



秋衣冬收，电商预售时间为何越来越长

记者调查电商预售模式乱象

- 随着互联网电商快速发展，为争夺消费者市场，减少库存损耗，快速回笼资金，越来越多的电商开启预售模式
- 预售商品发货时间长、不退不换“霸王条款”、无货被退款、消耗买家期待值等，成为预售模式备受消费者诟病的几大问题
- 有必要由市场监管总局或一些地方市场监管部门出台相关规范性文件，对预售模式中存在的乱象进行规范

□ 本报记者 赵丽
□ 本报实习生 杨轶男

9月份下单购买的一件预售款镂空针织毛衣至今未发货，这让在北京工作的穿搭博主魏颖很是无奈：北京已经降温，即使到货了也穿不上了。

更让她无法理解的是，预售商品发货时间越来越长的情况在电商平台上似乎越来越普遍了。“春季衣服可能夏季才能到货，秋季衣服可能要等到冬季才能收到”。

这种情况让魏颖和一大批热衷于网购的人都觉得很心，为了追求新款式，他们选择购买预售款，可动辄一两个月的等待时间也磨掉了他们的兴致，更有甚者可能遭遇“霸王条款”。

预售，是指商家提供一个商品或者服务方案，通过平台预售产品工具聚集消费者订单，按照事先约定将商品或服务提供给消费者的一种销售模式。

近年来，随着互联网电商快速发展，为争夺消费者市场，减少库存损耗，快速回笼资金，越来越多的电商开启预售模式。尤其到了每年“双11”，这种模式更加成为“攻城略地”的法宝之一。

然而，《法治日报》记者近日调查发现，预售商品发货时间长、不退不换“霸王条款”、无货被退款、消耗买家期待值等，成为预售模式备受消费者诟病的几大问题。

**买家：发货时间长备受煎熬
卖家：寻找合作方颇费周折**

作为一名穿搭博主，魏颖已经很长一段时间没有在网上更新内容了，原因是她所购买的预售款衣服都没有到货。

“这些店家是还在建厂选址吗？是棉花没收到？羊毛还没有薅完吗？为何一件普通衣服竟然要等半个月？”魏颖吐槽说。

她认为，适当的预售等待时间可以理解，毕竟部分商品的生产、运输确实需要花一定时间，但如果预售时间太长就很难接受了。“衣服还好，如果是一些生活急需品，就可能误事了，我还得再购买一些别的商品来替代，需要再花一笔钱。”

23岁的韩丽也有类似困惑。她从读大学开始就频繁使用电商平台购物，最近她发现越来越多电商实行预售制，原本三五天便可以到手的东西，现在至少需要两周甚至一个月，“等东西到了，我也快用不上了”。

韩丽的朋友曾给家里的宠物狗买了一件衣服，收到货时，小狗已经长成成大狗，衣服成了摆设。

除了发货时间长导致商品无法发挥实际作用外，漫长的等待也让一些消费者“备受煎熬”。

在北京读研的陈默曾经对网店店铺的衣服很是青睐，但一次购买预售款等待45天的经历让她彻底放弃了新颖精致的网红款。“等拿到手穿在身上，估计也快过时了。”陈默说，更让人懊恼的是，天天都要去查看订单，看看今天有没有发货。

对于预售时间设置过长这一问题，在湖南省永州市做女装生意的卖家周颖解释称：“一款女装的生产周期约为7至10天，部分商家设置时间较长，一方面是为了过滤掉买后又退款的用户，减少商品的退货率，提高成交率，同时也可以减少生产、运输等费用；另一方面也可以为商家赢取更多时间寻找更合适的代工厂。”

电商服装生产商爱园在广东省东莞市做生意多年，她对预售时间延长深有体会。据她介绍，卖家根据商品预售量组织生产前，既要花时间找原材料供应商及代工厂，又要比较合作厂家，挑选出价格最合适、盈利最大的

上下游合作方。

“如果上下游厂家没有现货，则需要给他们一定时间来备货生产。如此一来，耗费的时间层层叠加，衣服生产周期便会延长。”爱园说。

不过，周颖也提到：“为了一件衣服愿意等待60天的顾客非常少见，部分商家之所以设置过长的预售时间，其实也是一种噱头，实际发货时间可能没那么长。”

在中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领看来，如果在消费者购买前，商家已经明确告知预售时间，发货时间也没有超时，在这种情况下，消费者既然选择购买预售商品，就说明双方已经达成合意，消费者如果想缩短预售时间，需要和商家协商，是否能够实现协商，主要取决于商家是否接受。

“但如果预售时间过长，对消费者来说可能存在一定风险，有可能在预售商品发货时间届满之前，商家‘跑路’或因经营不善而破产，导致他们无力履行预售合同。”赵占领说。

**买家：不退不换是霸王条款
卖家：退换货过高影响评分**

除了预售商品发货时间长外，不退不换的“霸王条款”也是消费者的吐槽点，有的还遇到因为无货直接被退款的情况。

记者在某电商平台上搜索10家以预售为主的店铺发现，这些店铺的“购买须知”里无一例外写着：“一旦拍下，不接受任何无理由退款、换款、换色以及更改尺码，中途退款者强制发货，恶意退款、跑单、中差评一律不再交易。”

这项规定，在陈默看来就是“霸王条款”。“本来等待的时间就长，还不能退换货，只要交了钱，不论大小是否合适，质量是否优质，必须自己承担后果。卖家规避了风险，可消费者的利益谁来保障？”

陈默告诉记者，她还遇到过卖家强行退款的情况。有一次，她网购了一件预售款衣服，等了20多天，结果突然被卖家告知没货了，要求退款给她，对方也没有给出任何赔偿。

对于这个结果，陈默“自认倒霉”并选择忍气吞声，因为“如果给卖家差评，卖家就会把我拉入黑名单。我是冲着衣服的设计师去的，如果被拉黑了，可能以后就买到这个设计师设计的衣服了”。

预售商品无货被退款的情况，魏颖也遇到过。此前，她网购了一件预售商品，卖家承诺几天后会发货，结果货没收到反而收到了退款，对方也没有给出任何赔偿。

对于此类现象，周颖解释称：“这是商家为了规避风险，减少投入的方式。当预售的商品足够多可以投入批量式生产时，商家才会选择生产并销售，若预售商品数量较少，商家无利可图便选择让消费者退款。”

而如果预售商品过多，超过商家所能承受的范围，也可能导致消费者被退款。

据周颖介绍，有时商家在直播或促销时对商品进行打折售卖，低廉的价格虽然能招

揽消费者，但也迫使商家让出一部分利润，而一些商家承受损失的能力有限，如果因为价格低廉导致预售商品过多，那么商家就会要求消费者退款或者压缩选材、加工厂及人工等支出以控制成本，规避风险。

“当利润无法覆盖投入的成本时，商家只能选择停止生产以及及时止损。”爱园说，预售商品是按需生产，一方面商家可能没有额外的库存可供换货；另一方面，如果店铺退换货过高，会影响店铺评分，甚至可能无法继续经营，再加上部分恶意退换货的消费者及同行因素，所以很多商家便选择不退不换。

在赵占领看来，消费者下单购买预售商品后，消费者和商家之间买卖合同成立，商家就需按照合同约定的内容，及时交付所预售的商品，除非商家与消费者之间有事先有明确约定，约定在无货或者某类情况下，商家可以单方解除合同，要求消费者退款，否则商家若以无货、厂家不生产等理由不发货，就属于单方解除合同，构成合同违约行为。

此外，赵占领认为，消费者在购买商品后，对于商品质量、售后服务或其他方面有评价的权利，商家不能删除消费者的评价信息。

中国人民大学法学院教授刘俊海则指出，如果消费者选择退货，退款被商家拒绝，或被商家拉入黑名单，那么商家的行为涉嫌违法。“消费者有自由选择的权利，此时商家的行为侵犯了消费者的知情权、选择权和公平交易权。”

**卖家：实行预售制规避风险
买家：消费者权益谁来保障**

记者采访发现，对于预售模式，一面是消费者频频吐槽，另一面则是卖家趋之若鹜，背后原因何在？

“商品生产周期与上游原材料供应商、下游代工厂的供货及加工能力密切相关。不论是原材料供应商还是销售方，为减少库存带来的消耗和成本支出，大多选择以预售形式先确定订单，再联系相关厂家和供应商组织投入生产。”爱园发现，整个行业链条的相关方对于商品销售量都没有预期，导致不敢囤积材料或货物。

“此外，厂家倒闭、交货延迟、物流运输较慢，市场不稳定等也是商家考虑的因素，而实行预售模式，定量生产能恰到好处地规避一定的风险。”爱园说。

直播带货风靡也是推动预售模式盛行的原因之一。据爱园介绍，现在各类直播带货繁多，一场直播或许可以卖出几万、几十万件商品。对于厂家来说，短时间内难以生产出如此大量的商品，只能采取预售机制并增加预售时间。

爱园的上述观点遭到韩丽和魏颖的反驳——采用预售模式对商家有利，风险却转嫁给消费者，那么消费者的权益又该谁来维护？为何消费者要被被动分担商家的风险？

清华大学经管学院经济系博士魏旭博认为，从经济学的角度来看，预售模式就是针对不同消费意愿的消费者所设置的价格模式，

消费者购买期间可自愿、自主选择，然而在实际操作中，预售模式从本质上来看是厂商在剥削消费者。

“商家在定价过程中，利用平台地位、数据等优势，对平台受众根据其消费意愿进行细分，根据不同消费意愿人群设置出不同的销售价格。在此过程中，消费者并没有参与其中与平台和卖家共同协商制定价格，只是被动接受商家所设置的价格及等待时间，由此商家成功把风险转移至消费者，实现追求零库存或库存极低的目标。”魏旭博说。

**专家：平台履责商家要守约
买家：选择信誉高店铺购买**

针对预售模式所带来的问题，如何规范？平台是否应该担责？

在赵占领看来，对于商家有没有明确告知预售时间、有没有在预售时间内发货、预售商品是否合规合法、是否遵守法律规定等问题，电商平台会进行监督和管理；但预售商品时间较长，而消费者又接受这一时间设置，选择购买，此时平台也没有明确的法律依据对商家监管或进行处罚。

“电商平台不是行政管理部门，但由于平台自身的性质和特殊的地位，决定了其对商家有管理的责任，同时平台也具有管理的能力。这种管理是基于合同约定，基于平台的交易规则，平台也有权设置相关规则，因此，可以要求商家在选择预售模式时遵守平台规则。”赵占领说。

刘俊海也提醒，关于预售商品的有关法律规范，在我国电商法、消费者权益保护法中已有明确规定，电商平台也应进一步加强自律，承担相应责任，整治不良商家，和不良商家“割袍断义”。

从监管的角度来看，赵占领认为，有必要由市场监管总局或一些地方市场监管部门出台相关规范性文件，对预售模式中存在的乱象进行规范。

消费者擦亮双眼，做好选择也不可或缺。刘俊海建议，消费者在购买预售商品时，一定要注意理性消费、科学消费、安全消费，要学会避开空壳，明明白白看广告，认认真真签合同，淡定从容存证据，依法理性去维权。

作为卖家，爱园对于买家的吐槽深表理解：“买家在购买预售商品后确实会付出更多时间和精力成本，也会面临无货被退款的风险，最好的解决办法就是减少购买预售商品，或者选择品牌较硬、信誉度较高的店铺购买。”

（应采访对象要求，韩丽、陈默、爱园为化名）

漫画/高岳

□ 本报记者 唐荣
□ 本报见习记者 李文茜

近日，广东省深圳市龙华区中小微企业公共法律服务中心挂牌成立。

据悉，这是深圳市首家以中小微企业为服务对象的平台。该平台将为中小微企业提供提供高效、均等普惠的一站式公共法律服务，为龙华区推动中小微企业合规、健康、快速发展提供法律保障。

实际上，成立该中心只是龙华区司法局近年来聚焦人民群众法治新需求，整合法律资源，着力打造综合性多层次公共法律服务体系的举措之一。

“打造500米公共法律服务圈，以智能化和定制服务‘面+点’结合提升公共法律服务精准性、有效性、实用性，提升辖区群众法治获得感、幸福感。”龙华区司法局相关负责人在接受《法治日报》记者采访时说。

专门为中小微企业 搭建法律服务圈

今年7月，龙华区中小微企业公共法律服务中心开始筹建。在深圳市委政法委、市司法局的指导下，在龙华区司法局、区投资推广和企业服务中心的支持下，经过数月筹备，由深圳市小微企业发展促进会承担运营的龙华区中小微企业公共法律服务中心于9月30日正式挂牌运行。

启动仪式上，深圳市委政法委员会书记汪洪指出，龙华区委区政府坚持用一流的法治保障、一流的营商环境，实现对市场主体合法权益平等保护，使法治成为营商环境的核心竞争力，卓有成效。

“龙华区司法局、投资推广和企业服务中心勇于担当，主动作为，搭建面向中小微企业的公共法律服务平台，标志着龙华区公共法律服务体系建设迈上了新台阶。希望共建单位持续加大公共法律服务投入，努力为企业解决‘急难愁盼’问题，形成在全国叫得响、可复制、可推广的龙华经验。”汪洪说。

据了解，龙华区中小微企业公共法律服务中心的成立，是龙华区打造“500米公共法律服务圈”的新举措，也是扎实推进全区公共法律服务体系建设的新路径。

该平台以辖区约26.87万家中小微企业及其劳动者为主要服务对象，采取“5+X”建设模式，在开展法治宣传、法律咨询、合规辅导、人民调解和商事调解业务的基础上，有针对性地提供公证、仲裁、司法鉴定、司法确认、存证固证和知识产权保护等综合服务。

“作为深圳市首家以中小微企业为服务对象的平台，中心的设立只是走完了‘万里长征’的第一步，如何丰富服务手段，提供企业真正需要的法律服务内容，是下一步工作的重点。”在启动仪式上，龙华区司法局局长朱江洲说。

据朱江洲介绍，接下来，龙华区中小微企业公共法律服务中心将扎实推进公共法律服务进园区、进楼宇工作，通过设立分中心、工作站或工作室，提高公共法律服务的可及性；致力于降低中小微企业争议纠纷解决成本，宣传并引导通过调解解决纠纷；以中心为依托，以法律服务为切入点，充分调研企业发展中的实际困难和需求，有序推进政策辅导、融资、财税合规等系统服务，助推龙华区民营企业健康发展，营造法治化营商环境。

延伸法律服务触角 方便群众就近寻法

为推进公共法律服务覆盖全区，方便群众就近寻“法”，龙华区司法局积极延伸法律服务触角，构建“1+6+56”公共法律服务实体平台体系（搭建1个区级公共法律服务中心、6个街道公共法律服务工作站、56个社区公共法律服务工作室），将法律服务阵地建设到群众家门口。

今年以来，龙华区司法局围绕全区“数字龙华”的建设目标，在“1+6+56”的基础上加入“N”，在63个实体平台基础上广泛建设个性化的公共法律服务站点。首批公共法律服务站点由公共法律服务驿站和“法律ATM”智能法律服务机组成，实现一体规划、一体建设、资源共享、打造功能互补、整体联动的公共法律服务网络。

龙华区司法局相关负责人告诉记者，“法律ATM”通过“互联网+数据+法律”的形式，将多项公共法律服务整合到数字终端，实现各项公共法律服务的智能化。为群众提供近端及远程的公共法律服务。共有11项便民服务项目，包括普法宣传、社区矫正签到、法律援助预约、人民调解预约、公证服务、音视频留言、社区法律顾问查询、法院案件查询、网上立案、智能法律咨询、意见反馈等，实现“让数据多跑路，让群众少跑腿”。

目前，龙华区司法局在全区各街道分批推出“法律ATM”，建设选址在人流密集、靠近企业的社区工作站内。比如，在龙华投资控股（集团）有限公司的党群服务V站建立公共法律服务驿站，在清湖社区工作站设立“法律ATM”，积极为园区提供有针对性的法律服务。

截至今年9月底，已在全区6个街道建成10台“法律ATM”，累计为市民处理法律援助服务34人次，人民调解服务15人次，音视频留言服务71人次，社区矫正1669人次，人民调解信息查询、社区律师查询、网上立案、智能咨询、普法视频等功能累计服务3336人次。

同时，龙华区司法局推出线上24小时法律服务站，群众通过扫描二维码，就可进入线上24小时法律服务站，获得社区法律顾问查询、法院案件查询、音视频留言等公共法律服务，有效提升了服务的针对性和便捷性，实现辖区公共法律服务抬头可见、举手可及、扫码可得。

部门组团形成合力 提供定制法律服务

为扩大公共法律服务覆盖面，护航企业合法合规高质量发展，提升城区营商环境，龙华区司法局还通过联合其他部门，引进专业服务团队，引入社会组织力量等形式，形成合力，打造“综合性、一站式”法律服务模式。

龙华区司法局推行“律师事务所+公证处+基层司法所”服务模式，提供“定制”法律服务，通过公共法律服务进园区“组团”服务企业，切实提升服务企业水平。

2020年8月，针对大浪时尚小镇内服务类企业多的特点，龙华区司法局在园区建立大浪时尚小镇公共法律服务中心，惠及300多家企业。该中心引进一家知名律所作为服务团队，内设行政管理人员、2名专业律师和1名公证员，采取“固定坐诊+走访服务+集中会诊”的形式开展全方位法律服务，同时配合大浪时尚小镇建设管理中心定期开展服装行业领域相关普法活动。该中心同时整合公证、司法鉴定、商事仲裁等法律服务内容，不仅可以为园区企业和员工提供普惠无偿的法律服务项目，还能提供17大类共100多项高端法律服务。中心成立以来，共提供法律咨询423次，开展法治宣传12次，出具专业意见423条。

今年8月，龙华区司法局联合龙华区人民法院、龙华街道在富士康龙华园区设立诉讼源治理非诉调解中心，调动各项社会资源为园区提供针对性司法服务。该中心通过非诉调解窗口、移动微法院庭审专区（在线司法确认室），着力化解园区内多发的劳动争议、房屋租赁、买卖合同、承揽合同、人身损害赔偿、知识产权等矛盾纠纷。

为了让公共法律服务更“亲民”，龙华区公共法律服务中心开展周末延时服务，方便工作日不便办事的群众周末来访。全面推行“告知承诺制”，符合申请条件的，法律援助工作人员将及时办理，努力实现办理案件“零跑腿”。同时深入社区、公园、楼栋、工地、军营等地开展“跨区域、跨社区”等各类普法活动，开展法律宣讲与咨询解答，扩大普法宣传覆盖面。

今年以来，龙华区公共法律服务中心已为居民提供法律咨询3237次，开展法治宣传267场，办理法律援助案件1073件，受理人数2053人，提升了群众的法治获得感、幸福感和安全感。

「智能+定制」让公共法律服务更精准

深圳市龙华区着力打造五百米公共法律服务圈