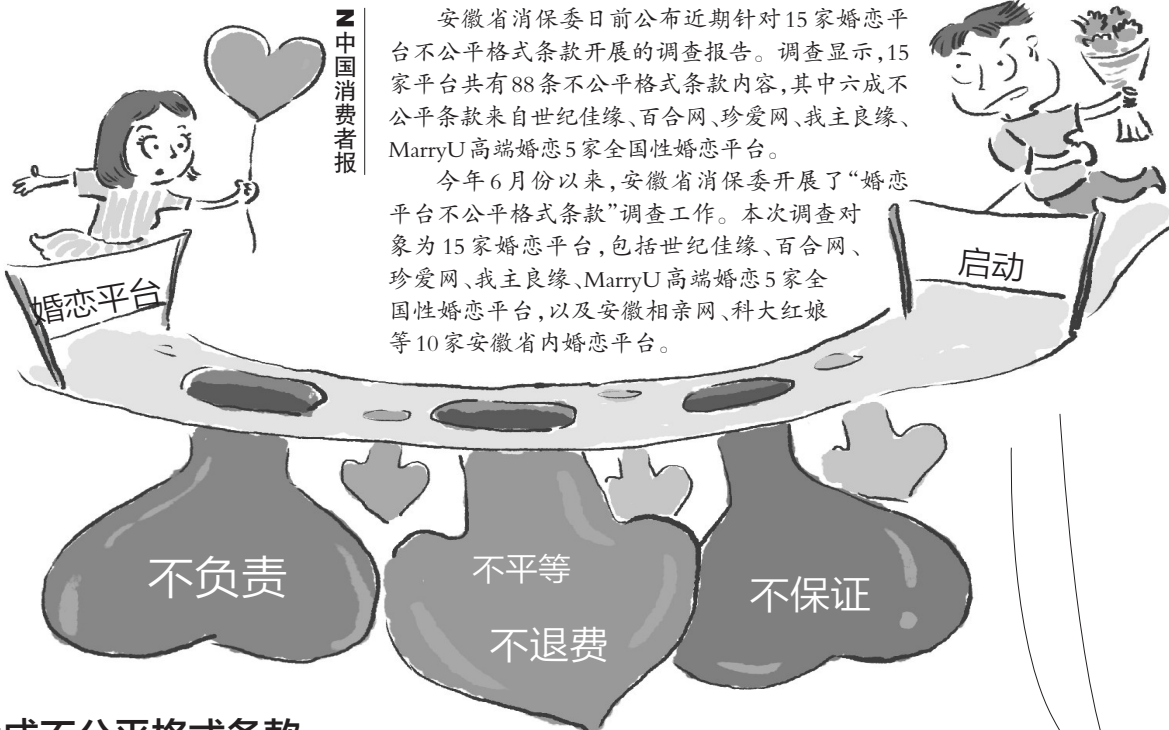
消保委揭露婚恋平台霸王条款

世纪佳缘、百合网、珍爱网、我主良缘等全国性婚恋平台被点名

中国消费者报

安徽省消保委日前公布近期针对15家婚恋平台不公平格式条款开展的调查报告。调查显示,15家平台共有88条不公平格式条款内容,其中六成不公平条款来自世纪佳缘、百合网、珍爱网、我主良缘、MarryU高端婚恋5家全国性婚恋平台。

今年6月份以来,安徽省消保委开展了“婚恋平台不公平格式条款”调查工作。本次调查对象为15家婚恋平台,包括世纪佳缘、百合网、珍爱网、我主良缘、MarryU高端婚恋5家全国性婚恋平台,以及安徽相亲网、科大红娘等10家安徽省内婚恋平台。



六成不公平格式条款来自全国性平台

调查发现,上述15家平台共发现88条不公平格式条款内容,61%的不公平条款来自世纪佳缘、百合网、珍爱网、我主良缘、MarryU高端婚恋5家全国性婚恋平台,其中,我主良缘的不公平格式条款占调查总数的15%。

从不公平格式条款调查结果的总体数据来看,全国性婚恋平台不公平格式条款的主要问题类型有21种,主要表现在不负责、不退费、不保证、不平等等方面。

其中各平台“不负责”类型的条款内容占比56%以上,如“不对产生的第三方纠纷负责”“不对会员在服务过程中产生的任何风险、损失负责”,甚至“因为平台业务原因造成的风险,平台也不负责”等不公平内容。

此外,“不退费”类型的条款内容占比也将近20%。平台的各种“不保证”类型的条款内容占比达15%以上。

多项“不负责”条款规避责任

“不负责”问题是平台格式条款内容中存在的主要问题。其中,世纪佳缘和百合网各占比近三成,珍爱网、我主良缘和MarryU高端婚恋三者均不到两成。

世纪佳缘、百合网、珍爱网和MarryU高端婚恋“不对协议中引发

的各种损失承担责任”;珍爱网、MarryU高端婚恋和百合网“不对会员数据丢失负责”;

世纪佳缘和百合网规定“平台策划的活动不对参加人员的人身财产安全负责”;

珍爱网和我主良缘规定,“若平台侵害会员隐

私权、名誉权时,需免除平台的相应法律责任”;

世纪佳缘规定,会员若反对任何注册条款的内容或对之后注册条款修改有异议,或对服务不满时,只有停止服务和注销账户的权利,没有要求平台赔偿的权利等。

“不退费”情况普遍存在

在实际调查中,全国性婚恋平台格式条款中规定“不退费”情况几乎每家都有,且相对来说,5家平台的数量都比较平均。

世纪佳缘、百合网、珍爱网、MarryU高端婚

恋和我主良缘中均说明,除法律明确规定或平台另有说明外,都将不承担任何退还已收取费用的义务。其中,百合网还规定了当账号注销后剩余费用也不退回。

而珍爱网、MarryU

高端婚恋和我主良缘另外规定,因平台原因对消费者造成重大财产安全时,无论因何种原因或何种行为方式,平台赔偿的费用始终不超过会员使用该平台服务而支付给平台的服务费用。

部分平台“不保证”会员真实信息

在实际调查到的“不保证”类型的格式条款中,5家全国性婚恋平台几乎都存在此类问题。比如:世纪佳缘和MarryU高端婚恋无法保证会员信息的真实性;珍

爱网、百合网和我主良缘无法保证平台信息的真实性;百合网平台则不对提供的服务作任何承诺等;MarryU高端婚恋无法及时保证用户的人身财产安全。

半数“不平等”格式条款来自珍爱网

在全国性婚恋平台格式条款中,针对自身和会员之间的权利和义务约定不平等,在查到的“不平等”格式条款中,珍爱网数量占一半,占比最多,世纪佳缘和我主良缘次之。

珍爱网和我主良缘规定,当会员遇到诉讼问题,可以不要求平台协助举证或者将其列为被告,但若平台遭受诉讼,会员需尽

其所能地给予配合与协助。世纪佳缘规定,会员若反对任何注册条款的内容或对之后注册条款修改有异议,或对服务不满时,只有停止服务和注销账户的权利,没有要求平台赔偿的权利。珍爱网还明确规定,平台提供服务有较强的人身性,会员需承诺放弃转让本协议项下之权利和义务的权利。

相关链接

侵权情况普遍存在

江苏消保委去年约谈5大婚恋交友平台

N 人民网江苏频道

近年来,随着网络婚恋需求增多,互联网婚恋交友平台盛起。然而,这些婚恋平台却不时被曝出“杀猪盘”等问题,影响行业健康发展。

2020年11月,江苏省消保委通过网络问卷调研和体验员实际体察相结合的方式,深入了解婚恋交友行业现状。调研历时9个月,主要涉及世纪佳缘、百合网、珍爱网、网易花田、我主良缘等5个网络婚恋交友平台,共获取有效样本7805份。

2021年9月26日,江苏省消保委发布婚恋交友平台服务状况消费调查报告。报告显示,参与调研的消费者中男女比例分别为

53.6%、46.4%。34.1%的消费者年龄在20~30岁之间,54.9%在31~45岁之间,为消费主力军,10.4%在46~60岁之间,60岁以上的消费者占0.6%;学历方面,以专科和本科学历为主,占79.8%。

调研结果显示,本次调研涉及的5个平台,普遍存在平台信息审核存漏洞、虚假宣传、退费规则不明确,侵犯消费者知情权和公平交易权等问题。

2021年12月10日上午,江苏省消保委进行线上“云约谈”,百合佳缘、我主良缘、珍爱网均派相关业务人员积极参加,并于约谈会上就报告中发现的问题详述整改情况及下一步整改措施。

高溢价惹吐槽,明星自创品牌被指“收割粉丝”

一件浴袍卖988元,业内称成本不足百元

N 时代周报

988元一件的纯白浴衣、988元一套的纯白睡衣套装、168元两双纯白袜子……日前,欧阳娜娜推出自创生活方式品牌“nabi”,其贵得令人咋舌的定价引发网友热议。

“姐,贵得离谱好吗?”“你明明可以抢钱,却非要标个定价。”“你知道你粉丝群体的年龄层吗?这个定价真的过于离谱了。”粉丝与网友吐槽道。

近日,一名江苏淮安纺

织工厂负责人徐清(化名)告诉时代周报记者,聚酯纤维俗称涤纶,是布料中价格比较低廉的一种。以毛巾与浴袍为例,聚酯纤维材质的毛巾成本价为0.035元/克,浴袍成本价大概在50元/件。“即使是混合了棉、蚕丝等面料,涤纶混纺产品的真实成本造价也不会太贵。”

徐清开厂已有17年,除了做自家品牌产品,还接小黄鸭、大嘴猴等IP品牌与部分自创品牌的代工生产。据他透露,给品牌代工的流程很简单,在现有的

产品上加入品牌的LOGO,或者是需要设计的图案,一般就是在产品裸价的基础上根据设计加钱。

“LOGO的呈现方式、贴在哪里、大小是多少、要加哪些花纹图案……这些定价都不同。”徐清表示,像“nabi”品牌的代工方式是最简单、最便宜的一种,“就仅仅是绣个LOGO,连花纹设计都没有,这种我们厂也能接”。

他给时代周报记者算了一笔账。按照“nabi”浴袍材质来看,生产成本大概在

60元/件左右,加个LOGO大概是65元/件。算上包装设计、品牌授权,普通品牌在电商平台上卖出去的话,按市场行业来说,一件售价最多不超过300元。不过,就自创品牌定价被质疑一事,时代周报记者此前尝试联系欧阳娜娜相关方面,截至发稿前未获回复。

近年来,众多明星都利用自身流量优势,推出自创品牌,试图在服饰市场中分得一杯羹。事实上,尽管明星自创品牌商品有所溢价,但出于对明星的喜爱与追

捧,不少粉丝依旧愿意买单。但如果溢价超出了明星个人价值与影响力,实际成本与生产用料却与之相差甚远,难免会让消费者产生“物非所值”的心理。

“明星的主业和核心优势并不在于其具体品牌的经营层面上,自创品牌是明星在庞大粉丝群体中挖掘经济效益。对品牌定价过高并非是从市场经济、产品成本角度考虑,更多的是情感的投资价值。”中国文旅创新创业智库丛书总编张德欣向时代周报记者指出。



在中国青年剧作家导演向凯看来,明星应该做好本行内工作,靠粉丝效应“捞金”是不长远的。