



法治让直播带货行稳致远

基本原则,并在强化消费者权益保护方面作出了具体规定,在此笔者谈几点认识。

首先,确立强化消费者权益保护理念。在网络直播营销活动中,消费者在多数情况下处于相对弱势的地位,容易遭受直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者及营销人员等主体的侵害。如带货主播对商品进行夸大甚至虚假宣传,回避关键信息,误导消费者;有些经营者借“拍一发多”的名义对商品进行促销,但产品出现质量问题时,却以商品系赠品为由拒绝承担赔偿责任;还有的经营者以商品已拆封为由拒绝退货等等。

对此,《规定》有针对性地网络消费者权益予以强化保护。针对网络直播中的虚假宣传行为,《规定》明确,以实施虚假宣传为目的签订的合同无效;平台内经营者在直播中因虚假宣传等给消费者造成损害的,消费者可以要求其承担赔偿责任。为了强化经营者的产品质量保障责任,《规定》要求,如果促销活动中奖品、赠品或换购商品给消费者带来伤害,经营者也应承担相应的赔偿责任,而不得以产品系奖品、赠品为由主张免责;同时,销售者不能以商品已拆封

为由拒绝承担7天无理由退货责任。随着上述制度措施的落实,以人民为中心,保护消费者权益的理念将会得到进一步贯彻和实现。

其次,规范平台内经营活动以实现维权目的。为了防范平台内经营者“店大欺客”,《规定》明确,凡格式条款中,存在“签收商品即视为认可商品质量符合约定”“本店享有单方解释权或者最终解释权”等类似不公平条款的,格式条款无效。对于平台内经营者故意诱导消费者采取平台外支付方式,造成消费者维权难的问题,《规定》也明确,平台内经营者以未经交易平台支付为由进行抗辩的,法院不予支持。直播平台处在消费者与经营者之间,为经营者提供平台,应当承担维护消费者权益的责任。《规定》要求直播运营者应当以足以使消费者辨别的方式标明实际销售者,否则直播运营者承担替代责任,从而避免双方在商品质量出现问题时相互“踢皮球”,造成消费者维权困境,这也有助于倒逼平台内经营者对其销售的商品积极履行检验审核义务,把好产品质量关。

最后,直播平台系统治理是消费者权益保护的治本之策。网络消费维权问题关系到千家万户,除了司

法机关依法追究违法犯罪者的法律责任外,还需要建立规范化、法治化的基础性制度保障。直播平台运营者及相关部门应当建立系统思维,将法治化理念贯穿于规范直播营销活动的全过程。一是事前积极预防。通过制定平台公约,落实平台的经营资质审核义务,规范平台内经营者的行为,对经营内容进行分类管理,便于实施个性化监管。二是事中实时监控。建立直播行为实时识别系统,对商家发布的商品质量进行识别检查,运用网络技术手段对直播内容进行实时监控,对违法违规直播行为及时警告或者采取封号等处罚处理手段。三是事后化解矛盾。及时受理消费者投诉,协调消费者与经营者之间的纠纷;建立平台售后基金,通过先行退款等方式化解售后矛盾。

实现消费者对美好生活的向往,离不开司法的有力保障。网络直播营销活动中的权益保护与促进发展是对立统一的,前者是法治化的直接目标,后者则是更长远的价值追求,两者处于不同层面,皆不可偏废。只有让直播带货在法治化轨道上发展,才能更好保障消费者权益,真正实现网络经济行稳致远。

(作者单位:华东政法大学刑事法学院)

社情观察

舒锐

老年人权益保护一直是社会普遍关注的热点。今年两会期间,有代表建议,防止老年人沉迷短视频和直播短视频内容,可以效仿青少年保护模式,设置老年模式,帮助老年人过滤掉一些易受诱导的内容;也有委员表示,应加大力度保护老年人免遭互联网诈骗。

近两年来,在一系列“适老化”利好政策的推动下,智能手机和移动互联网在老年人群中得到广泛普及。数据显示,截至2021年12月,我国60岁及以上老年网民规模达1.19亿,互联网普及率达43.2%,越来越多的老年人开始触网。这是时代进步、社会文明的体现,值得欣慰。

不过,一些老年人从“不会”“不用”网络到“沉迷”网络并非好现象。一方面,长时间盯着屏幕不利于老年人身体健康;另一方面,网上信息纷繁复杂,老年人的技术操作普遍不熟练,防范意识较弱,对非法链接、诈骗信息、网络谣言等辨别能力较低,如果平台或运营商对面向老年人的信息审核把控不严,就很容易让老年人遭受网络诈骗、网络谣言等伤害,甚至让老年人不知不觉地成为网络谣言的传播者,触碰法律红线。因此,老年人群体的用网安全问题需要引起各方重视。

面对老年人用网安全的问题,有代表提出的“设置老年模式”的建议是否妥当、可行,还有待论证,但是加大保护老年人的力度,帮助老年人过滤掉一些风险较高的不良内容,让其免遭互联网伤害显然十分必要。特别是当前我国电信网络诈骗活动仍呈多发高发态势,而老年人又是易受害人群,一些不法分子利用老年人注重健康、信息检索能力弱、渴望情感关怀等特点,不断变换花样实施诈骗,严重危害老年人的人身财产安全。

为老年人守护好安全网络环境,避免权益受损,既要加大对侵犯老年人权益的电信网络诈骗等违法犯罪的打击力度,又要加强对互联网相关行业的有效规制。工信部发布的《互联网信息服务管理办法》和《移动互联网应用(APP)适老化通用设计规范》提出,适老界面、单独的适老版APP中严禁出现广告内容及插件,也不能随意出现广告或临时性的广告弹窗。去年公开征求意见的反电信网络诈骗法草案,特别明确和加强了电信业务经营者、互联网信息服务提供者的相关责任,如果没有采取必要措施,或者没有按照规定履行义务,将承担相应的法律责任。这些都有利于从源头上斩断不良信息给老年人带来的伤害。

此外,对老年人群体加大普法宣传力度同样是必要之举,相关部门、家庭与社会要积极帮助老年人掌握网络安全知识,增强其法律意识和防骗能力,引导他们科学安全上网。只有不断提高老年人的防骗能力,才能让不法分子无机可乘之机。

老吾老以及人之老。当前,我国人口老龄化趋势越来越明显,老年人老有所乐、老有所安,关系家庭幸福和睦,关系社会和谐稳定。只有让广大老年人在会用网络的基础上,“用得对”网络,才能让老年人更好地适应并融入数字社会,安心共享信息化成果。而这也是我们每个人创造更加平安美好的未来。

(作者单位:北京市西城区人民法院)

用户协议不能成“坑人协议”

海凝

移动互联网时代,APP成了人们的必备工具。首次下载使用时,点击“我已阅读并同意用户协议和隐私政策”是常规操作。这些协议动辄上百页甚至数千页,长度堪比一篇论文,相关调查显示,近80%的用户很少或从未阅读。复杂的协议文字中藏有哪些“坑”?近日,新华社记者对此展开了调查。

契约精神是社会进步的重要标志。APP用户协议是APP运营者与用户之间的契约。这种契约只有内容规范合法、双方严格遵守,才是对契约精神最好的践行。然而记者调查发现,很多用户协议不仅“长篇大论”,使用户无法在较短时间内读完或者读懂,而且部分协议藏有“坑”,如不同意则不能用、一次同意即永久同意、个人信息转送第三方等。

从理论上讲,协议越详细越全面,双方的权利义务就越明确。但在移动互联网时代,对于在狭小屏幕上呈现的数万字用户协议,绝大部分用户基本没耐心全文阅读。当大部分用户都不阅读用户协议时,也意味着这种协议对用户来说形同虚设,但这却给了APP运营者“挖坑”的机会,如通过协议中的一揽子授权条款获取用户隐私信息后进行精准营销、融资圈钱等。从某种程度上讲,这种用户协议堪称“坑人”协议,明显违反契约精神,侵犯了用户选择权、隐私权等权益,涉嫌侵犯相关法律法规。

对此,既要采取有效办法提高用户对APP用户协议的阅读率、知晓率、理解率,也要尽快填平这类用户协议中的各种“坑”,以规范运营者的行为,保护消费者权益。此前有多位专家呼吁采用清单制,简洁明了地列出用户需要了解的内容,以降低用户阅读门槛。笔者认为,这是提升用户协议阅读率的良方。APP运营者可以在完整版用户协议的基础上,在显眼位置以“划重点”的方式列出涉及消费者权益的关键内容,以更好保障消费者的知情权和选择权。

针对用户协议中的各种“坑”,有关部门要通过抽查、监测等方式,对违反合同法、消费者权益保护法的协议条款要求运营者进行彻底整改。同时,有必要制定APP用户协议范本,供行业参考。此外,消协组织可通过公益诉讼的方式,对利用用户协议坑害消费者权益的APP运营者提起诉讼,以此形成对行业乱象的有力震慑。

在我们这个处处讲究契约及契约精神的时代,对于关乎用户切身利益的用户协议,也要让其早日回归契约精神——协议内容合乎规范,才能谈得上落实协议。

(作者单位:清华大学法学院)

碳排放权交易容不得数据造假

查,揪出了2022年全国碳市场第一批“害群之马”。

实现碳达峰、碳中和目标是一场广泛而深刻的变革,也是一项长期任务,既要坚定不移,又要科学有序推进。今年政府工作报告也明确提出,“推动绿色低碳发展”“有序推进碳达峰碳中和工作”。

碳排放权交易是实现碳达峰、碳中和的重要政策工具,旨在通过市场调节手段,让企业认识到买碳有成本,节碳有回报,进而引导重点排放单位进行节能减排。对碳排放权交易市场的有效规范运行而言,准确可靠的数据是生命线。目前,生态环境部已发布《碳排放权交易管理办法(试行)》《碳排放权登记管理规则(试行)》《碳排放权交易管理规则(试行)》和《碳排放权结算管理规则(试行)》,我国碳排放权交易进入全国统一规范,统一交易的发展期。

一般情况下,电力、钢铁、石化等行业的高排放企业,是国内碳排放权交易市场的参与主体。此类行业企业不仅碳排放需求高,而且相关数据的“含金量”也高——如果对企业碳排放数据失察,不仅会留下巨大的权力寻租空间,而且会干扰全国碳排放管理,以及碳交易市场的整体健康发展。

去年10月,生态环境部印发“关于做好全国碳排放权交易市场数据质量监督管理相关工作的通知”,要求各地环保部门做好全国碳排放市场数据质量监督管理。与此同时,组织31个工作组开展专项监督。尽管如此,依然有技术服务机构弄虚作假,铤而走险。由

此足以看出,完善碳排放权数据管理,仍有一段很长的路要走。

毋庸讳言,类似的数据造假现象,也曾出现在环保监测领域。如果缺少强有力的震慑,在超标排放的巨大利益诱惑之下,排污企业很容易与检测机构达成黑色交易。

2016年12月,最高法、最高检联合发布《关于办理环境污染刑事案件适用法律若干问题的解释》。其中规定,重点排污单位篡改、伪造自动监测数据或者干扰自动监测设施,排放化学需氧量、氨氮、二氧化硫、氮氧化物等污染物的,应当认定为“严重污染环境”;实施或参与实施篡改、伪造行为的人员应当“从重处罚”。此后,环保数据造假现象大大减少。

以环境监测数据造假入刑为观照,有必要推进关于碳排放权交易的法律体系建设,以强有力的法律武器保障碳排放数据真实可靠,维护碳排放权交易市场健康运行。除此之外,也有必要进一步明确碳排放权交易市场的监管主体——碳排放权交易是一种环保制度设计,但又具有一定的金融产品属性,在生态环境部门加强监督管理的同时,如何防范其中可能存在的金融风险,也是一项不得不考虑的内容。

在明确监管主体、完善法律体系的基础上,对碳排放权交易的全过程进行严格监督,有助于建立保障数据质量的长效管理机制,确保碳市场平稳健康运行,进而科学有序推进实现“双碳”目标。

法治观察

只有让直播带货在法治化轨道上发展,才能更好地保障消费者权益,真正实现网络经济行稳致远

张勇 张春雨

近年来直播带货,网红电商方兴未艾,成为推动数字经济发展的新引擎,但随之而来的,是网络直播营销活动中虚假宣传、价格误导、假冒伪劣等侵权乱象频发。针对这些问题,于3月15日起实施的《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》(以下简称《规定》),明确了“依法保护消费者权益”“促进网络经济健康持续发展”的基

法治民生

胡印斌

以透明计价助力新业态发展

交通运输部近日举行新闻发布会透露,今年将实施交通运输新业态平台企业抽成“阳光行动”,督促主要网约车和道路货运新业态平台企业向社会公开计价规则,并在驾驶员端实时显示每单抽成比例。

随着信息化数字化在交通领域的深入渗透,交通运输新业态得到了快速发展。与此同时,网约车平台抽成比例过高、抽成规则不透明等问题广受诟病。不合理的抽成比例,既侵犯了司机的合法权益,也产生了一些负面效应,比如有的司机通过多接单、延长工作时间等手段弥补个人损失,增加了网约车的安全风险。

实际上,相关部门一直在努力推进更公开透明的规则体系建设,《加快培育新型消费实施方案》《关于维护新业态从业者劳动保障权益的指导意见》《关于加强交通运输新业态从业从业权益保障工作的意见》等文件中都提到了相关内容。然而,从现实情况看,一些企业出于自身利益考虑,并没有很好地落实政策要求,计价规则、抽成比例等信息仍然是企业“不能说的秘密”。这也意味着从倡导抽成“阳光化”到落地落实,还面临着诸多现实问题,比如公开计价规则如何避免数字游戏,平台抽成比例如何设定才算合理等等。

此次监管部门实施“阳光行动”,向社会公开计价规则,实时显示每单抽成比例,无疑会使行业“不能说的秘密”变得公开透明起来,从而在提升交通运输新业态从业人员满意度、增进其权益保障的同时,进一步促进交通运输新业态健康、合规发展。

网约车是城市交通的重要补充,直接关系到民众出行的便利和安全。期待以此次抽成“阳光行动”为契机,通过进一步加强平台大数据管理,全链条规范行业发展,在最大程度维护司乘利益的同时,推动新业态平台企业健康发展。

大品牌更应守牢食品安全底线

谢晓刚

近日,某知名食品企业曝出生产车间存在诸多乱象:工作服发黑发臭,猪排落地直接装袋入库,消毒环节太随意,风淋系统形同虚设……

一个家喻户晓的知名品牌曝出如此乱象,让网友们震惊之余,也对食品安全产生了更大的焦虑:“大公司都这样,那些小牌子更不知道是什么样了”。在普通消费者的认知中,大企业的产品质量要比小企业可靠,大品牌对产品质量的重视程度也要较小企业高,但现实情况看起来却并非如此。一段时间以来,一些被消费者视为业界标杆的知名品牌屡屡曝出食材或经营场所存在卫生问题。这说明,食品安全与企业名气大小无关,在食品安全质量监管上,应对大小品牌一视同仁。

此次曝光事件也再次为食品生产企业敲响“食品安全红线不能碰”的警钟。“民以食为天”,食品安全的重要性实在不必多言,生产出干净卫生的食品不仅是食品生产企业的安身立命之本,也是对消费者最起码的尊重。但近年来,一些企业致力于请明星、做活动为品牌造势,而忽略了食品生产企业的生存之本;常把标语挂在嘴边,却在生产上睁一只眼闭一只眼,如此本末倒置,不仅对自身品牌无益,更是对公众健康的极度不负责任。

3月15日晚,该企业发布声明称食品安全问题致歉,称已对相关责任人作停职处理,对该事件自查自纠,深刻反省,并对所涉批次产品溯源封存管控。这是对公众关切的及时回应。而笔者认为,在食品安全问题上仅靠企业自律,并不能切实保障老百姓“舌尖上的安全”。相关监管部门也应在平时加强监管,坚决贯彻落实好新食品安全法“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”要求,督促倒逼企业以更严密的举措、更规范的操作,守牢食品安全底线。

热点聚焦

碳排放权交易是实现碳达峰、碳中和的重要政策工具,准确可靠的数据是碳排放权交易市场有效规范运行的生命线

赵志疆

3月14日,生态环境部对4家机构碳排放报告数据弄虚作假等典型问题案例进行了公开通报,这些机构有的篡改伪造检测报告,授意指导企业制作虚假煤样送检,有的工作程序不合规,核查履职不到位,核查结论失实,造成了恶劣的社会影响。

此次被通报的4家技术服务机构的注册地址分别位于北京、青岛和沈阳,从这些分散的区域位置不难看出,生态环境部前期做了大量工作。

实际情况也正是如此,2021年10月至12月,生态环境部组织31个工作组开展碳排放报告质量专项督察帮扶。以重点技术服务机构及其相关联的发电行业控排企业为切入点,围绕煤样采集、煤质化验、数据核算、报告编制等关键环节,深入开展现场监督检查,揪出了2022年全国碳市场第一批“害群之马”。

图说世界

近日,江苏省无锡市锡山区市场监管局对当地一公司作出罚款20万元并责令改正的行政处罚。原来,该公司股东陈某此前在某短视频平台宣称自己一晚上就能赚1.5亿元,市场监管部门经调查认定陈某涉嫌虚假宣传。

点评:吹牛有时真会犯法,商业宣传还是恪守诚信底线为好。
文/刘紫薇



漫画/高岳

让人身保护令真正成为家暴“终结者”

法律人语

罗师

近日,最高人民法院会同全国妇联、教育部等部委共同发布《关于加强人身安全保护令制度贯彻实施的意见》(以下简称《意见》),旨在提高人身安全保护令制度的实效,从而更好地保障家庭暴力受害人的合法权益,维护婚姻家庭关系的和谐稳定和社会生活的安定祥和。

2016年3月1日,我国反家庭暴力法开始实施,这标志着我国首次以国家立法的形式建立了人身安全保护令制度。反家庭暴力法施行6年以来,全国法院人身安全保护令的申请数和发出数均逐年上升,家庭暴力现象得到了有效遏制。不过,人身安全保护令在具体操作中存在着一些问题,如家庭暴力受害人不敢、不能申请人身安全保护令的情况较为普遍,人身安全保护令的执行效果不佳,对违反人身安全保护令行为的“绿色通道”并提供相关指导服务,依法及时作出人身安全保护令。法院作出人身安全保护令后,应在24小时内向当事人、当地公安机关、居民委员会、村民委员会和妇女联合会等相关单位应当对法院执行给予协助。

此外,针对人身安全保护令签发门槛高、签发率低等现实问题,《意见》要求各级法院建立受理人身安全保护令的“绿色通道”并提供相关指导服务,依法及时作出人身安全保护令。法院作出人身安全保护令后,应在24小时内向当事人、当地公安机关、居民委员会、村民委员会等送达。《意见》还要求各部门探索引入社会工作师和心理疏导机制,力求从根本上

减少恶性事件的发生。以上内容,均大大提升了人身安全保护令的可操作性和可执行性,对实现防治家庭暴力的目的,维护家庭和谐和社会安定,具有重要的现实意义。

然而,无论是反家庭暴力法还是《意见》,所关注的都是“家庭成员”和“家庭成员以外共同生活的人”之间的家庭暴力,并没有把包括前配偶在内的曾经共同生活者等主体施暴的情形纳入规制范围,导致一些家庭暴力的受害人在解除婚姻关系或脱离同居关系后反而陷入“冷”无门的境况,甚至引发恶性事件。这无疑影响了人身安全保护令制度功能的发挥和立法消除家庭暴力目标的实现,从域外法的经验来看,使人身安全保护令适用于前配偶、前同居关系者和前姻亲等特定主体是非常必要的。

目前,最高人民法院正在研究制定关于人身安全保护令的司法解释。笔者建议,在相关司法解释中对“家庭成员以外共同生活的人”进行更为广义的界定,以是否具有持续、稳定的共同生活事实,当事人之间的亲密程度、经济依赖程度以及权利义务关系等作为综合判断标准,将前配偶、前同居关系者等纳入人身安全保护令的适用范围。唯有如此,才能使人身安全保护令真正成为家庭暴力的“终结者”。

(作者单位:清华大学法学院)