

不得网络售卖的烟草线上交易火热

记者调查“挂羊头卖狗肉”式网络售烟乱象



同一App换个端口收听得重新交费 会员收听一些专辑还得再充值

视听类App能否「只收一次费」?

□ 本报记者 文丽娟

用手机在一款视听类App上购买了会员,孩子想用电话手表上的App听故事,会员账号登录后显示“不能使用”,需重新购买会员,购买后孩子想听某专辑故事,又显示需要重新充值……近日,一则反映视听类App重复收费的视频走红网络。

这样的情况并不鲜见,《法治日报》记者调查发现,当前不少视听类App存在类似的资源不互通、“套娃式”收费等现象,一些消费者对此叫苦不迭。

来自北京、天津、湖南等地的多名受访对象向记者吐槽:自己在手机上开通了视频平台的会员,却在电视机上看不了。

家住湖南长沙的赵女士购买了多个视频App会员,每一个App包年费用都要200元左右。“很多热门影视剧不同平台分别拥有独家版权,不开会员就看不成了,这也罢了,还有很多电视App和手机移动端不互通,看个电视剧还得收两次钱。一年下来购买会员得花近千元。”

赵女士认为,在手机App上开通了会员,同一账户不管在电视机上、电脑上还是其他移动设备上登录,会员权益理应共享。

然而,实际情况并非如此。以某视频平台为例,会员分为两类VIP,年卡原价258元的VIP会员适用电脑、手机、iPad,电视端无法使用;而年卡原价488元VIP会员则包含TV、电脑、手机、iPad,可在电视机上使用。如果买了前者又想再在电视机上使用,则需要支付升级费用,每月29元。

此外,App内超前点播、数字专辑、付费观看等重复收费的情况也令用户头疼不已。

北京市民张先生是某视听App的VIP,他发现即使自己开通了会员,部分电影也得付费观看,“最坑的是还要花72小时观看,有一次花钱买了一部电影,结果忘记看了,浪费了6元”。

他将此类现象形象地称为“套娃式会员”。“尽管消费者在App上充了一个又一个会员,还是不能想看什么就看什么。如果想实现看视频自由,需要购买视频网站电影会员+电视会员+儿童会员……这就好像俄罗斯套娃一样,打开一个后还有另一个等着你。”张先生苦笑说。

记者对一款知名视听类App进行了实测。记者在手机端点开该App,通过即时通信账号注册后开通VIP,发现大部分资源都可以会员身份进行收听,但也有部分资源仍然需要付费。更换设备后,以注册会员的即时通信账号登录,该App提示需要重新充值会员。

中国互联网协会法工委副秘书长胡钢认为,经营者对不同终端采取不同收费标准或账号不通用,若出于履行与著作权人的明确合同义务的,则具有一定的合法性。

“但是,上述对用户利益具有较大影响的约定或行为,经营者未尽履行显著提示义务和有效说明义务的,或未以简洁平实的方式预先告知用户,而是淹没在上万字的用户协议中的,或在用户使用过程中突然单方变更合同限制用户权益,或实际无关或冒称著作权问题的,都涉嫌违反民法典、消费者权益保护法、价格法等相关规定,违反公平诚信原则。”胡钢说。

胡钢进一步分析说,上述行为构成格式条款内容无效、消费欺诈、侵害消费者知情权和选择权等合法权益,未明码标价等违法侵权行为,经营者应当承担包括惩罚性赔偿在内的民事责任及相应的行政责任。

在北京天平(长沙)律师事务所律师刘京成看来,一些视听App限制多设备登录,主要是基于平台盈利及账号安全等方面的考虑,具有一定的合理性,但从人性化角度考虑,平台可在协议中将“多人”规定为具体的3人或5人等。

“不同的创作者,作品收费模式不同,平台和它们有不同的约定,这是很正常的商业行为。但是要看协议中是否有充值会员就能收看所有作品的约定。以此来判断是否存在虚假宣传、侵犯消费者权益的行为。”刘京成说。

受访专家指出,“套娃式收费”现象的出现,一方面是因为视听内容版权方输出内容越来越强势,消费者只能在其所提供的资源里进行选择,毫无谈判能力;另一方面,当前尚无明确的法律法规或者国家标准,行业标准对App会员业务予以规范。

“视听类App重复收费,是企业无序的生态扩张,互联互通不仅仅是App的互联互通,也应该是智能手机应用生态之间的互联互通。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林说,App运营应该明确其会员涵盖的设备范围、收听内容的范围,以及告知用户一个VIP能够同时在几台设备使用、设备使用的系统。

“限制多设备登录,主要是平台的盈利模式决定的,需要在合法、市场自由、消费者权益保护三者间找到一个平衡点。”刘京成提出,可以借助消费者协会的力量,监督平台履行用户协议,提供基本服务,不能让平台肆意订立格式条款,损害消费者合法权益,防止虚假宣传、夸大宣传,在付费之初就应做好相应的保障;要引导行业协会建立标准和规范,加强行业自律;还要进一步畅通消费者投诉渠道,确保维权方便快捷、切实有效。

胡钢建议,应基于消费者优先特殊保护原则,电信领域非对称管制原则,反平台垄断原则,透明度监管原则,明确巨额惩罚性赔偿、举证责任倒置、年营收比例、结构性补救措施等机制,彰显法律的预防威慑作用。同时要发挥行政执法与消费者权益保护和检察机关提起公益诉讼、集体性公益诉讼的有效衔接配合,批量化解涉众消费纠纷。

受访专家期盼,同一视听类App在不同端口上不再重复收费,实现“一次交费,全屏互动”,会员账号在电视、手机、电脑、平板等电子设备上通用。

● 尽管烟草属于专卖品,禁止线上销售或利用互联网发布推广和销售电子烟信息,但线上烟草交易依旧火热,非常容易找到烟草推广或求购信息

● 禁令之下,有不少商家存在“暗箱操作”的行为,例如宣称售卖烟具、卷烟器、空烟盒的店铺,实际上在销售烟草,还有商家直播带货烟草

● 网络买卖烟草制品,危害巨大,扰乱了正常烟草经营秩序,假冒伪劣产品危害消费者健康,还可能使未成年人更多地接触到烟草制品

● 加大打击力度,追根溯源,切断网上销售烟草的利益链,通过技术手段加以监测识别,发现违法违规行为的,采取封号、列入黑名单等措施

□ 本报记者 韩丹东 □ 本报实习生 赵宇嘉

“便携式烟丝,厂家直销,牌子齐全,喜欢的家人们拍起来吧……”直播间内,主播神情激动地吆喝着售卖烟丝。

令人没想到的是,所谓“厂家直销”竟是非法经营。随着一位购买者举报买到假烟丝,警方循线追踪,侦破了这起特大跨国网络非法经营烟草制品案。

《法治日报》记者近日调查发现,尽管烟草属于专卖品,禁止未经允许通过网络销售烟草专卖品,但线上烟草交易依旧火热,非常容易找到烟草推广或求购信息。

受访专家直言,线上售卖烟草行为破坏国内烟草市场秩序,可能导致假冒伪劣产品泛滥,损害消费者合法权益,更有甚者,让不少未成年人有了获取烟草的机会,损害未成年人身心健康,亟待依法开展整治。

线上商家暗箱操作 逃避监管售卖烟丝

网上私自售卖烟草早已被明令禁止。根据烟草专卖法规定,国家对烟草专卖品的生产、销售、进出口依法实行专卖管理,并实行烟草专卖许可证制度。同时,《烟草专卖许可证管理办法》规定,除了取得烟草专卖生产企业许可证或者烟草专卖批发企业许可证的企业依法销售烟草专卖品外,任何公民、法人或者其他组织不得通过网络销售烟草专卖品。

禁令之下,在多个电商平台上搜索“烟草”,平台会自动弹出提示:根据相关规定,任何公民、法人或者其他组织不得通过网络销售烟草专卖品,不得发布推广和销售电子烟的信息。

然而,记者调查发现,有不少商家存在“暗箱操作”的行为,例如,对外宣称售卖烟具的店铺,实际上在销售香烟。

在一售卖烟斗的网店里,记者看到一商品链接明面上显示的是“实木云南烟斗”,但点进商品链接却发现,商品图片罗列出的是一行行不同款式的烟丝,并用“芙蓉王”“中华”等香烟品牌进行标注。商家还“贴心”地在图片上备注了“+V(即添加私人社交

账号)”,长期合作”的文字。在商品“烟斗”下方商品详细介绍页面,赫然出现的是一包包的烟丝。

另一家卖卷烟器的商家“套路”更加隐蔽,一款卷烟器,尽管说明介绍,商品图片都显示是卷烟器,但在选择商品规格时,显示的却是烟草种类的编号。如果没有喜欢的烟草品种,可以联系客服,如果有货,客服会在后台对“卷烟器”订单进行改价并备注。还有一些商家“另辟蹊径”,比如在某购物平台上,图片展示的是一个空烟盒,文案为“烟盒收藏,懂的人,货品上心”。点开详情页面却显示各种以烟的名字命名的规格选项,而且根据品牌不同烟盒价格也不一样,且价格与真烟几乎无异。

谁会以实物的价格买一个空烟盒呢?打开评论区,答案昭然若揭,原来商家售卖的并不是烟盒,而是烟丝。

与此同时,记者发现直播间也有售卖烟丝的情况。

在某短视频平台搜索“烟丝直播”,会立刻看到不少直播间都在售卖烟丝。记者随机点开一个直播间,只见主播身前摆满了各种样式的烟丝并一一作介绍,但记者找了一圈却没有看到购买商品的链接。

正当记者疑惑时,主播给出了指引:“家人们要是感兴趣的话,按照我指的这个麻将添加微微(暗示某社交软件)哦!”“白板”是0。”记者添加其“好友”后发现,其店铺正在销售烟草产品,“朋友圈”中全是各类香烟的介绍,可以通过店铺链接直接下单。

在另一短视频平台,有一群打着“斗粮”旗号的博主,他们斗的“粮”其实就是烟。这些账号并不会在主页介绍中使用带有“烟”字的关键词,通常都以“云南特产”“手卷丝”“特产粮”等暗语来“打哑谜”,吸引“同道中人”,要求用户添加他们的私人联系方式,在他们建立的社交群或私聊中进行交易。

交易方式极其隐蔽 容易诱导未成年人

“高品质,无添加,味道纯,无异味……”记者潜入所谓“烟具用品”社群发现,里面除了有群友在分享烟具的使用方法外,更多的是“商家”在售卖烟丝。

根据商家在群中所发的图片,这些售卖的烟丝,

不仅有国内的,还有很多“国外进口货”。这些烟丝规格不同,价格不等,100克价格一般在几十元到几百元之间,且支持全国包邮,还有一些商家经常在群内分享烟丝的吸食经验和以往与客户的交易记录。

除了烟丝,一些商家还销售卷烟纸等相关烟草专卖品,价格在几元到几百元不等。为逃避监管,交易越来越隐蔽。很多买家和卖家都选择“私聊”这种方式。另有诸如“烟斗吧”之类与“烟”相关的交流贴吧,在大家分享“吸烟经验”时,也有一些“用户”在贴吧内售卖烟丝。

同样,有很多网友在求购烟丝。记者在某社交平台上搜索“求购烟丝”,众多买家发布的求购帖映入眼帘,多为求购某品牌香烟,某价格区间内的雪茄等。

这些线上求购者,不少是贪图便宜。“很多烟友都给我推荐过烟商,说价格会比市场价低不少。”有网友告诉记者,一些发帖者疑似未成年人,配文“学生党求推荐”“在上初中买不了烟,求大佬指条路”等。

北京高界鹏律师事务所律师张仲凯说,商家通过“暗箱操作”“挂羊头卖狗肉”的方式线上售卖烟草制品,显然是违法的。作为一种特殊商品,根据相关法律法规,烟草制品销售应当有固定的经营场所,其经营范围仅限于实体店经营,通过网络销售烟草制品,属于超越经营范围和地域范围的违法行为。

张仲凯告诉记者,网络买卖烟草制品,危害巨大:为假冒伪劣及非法渠道的烟草制品提供了市场,扰乱了正常烟草经营秩序,造成国家税收巨大损失;无法有效识别真伪,而假冒伪劣的烟草制品,难以保证科学有效地消除烟草中的有害物质,会对消费者的身体造成更为严重的损害;“两头不见人”,不但令烟草专卖行政主管部门难以监管,还可能出现诈骗行为。

中国传媒大学文化产业管理学院文化法治研究中心副主任程科说,通过互联网售卖烟草,可能使未成年人更多地接触到烟草制品,特别是在算法推荐的加持下,会对青少年的健康造成严重危害。

“这正是禁止线上售烟行为的原因。”国家烟草专卖局有关人士回答记者提问时说,“网络售烟因其无人属性,无法有效劝阻青少年吸烟。”

“禁止通过网络买卖烟草制品,不仅能有效避免国家税收损失,通过有效监管保障群众身体健康,还能有效防控因网络买卖烟草制品而衍生的其他违法

犯罪行为,保护未成年人身心健康。”张仲凯说。

线上线下联动治理 通过技术监测识别

“必须禁止烟草网络售卖。”北京市盈科律师事务所律师梅向荣说,广告法规定,禁止在大众传播媒介或公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告,禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告,但网络直播售卖、短视频售卖等新媒体下的商业模式,往往使得广告法的适用产生较大的认定困难。

梅向荣认为,这一局面有望改变。今年5月1日起即将实施的《互联网广告管理办法》,将以上情况以明确的文字形式规定到了广告法及相关法律法规、部门规章的约束下。“可以说,如果在网络销售过程中,出现了直接或变相的烟草广告情形,那么即便商家具有专卖许可资质,也是违法的。”

为打击整治网络售卖烟草的现象,梅向荣提出,需要多部门联合治理。网络涉烟行为涉及市场监管、烟草、通信、公安等多个执法部门,以往治理过程中,多头治理产生了协调不一致、执法不统一等情况,需要在政府监管中建立统筹协调机制,加强各部门的信息互通、协调配合,统一执法,维护法律制度的权威,确保相关法律法规落地。

张仲凯建议,加大线下打击力度,追溯相关烟草烟具来源,从源头上切断网上销售烟草的利益链,并适时通过立法加大处罚力度。此外,监管部门要和网络平台建立常态化联动治理机制,确保及时发现网络买卖烟草的违法行为,依法收集、固定相关证据,确保对网络买卖烟草制品的违法行为进行合法、有效、严厉的惩处。

程科认为,需要进一步加强对相关直播与短视频内容的审核,并通过技术手段加以监测识别,一旦发现违规售卖烟草的行为,应立即删除相关内容,并采取封号、将主播列入黑名单等措施,加大对相关违法行为的惩罚力度。此外,也应该发挥公众监督的作用,鼓励公众对线上违规销售烟草的行为进行监督举报。

“控烟是主流趋势。”梅向荣说,网络不是法外之地,禁止网络售烟,有利于电子商务环境的良性发展,也有益于全社会的长期共同福祉。

漫画/李晓军

□ 本报记者 潘从武 □ 本报通讯员 龚彦晨

近年来,“剧本杀”作为一种新兴娱乐方式,受到不少年轻人的追捧,其中不乏未成年人。今年3月,新疆维吾尔自治区乌鲁木齐文化和旅游局发布《关于做好全市剧本娱乐经营场所管理的通知》,其中提到加强未成年人保护。

近日,《法治日报》记者走访了部分“剧本杀”机构,通过采访玩家、经营者、司法机关,对未成年人出入剧本娱乐经营场所情况进行了调查。

小洁(化名)是一名资深“剧本杀”玩家。她玩过的剧本类型很多,硬核推理、幽默搞笑、情感沉浸……剧情基本都是由一起死亡案件所引发。

小洁记得,有一次,她和朋友参与一场“剧本杀”游戏,文字描写十分露骨,让人很不舒服,当时还是和未成年人一起玩的,“大家一起闲聊时才知对方还未成年,而当时选择剧本时,店家并未询问玩家年龄,介绍剧本时也未考虑内容是否适合未成年人玩家。”

在小洁看来,部分剧本包含色情、暴力、血腥等内容,并不适合未成年人。一些“剧本杀”还会有工作人员

现场表演暴力行凶的过程,恐怖主题还会拉满氛围。

汪先生曾在2019年至2020年与他人合伙经营一家“剧本杀”店。他告诉记者,剧本的质量参差不齐,甚至还有凶杀、强奸等犯罪情节,而未成年人参与“剧本杀”的情况并不少见,“经常有初中生、高中生组团来”。

汪先生说,当时“剧本杀”监管不明,做不做、怎么做未成年人的生意,全凭经营者的良心。

小洁和汪先生都认为,剧本娱乐本质上属于社交游戏。汪先生说,大多数顾客参与到游戏中的目的之一就是结识更多朋友。“例如感情本,游戏中会组CP、扮情侣,对增进异性之间关系有一定的促进作用。游戏结束后,一些玩家会互加好友,也有发展为情侣的。”

其中的风险,很多人并未意识到:“剧本杀”有可能变成真的剧本杀”。

今年2月,乌鲁木齐市公安米东区分局破获一起诈骗案,犯罪嫌疑人和被害人就相识于一场“剧本杀”游戏。

王某经常在米东区一家“剧本杀”店消费,熟知经营模式,在玩的过程中和被害人徐某认识,得知徐

某为应届毕业生后,王某利用大学生就业创业的心理,谎称自己持有该游戏社股权,可将其中的10%低价转让给徐某。之后,王某以该游戏社“股东”身份与徐某签订《个人合伙份额转让协议》,并让徐某缴纳了2.5万元股权转让费。

后来,徐某发觉不对,便向公安机关报警。目前,涉案损失已如数追回。

“我们审理过的案件中,就有未成年人在剧本娱乐经营场所受到侵害的。”乌鲁木齐市天山区人民法院少年家事审判庭法官瓦热思江告诉记者。

瓦热思江认为,作为经营者,应严格遵守有关法律法规,禁止未成年人在规定以外的时间进入场所,对年龄存疑的顾客,要求对方出示身份证;学校方面,要加强对未成年人的安全教育,引导未成年人在剧本娱乐经营场所适度娱乐,同时保持警惕,不随意结识陌生人;家长也要了解孩子的行程,切实履行好监护人职责。

2022年6月,文化和旅游部、公安部等5部门发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》明确,剧本娱乐经营场所使用的剧本应当设置适龄提示,标明适龄范围;设置的场景不适宜未成年人的,

应当在显著位置予以提示,并不得允许未成年人进入。剧本娱乐经营场所应当采取措施防止未成年人沉迷。除国家法定节假日、休息日及寒暑假外,剧本娱乐经营场所不得向未成年人提供剧本娱乐活动。

2022年以来,新疆各级检察机关对辖区剧本娱乐经营场所开展专项检查,针对不利于未成年人成长的安全隐患,督促相关部门依法整改。

近期,记者跟随乌鲁木齐市沙依巴克区公安分局友好南路派出所民警,对辖区部分剧本娱乐经营场所进行检查时看到,经营者均已在入口处,剧本展架等显著位置张贴了“除法定节假日、休息日、寒暑假外,禁止接纳未成年人”等提示语。在剧本展架上,经营者自行在剧本盒外粘贴了“18+”“18周岁以上”等适龄提示。

虽然“剧本杀”这一新兴娱乐方式还存在一些问题,但其并非“洪水猛兽”。克拉玛依市独山子区人民法院将“剧本杀”与日常普法宣传结合起来,创新打造“法治剧本杀”,通过寓教于乐的方式,让参与者在游戏中学习法律知识,这一普法形式受到青少年的欢迎。