



商家以盲盒之名甩卖瑕疵或与描述不符商品牟利 中消协提示

盲目购买“盲盒”要吃亏的

- 近年来,盲盒成为市场上的热门商品,不少品牌都加入到这个市场中,推出具有自家特色的盲盒产品
● 中国消费者协会官方网站日前发布消费提示称,有经营者用盲盒清库存,损害消费者合法权益,扰乱市场,提醒广大消费者勿盲目购买
● 消费者要认识到盲盒具有不确定性的本质,在购买时要清楚认识内心所需,尽量选择有实力、售后服务完善的商家,并结合自身的经济能力理性消费

□ 本报记者 韩丹东
□ 本报实习生 王 雪

“盲盒的迷人之处就在于,你永远不知道自己最终会拿到什么。”经常购买盲盒的越越告诉《法治日报》记者,“有时候开盒那一刻就像中了500万元大奖似的,但有的时候让人真的很失望。”

盲盒是源于日本的一种产品,指的是没有任何样式提醒的装有不同玩偶手办的纸盒,一般情况下一系列12个款式,需购买者打开后才能知道其内容。日前,中国消费者协会官方网站发布消费提示称,有经营者用盲盒清库存,损害消费者合法权益,扰乱市场,提醒广大消费者勿盲目购买。

盲盒产品备受追捧 衍生出多种新玩法

近几年,盲盒成为市场上的热门商品,不少品牌都加入到这个市场中,推出具有自家特色的盲盒产品。其中,国内市场上比较成功的品牌有泡泡玛特、名创优品等。随着直播的兴起,越来越多的主播也开始借助盲盒售货。

为什么盲盒会受到青睐?据知情人指出,盲盒售卖者往往会打造火爆盲盒,如Molly系列一套有12款造型,同时附带一个隐藏款,但抽中隐藏款的概率比较低,一般是1/71、1/144,容易抽到重复或不想要的盲盒,从而衍生出“改娃”“换娃”等新玩法。

“改娃”指的是对一些盲盒玩家会给他们固定款玩偶手办进行改装、改色,自己制造出“限量款”,市场上单次改娃价格达到上千元。“换娃”则是抽到重复或不满意盲盒的玩家在固定的兴趣群或二手交易平台交换盲盒,同时给对方差价。

进行过“换娃”交易的小李说:“一般盲盒爱好者想要的那款,往往是最火爆的也是最难抽中的。因为许多盲盒玩家都想要,这就导致有一些人借此炒盲盒,转手一卖往往高出零售价不知多少倍,但是总有人买。”

曾经一掷千金购买Molly胡桃夹子王子的艾艾(化名)告诉《法治日报》记者:“玩盲盒门槛低,几十块钱就可以买到盲盒以满足猎奇心理,之后越玩花的越多,因为会更想融入那个社交圈。买盲盒的基本都是年轻人,上班族居多,能聊的话题也多,还能缓解压力。”

一位盲盒供应商指出,市面上炒到几千块的隐藏款,出厂价连市场价的一半都不到,是商家和黄牛炒的,再加上玩家的追捧使得盲盒成了“暴利”产品。

对此,北京市盈科律师事务所律师高级合伙人、律师韩英伟指出,我国法律按照市场规律,规定了大多数商品和服务由经营者行使自主定价权,但盲盒涨价若使用了不正当手段,扭曲了供求关系,则会涉及违背市场规律。法律不处罚符合价值规律的涨价行为,即法律没有将单纯的涨价行为规定为价格违法

行为,但若爆款盲盒涨价触犯了价格法第十四条规定,相互串通,操纵市场价格,损害其他经营者或者消费者的合法权益,则涉嫌违反法律规定。

以次充好不退换 商家用盲盒清库存

据了解,盲盒已发展到各行各业,所装的商品不仅仅是手办玩偶,还有服装、饰品、电子产品等。现实中,有些商家也会用福袋指代盲盒。

《法治日报》记者在电商平台上搜索“盲盒”“福袋”等关键词,出现的商品多数描述为“神秘福袋”“捡漏盲盒”“超值盲盒”“幸运福袋老板疯了”,但基本的要求都是“不退不换”。

其中一个福袋描述为“神秘福袋捡漏盲盒生日女神礼物”,有购买过的用户评论称,“很多东西都是用不到的,而且包装上面都是灰,像放了很多年似的”;另一位买家评论道,“也不晓得值不值,都用不上,除了一包纸巾”。

据调查,电商平台有两类卖盲盒的商家,一类是专门经营盲盒的,另一类是经营其他产品,兼卖福袋或盲盒,但基本都会写明:商品微瑕、临期商品、随机发货、不退不换。

据一平台客服说:“不建议购买盲盒或福袋,因为商家说了不退不换,但消费者收到货后商品有质量问题想要退货,平台不好协商。”知情人透露,卖服装的店铺一到换季会做福袋活动,但商品随机发货,尺码、款式由不得买家挑选,并且不退不换,化妆品或者是食品店铺也会弄福袋,出售的基本是临期商品。

一位卖化妆品的商家告诉《法治日报》记者:“我一定会让客服告诉买家商品有瑕疵,至于是什么商品,适不适合对方,能不能使用,瑕疵有多大,都是我们不能保证的,也会提前说明不退不换,毕竟福袋买的就是一种随机性。”

在校大学生王夏(化名)经常在电商平台购买福袋,她告诉《法治日报》记者:“福袋大概有三类,第一类是清仓甩卖类,全是以前的款也就是压仓货,店铺都不会上架;第二类是福利类,质量还行;第三类是垃圾类福袋,收到的根本不知道是什么,估计是刷单刷来的产品,就算是做慈善了。”

据了解,大多数买家收到的商品与描述不符,品质参差不齐。李先生在某精品店购买价值1998元的福袋作为女友的生日礼物,“拆到礼物的一瞬间挺尴尬的,就是一块手表,很廉价,感觉电商平台399元就能包邮了,但是商家告诉我任何一个福袋都是物超所值,手表是欧利时(OLEVS)品牌的,但我收到的手表标却是OLVES。”

用户名为“翻滚吧,蛋炒饭”的买家在一家数码产品店以288元购买了一个福袋,打开发现是一款华为手机,但是已被使用过,拿到手机检测后被告知,“手机电池板几乎不能用了,就当板砖使吧”。

《法治日报》记者发现,有些店铺为福袋标

价为19.9元,配图是华为、苹果等手机,最后买家收到的却是耳机、手机支架、手机壳等配饰,存在配图与实际收到的商品不符的问题。

对此,亚太网络法律研究中心主任、北京师范大学法学院教授刘德良认为,根据消费者权益保护法,售卖的商品信息必须透明,包括价格、品质、样式等,上述行为均是卖家以次充好,以假乱真,根据消费者权益保护法、合同法的相关规定,构成欺诈。从买家的角度来说,如果明知盲盒存在种种问题还是要购买,就是一种侥幸心理,数额小的话是一种娱乐行为,数额大且长期进行就是一种赌博行为,赌博是法律禁止的,轻则要受行政处罚,重则构成犯罪。

韩英伟认为,以盲盒为名销售不符合质量标准的产品,还以盲盒不退不换的规则作为理由,会侵犯消费者的公平交易权。如果盲盒中的款式与商家的广告宣传不一致,还会侵犯消费者的知情权。

活物盲盒随机发货 相关资质难以保证

调查发现,有些电商平台上的商家卖起了活物盲盒,也就是把狗、猫、乌龟、鹦鹉这些动物作为商品,打包成盲盒随机发货。

采访中,一位售卖小狗盲盒的商家表示,随机发货,除了死亡问题一律不退不换。如果运输途中死亡,可以免费补发或者退款。但对于狗的来源、品种、健康状况以及经营许可等问题,商家都避而不答。

《法治日报》记者联系了该平台客服,询问平台是否可以售卖活物盲盒以及如果售卖需要哪些资质。商家客服回复:需要两个条件,一个是店铺营业执照,另一个是兽药经营许可证。售后客服则回复:不建议购买盲盒,因为商家都说不退不换,发货是随机的,如果商家说是小猫,结果收到的是只老猫,平台不好协商,而且他们的货源不清楚,有可能是流浪的动物,不能保证其健康。

用户名为“丁丁”的买家曾买过活物盲盒,他告诉《法治日报》记者:“我收到过一只狗,特别瘦,有一只眼睛是瞎的,联系商家也不理,只能把狗养着,养弃的话良心上过不去。”

除了活物盲盒,连相亲市场都开始利用盲盒这个噱头赚取介绍费——众多交友平台将见相亲对象称为“拆盲盒”。据了解,有相亲机构将相亲对象称为盲盒,并进行明码标价,如高学历、身高165cm+、长相甜美的介绍费一万元,中等学历、身高160cm+、长相优美的介绍费7000元。

知情人告诉《法治日报》记者:“这都是私下这样做的,就是为了让对方产生好奇心,这也是其中的一项业务,就看客户的选择,事先不给他们看照片,也不透露太多信息,见



面了他们自己会了解。”参加过此类相亲的钟先生告诉《法治日报》记者:“这就是拆盲盒,事先对对方一无所知,现场了解,女方条件好的话就‘物有所值’。”

对此,韩英伟认为,从法律层面来说,把人作为盲盒出售违背民法最基本的公序良俗原则,是被法律所禁止的。而将活体动物盲盒作为商品销售,其行为也应遵守销售动物的相关法律规定,要有经营该业务的营业执照,所销售的宠物也应按要求提供检疫证明等相关证件,如商家未按相关法律规定办理相关证件便进行销售,则涉嫌违法。

市场规范亟待完善 消费者应理性消费

在上海工作的小张喜欢收藏英雄系列盲盒,在他不到20平方米的出租屋里摆满了玩偶,“有一个月我看了上一个隐藏款,花了3800元才买到,而我每个月工资到手是8000元,除掉吃穿住行,就没钱了,最后还是向朋友借了2000元才挺过去,但还是很开心能买到自己想要的盲盒,这是爱好。”小张告诉《法治日报》记者。

在北京某互联网公司工作的李超(化名)从2019年开始加入炒盲盒的潮流中,他先后从厂家、黄牛等手中买入盲盒,等过一段时间再以高价卖出,以赚取中间差价。李超告诉《法治日报》记者:“亏大了,一开始我是疯狂进货,卖的还不错,但后来卖不动了,又加上疫情影响,现在还是老老实实上班吧。”

对此,刘德良认为,做一个理性的消费者,应明确商品的信息再进行购买。从法律上来说,对商家进行盲售的行为不能听之任之,要按照消费者权益保护法的有关规定,还有工商管理的相关规定,要求商家明码标价,明确写出商品的相关信息。

韩英伟认为,建议消费者要认识到盲盒具有不确定性的本质,在购买时要清楚认识自身所需,尽量选择有实力、售后服务完善的商家,并结合自身的经济能力理性消费。

韩英伟说,为了更好地规范市场,首先,企业应进行“自查”,从自身做起,做到诚实守信,在营销宣传上做到真实透明,保障消费者的知情权。在产品品质环节上严格把关,把不合格产品消灭在最前端。在售后服务上积极履行退换货、更换、修理等经营者义务。行业内部应加强监管力度,树立行业准则。其次,相关部门要及时介入进行监管,对于商家侵害消费者权益的各种行为,明确其规制方法,进行有效的管理。

制图/李晓军

强化「菜篮子」等民生领域价格监管

□ 本报记者 万静

3月3日,对于喧嚣一时的“菜篮子”社区团购市场争夺大战,市场监管总局果断出手,对外公布了5家社区团购企业不正当价格行为的行政处罚决定,对稳心优选(北京)科技发展有限公司(稳心优选)、上海禹臻信息技术有限公司(十荟团)等4家社区团购企业,分别处以150万元罚款的行政处罚;对武汉7种美味科技有限公司(食享会)处以50万元罚款的行政处罚。据了解,此次罚款都是在相关处罚措施范围内的顶格处罚。

这5家社区团购企业为何被市场监管总局处罚?被顶格处罚又是基于什么考虑?在加强社区团购监管方面,市场监管总局下一步有什么计划?围绕这些问题,《法治日报》记者近日对市场监管总局相关负责人进行了采访。

违法实行巨额补贴 拉拢顾客抢占市场

2020年,突如其来的疫情打乱了所有人的生活节奏。防疫的现实要求,使得消费者不得不减少外出购物而选择网购。随即,线上零售业态爆发,社区团购迎来了重要的发展机遇。

在社区团购的战场上,各大电商巨头分别采用巨额补贴的方式拉拢顾客,价格战趋于白热化。

在市场监管总局披露的案件基本情况中,通过巨额补贴,以低于进货成本销售商品的低价倾销行为,是上述被处罚企业的主要行为。稳心优选(北京)科技发展有限公司、上海禹臻信息技术有限公司等4家社区团购企业为抢占市场,利用资金优势,采取直降、发放优惠券等形式补贴,致使大量商品销售价格低于进货成本。如计入运营、仓储、物流等成本,实际销售收入远低于商品成本。“这些行为扰乱了正常的生产经营秩序,损害了其他经营者的合法权益,违反了价格法第十四条的有关规定,构成了低价倾销行为。”市场监管总局相关负责人说。

被处罚企业第二个违法行为表现为利用价格欺诈手段诱导消费者进行交易。稳心优选(北京)科技发展有限公司、上海禹臻信息技术有限公司等5家企业在销售商品时利用标示虚假的原价、折扣、谎称降价等方式诱导消费者购买;未明确标明价格比较划线价含义等价格违法行为。

“这些都属于《禁止价格欺诈行为的规定》第七条和《规范促销行为暂行规定》第二十一条所指的,违反价格法第十四条的有关规定,构成了价格欺诈行为。从调查情况来看,5起案件违法事实非常清楚。在调查过程中,我们依法提取有关价格行为的商品页面,相关财务数据及服务协议等资料,对相关资料进行认真梳理分析,对补贴金额进行反复核算,同时还根据案件具体情况征求了相关方意见。调查显示,5家企业构成不正当价格行为事实清楚,证据确凿。”上述负责人说。

为此,市场监管总局决定依法对稳心优选(北京)科技发展有限公司、上海禹臻信息技术有限公司等5家企业低价倾销、价格欺诈行为,共计处以罚款650万元。

开出顶格处罚罚单 震慑资本无序扩张

此次5家企业被处罚的最大“亮点”就是顶格处罚。据市场监管总局相关负责人介绍,处罚主要考虑了三个方面的情况:第一,违法行为为对不正当竞争秩序影响较大。上述企业低于成本销售商品,补贴范围广、频次多、金额大,业务量呈现爆发式增长,对农贸市场、集贸市场和小商贩的正常经营活动冲击较大。

第二,违法行为的社会危害后果比较严重。上述几家企业在行业内影响力较大,拥有庞大的用户量和巨大的市场影响力,其违法行为造成的影响被互联网的规模效应、网络效应迅速放大,覆盖面广、危害后果较为严重。

第三,违法行为情节比较恶劣。市场监管总局规范社区团购秩序行政指导会后,上述企业补贴金额虽然有所降低,但依然没有全面整改。因此市场监管总局决定依法在法律规定范围内予以顶格罚款,希望达到查处一批案件、规范一个行业、净化一个领域的目的。

近年来,互联网经济在我国国民经济和社会发展的地位显著提升,成为推动经济发展的重要引擎,改善民生的重要抓手,在应对疫情冲击、提升购物体

验,改善供应链结构等方面发挥了积极作用,随之而来的是社区团购行业的大爆发。据不完全统计,目前国内有上百家涉及社区团购、社区生鲜相关业务的企业,在盈利模式尚不明晰的当下,社区团购依旧获得着众多资本加持。

中国连锁经营协会发布的《2019年超市百强》榜单显示,社区拼团、网上直播等数字化营销手段已被诸多超市企业导入。其中,近六成的百强企业开展拼团业务,销售占比约为1%。

但随着各大互联网平台企业大举进入社区团购市场,秩序不规范,操作不合法等问题也日益显现,引起社会各界高度关注。特别是在去年年底召开的中央经济工作会议上,明确了2021年经济工作中的八项重点任务,其中“强化反垄断和防止资本无序扩张”的内容引发各界关注。

近期,市场监管部门也高度重视社区团购行业的规范运营。2020年12月,市场监管总局联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会中提出“九不得”,即不得滥用自主定价权进行恶性价格竞争,不得滥用市场支配地位,不得虚假宣传及商业诋毁,不得大数据“杀熟”,不得利用技术手段损害竞争秩序,不得非法收集消费者个人信息,不得销售假冒伪劣商品等。

国务院反垄断委员会专家咨询组成员、上海交通大学教授王先林认为,平台企业的运营及其涉足的类金融等业务必须在审慎监管前提下进行,“防止资本无序扩张”是对近年来资本利用技术优势和监管不足等无序扩张的整顿和规范。资本本身是逐利的,本身并没有好坏之分。正常有序的资本扩张有利于科技创新活动的推进,如果资本无序扩张导致垄断的出现,将破坏市场竞争环境,削弱创新活力。为此,对上述5家社区团购企业进行处罚,采取有力措施加强社区团购市场监管,及时回应社会关切,以顶格处罚形式规范企业行为,是市场监管总局坚决落实中央经济工作会议部署的必然之举。

保障商品价格稳定 防止市场无序竞争

社区团购何以如此吸引资本注入?据了解,社区团购的业务逻辑其实并不复杂,简单来说,就是“预售+自提”,主要品类是生鲜和日用品。平台提供货源,供应链、技术、品牌、营销等支持,“团长”利用线下真实社区的影响力组织团购。

与传统电商相比,社区团购会节省销售者大量的资源,产品预售制、节省物流和仓储的成本……这种模式的优势是明显的,它解决了当下互联网最大的两个痛点——“便宜的价格”和“最后一公里”。更主要的是,这片领域的市场非常广大,社区团购提供的产品和服务以“米袋子”“菜篮子”为主,是老百姓日常生活离不开的必需品。

保障基本民生商品价格稳定,避免引发经济社会动荡,是监管部门的“重中之重”。采访中,市场监管总局相关负责人深入分析了社区团购种不正当价格行为及恶性竞争带来的隐患:

首先,采用不正当手段挤压线下社区经济市场,容易造成秩序混乱,影响社会稳定。互联网平台企业利用资金、流量优势进军“社区团购”,以低于成本的价格争夺市场,会给小商贩、社区便利店等线下社区经济模式造成冲击,带来明显负效应。

其次,大型互联网平台企业存在“烧钱抢市场,垄断后提价”的不正当竞争倾向,容易损害消费者权益。短期内,相关企业竞争前期实行“补贴”策略让消费者确实能以较低价格获得短期实惠,但占领市场后,相关企业很可能大幅抬高价格获取高额垄断利润,严重损害消费者权益。

最后,不正当价格行为扰乱市场价格秩序。社区团购平台普遍存在巨额补贴,低于成本价销售商品,以及部分社区团购平台采用价格欺诈手段诱导消费者等问题。上述行为严重侵害其他经营者的正当利益和消费者合法权益,损害公平竞争的市场环境,破坏正常的市场价格秩序。

在今年全国两会上,全国人大代表、腾讯监事会主席兼首席执行官马化腾提交了数字经济治理方面的建议。他认为,传统产业在数字化升级过程中,会带来价值链重组,一旦失控,可能导致资本与商业模式对原有业态的从业者造成冲击。互联网企业尤其是平台企业,应该秉持科技向善的理念,践行技术伦理规则,将发展置于安全底线之上;强化商业伦理规则,将创新置于有效监管之下。

感悟



▲ 3月9日,乌鲁木齐铁路公安局乌鲁木齐公安处呼图壁站派出所民警对辖区内昌吉货运中心重点农用物资存放位置是否符合安全标准、消防设施配备是否齐全、装卸工人安全教育是否到位等进行安全检查,确保春耕农用物资安全



▲ 3月8日,浙江省首家以地区特色经济林开展“补植复绿+乡村振兴”模式的生态修复基地,在松阳县四都乡十里沿背林场揭牌成立。该修复基地经济林由法检两院、自然资源和规划局监督。图为松阳县法院干警种植红桂花茶



▲ 近日,江苏省南通市首例个人债务集中清理案的首期清债款交付仪式在南通市海门区人民法院举行。海门法院出台的《个人破产案件审理办法(试行)》给辖区内不能清偿到期债务的自然人带来了希望

本报记者 潘从斌 本报通讯员 李国贤 摄

本报通讯员 崔佩玉 摄