



商家拒不承认 平台推卸责任 买家耗不起

消费者网上买到假货为何难获赔偿



依法整治网购虚假乱象

□ 本报记者 文丽娟
□ 本报见习记者 丁一
□ 本报实习生 高紫琦

网购了98个筒灯，结果都不是正品——这让山东青岛市民张先生气愤不已。近日，张先生在某电商平台××照明商城直购店买了一批某品牌筒灯，但经该品牌客服查询，这批筒灯并非其所在公司生产的。意识到自己买到了假货，张先生要求商家“退一赔三”，遭到对方拒绝。

《法治日报》记者采访发现，像张先生一样网购买到假货的人不在少数，且这些假货的商品名称、所属店铺名称通常标注着“××直销”“××品牌正品”“保税店直发”等，甚至有的店铺还是官方认证的旗舰店。

实践中，买到假货更令消费者糟心的是后续维权难。记者随机采访北京、上海、湖南、河北等地数十名消费者，他们一致反映，买到假货后很难获得赔偿，有的商家矢口否认售卖假货，拒绝赔偿；有的商家“踢皮球”，坚称自己也是被上游厂家欺骗；有的商家直接关店跑路了。有部分消费者向电商平台求助，对方或让其继续与商家协商，或选择冷处理。

受访专家指出，网店售卖假货，涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权、公平交易权和人身、财产安全权，应当依法受到惩处。但实践中，消费者因网购买到假货想要成功维权并不容易，建议电商平台建立健全投诉处理机制，加强对入驻商家的名称、资质审核，相关监管部门利用信息技术提高对网店售假违法行为的深挖和精准执法能力。

网店售假屡见不鲜 一不小心买到假货

由于家中房屋装修，张先生打算在网上购买筒灯。经过一番搜索，他看到××照明商城直购店的产品标注为某品牌官方正品，且店铺还展示了该品牌的授权证书，便一口气买了98个筒灯，花费1596.4元。收货后，张先生通过该品牌官方渠道查验商品真假，没想到对方回复称他们没有这款型号产品，并且这家店铺也不在官方授权的网店列表内。

张先生立即联系商家，对方称自己是该品牌的加盟店，所售商品都是正品，但可以为其退货退款。而对于张先生提供的品牌官方检测结果，商家并未作出正面回复。张先生认为，商家的态度从侧面反映其销售的是假货，理应“退一赔三”。

来自上海的韩女士近日也有相似遭遇。她从某电商平台一家商家处购买了一个奶瓶，收货后扫码发现防伪网页字体大小不一致。她怀疑自己买到了假货，便向品牌官方客服确认，对方称其所购商品系冒牌货，且该商家在品牌官方公布的售假店铺名单内。

发现问题后，韩女士第一时间与卖家沟通，对方否认售假，也不同意赔偿要求。无奈之下，韩女士向电商平台求助，得到的回应是“平台非执法机构，只能帮忙申请退款”，随后又将解决问题的责任推给卖家。可卖家对其诉求敷衍无睹，数日过去，毫无进展。

无奈之下，韩女士给卖家留言：“如果不肯退一赔三，我将提交相关证据直接起诉。”收到留言的当天上午，卖家来电称可协商赔偿事宜。

却试图用奶瓶版本不同所以验证结果不同的理由降低赔偿金额，被韩女士拒绝。经过一番拉扯，收货16天后，卖家终于进行了赔付。

北京西城市民张女士则掉进了假化妆品的坑里。她在某电商平台上买了4瓶隔离霜，收货后打开包装试用发现，这次买的隔离霜和此前用过的同款在质地、润泽度上完全不一样，涂匀后颜色也不相同。

“我用这款隔离霜一年多了，用空了3瓶。发现异样后，我把之前用过的空瓶和这次买的进行对比，发现瓶子的长度和宽度非常相似，但霜的颜色有深浅区别，瓶身标签上则是另一个品牌的名字。”张女士说，商家在网店商品详情上堂而皇之地说自己就是××品牌，只是最后加了同款两个字，连图片也是正品产品的图片，在拆封前根本没发现有任何区别。

最后，张女士将未拆封的另外3瓶以“商品和描述不一致”为由申请了退款。“但如果我只买了1瓶呢？很可能会因为拆封了而不得不下这款假货。”

现实中，在网上买到假货的消费者并不少。有媒体曾对2005名受访者进行调查发现，46.5%的受访者在网购过程中买到过假货，护肤品/彩妆、服装鞋帽、电子产品被指假货更常见。

根据中国消费者协会发布的“2024年‘618’消费维权舆情分析报告”，在2024年6月1日至20日共计20天监测期内，有关“假冒伪劣”负面信息共21.4万余条，日均1.1万余条。

假一赔三较难落实 消费者维权不容易

根据消费者权益保护法，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，为500元。

然而，记者在采访中发现，不少消费者因买到打着正品旗号销售的假货而向商家要求“退一赔三”时，鲜有人如愿获得赔偿。有受访者直言，“维权太难了”，“退一赔三”想都不要想，能退点款就不错了。”

在湖南长沙沙上大学的刘女士，在一个名为“××美妆店”的店铺内买了两瓶号称“官方正品”“保税直发”的海蓝之谜护肤水。收货后，她拿去第三方鉴定平台检测为假货，联系商家，对方不承认售假，称刘女士要退货退款必须在退货理由上选“因自身原因退款”。刘女士多番要求平台介入退了款，另外获得96元平台补偿。

来自云南的郝女士在某平台下单了一款婴幼儿纸尿裤。正版名为“狮子王国”，品牌是“Babycare”，该商品名称与正品无异，但收到货后，商品包装上却显示“狮子王国”“Babycare”，打开包装后一股异味扑鼻而来。多番沟通后，平台同意“仅退款”，之后再无后续。

北京朝阳居民王女士前不久在某电商平台买了一款379元的潮牌包。下单之前，因为怕买到假货，她特意挑选了一家以该潮牌线上店命名的店铺，粉丝和销量也挺高，且排在搜索页首位。可收货后她惊呆了——包的走线有多处不平整，颜色和图片完全不同，包的背面还多了一个原版没有的小口袋。

意识到自己买了山寨包，王女士立刻找到商家，但对方坚决不承认是假货，称“新员工发货错了”。王女士要求其提供品牌正品授权，对方却搪塞着迟迟拿不出来。经过几个小时的撕

扯，商家表示愿意返259元差价作为“老顾客福利”，但以“换季关键时期，退货影响店铺数据”为由拒绝退货。

王女士转而申请平台客服介入，明确提出要求“退一赔三”。平台客服却建议其继续与商家沟通，称“平台没有执法权，无法对商家进行罚款”。王女士无奈向第三方投诉平台和12315消费者投诉热线进行了投诉。

记者在某第三方投诉平台以“假冒伪劣”为关键词搜索发现，相关投诉达3万余条，且多为“处理中”，处理结果为“已回复”“已完成”者寥寥无几。

受访专家指出，网络商家销售假冒伪劣产品违反消费者权益保护法、电子商务法、产品质量法等法律法规，涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权、公平交易权和人身、财产安全权，其行为应当依法受到惩处。如果电商平台未严格履行资质审核、日常管理义务，平台要根据具体情况承担相应责任；如果平台明知或应知平台上商家存在违法违规或损害消费者权益行为，没有及时采取措施导致消费者权益受到损害的，平台要依法承担连带责任。

“实践中，消费者买到假货想要维权成功并不容易，面临的挑战太多了。”北京嘉源律师事务所律师葛友山举例说，比如维权成本高、程序繁琐等，此外电商平台没有为消费者提供高效畅通的维权渠道，客观上也增加了维权难度。

在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来，对于消费者来说，主要是维权举证不易。有些商品从外观上很难认定为假货，而检测不仅涉及时间和经济成本问题，还涉及检测资质和检测程序问题。消费者花钱花时间申请检测的结果，可能面临商家不认可的情况；如果消费者找商家一起检测，又可能面临商家不配合的情况。

平台加强资质审核 健全投诉处理机制

“无论是线上还是线下，销售假货的现象都客观存在。网络交易的特殊性，决定了网上销售假货的现象更为普遍。这一现象屡禁不止，是多方因素共同作用的结果。”西南政法大学经济法学院副教授赵志奎说。

他分析称，一是网上销售假货执法难度大。传统执法机制在应对网上售假现象时可能出现执法失灵，比如商家以私宅从事网络交易时，因涉及隐私，现场检查难度大；执法部门因缺乏跨部门与跨区域的联动，使得跨区域网上售假案件的执法难度大幅增加。二是网络交易平台门槛低，平台内商家售假成本低。商家入驻平台需要符合相关的条件或资质，而不少平台为吸引更多商家入驻，降低入驻条件及资质审查条件，为售假乱象埋下隐患，且较低的平台入驻门槛使得被责令关闭店铺的商家可以轻松换址其他平台。对这部分商家来说，“责令停止生产、销售”和“吊销营业执照”等行政处罚手段的法律威慑力不足。

“另外，部分消费者在贪图便宜等心理的驱使下‘知假买假用假’，也助长了制假售假的发生。”赵志奎说。

为进一步加大假货治理力度，国家市场监督管理总局于今年8月2日发布《关于开展2024年全国“质量月”活动的通知》，要求严厉打击侵权假冒活动。开展依法惩治侵权假冒违法行为专项行动，发布一批涉产品质量纠纷案件典型案例，集中办理一批食品药品安全领域公益诉讼

案件，加强以案释法，有力震慑违法犯罪，提升群众法律意识。

8月21日，最高人民法院发布《关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释》，规定如果购买者系因个人或者家庭生活消费需要购买食品，没有证据证明其明知所购买食品不符合食品安全标准仍然购买的，应当以实际支付价款为基数计算价款十倍的惩罚性赔偿金，充分保护普通消费者的维权行为。

受访专家认为，铲除网店售假的土壤，需从电商平台、商家与消费者等多个维度综合施策。

葛友山指出，电商平台作为网络交易的桥梁，要切实履行监管职责，对入驻商家的名称、资质加强审核。针对高风险商品类别，平台应考虑与专业第三方质检机构建立合作关系，实施严格的质量检测，以切实履行其对消费者的安全保障义务。同时，平台还应建立健全投诉处理机制，一旦发现售假行为，立即采取措施，协助消费者维权，包括但不限于为消费者提供商家店铺信息、交易记录、商品批次信息等关键证据，以便消费者能够有效追溯并采取相应的法律行动。对于违规商家，平台应立即采取措施，如暂停店铺运营、扣除保证金，并在必要时配合监管部门追究其法律责任。

从商家的角度来看，葛友山认为，其在商品生产、运输、销售乃至售后服务的每一个环节，均应严格遵守法律法规及监管要求；应完善售后服务体系，提供退换货、维修等服务；对于消费者的投诉，应积极回应，快速处理，避免纠纷升级。部分售假商家存在“一赔了之”的心理，错误地认为其不法行为最多涉及民事赔偿责任，但实际上，商家的严重不法行为可能触及刑法的多项罪名，包括生产、销售伪劣商品罪，假冒注册商标罪，销售假冒注册商标的商品罪，非法经营罪等。

在赵志奎看来，加强执法刻不容缓。可运用大数据、云计算等信息技术，加大对相关数据信息的整合、分析和研判，提高对网店售假违法行为的深挖和精准执法能力，实现对电商平台售假行为的网上发现、源头追溯、落地查处、高效维权网店售假行为。

“建议推动网络交易领域的大综合一体化行政执法改革，推进线上线下一体化执法，加强跨区域协作，跨部门协同和上下级联动。通过对网店售假违法行为的创新执法和追踪溯源，实现对售假行为的全面规制。”赵志奎说。

对于消费者来说，受访专家一致认为，增强自我保护意识和维权意识至关重要，在购买前注意核实商品的生产信息、标识、商家信誉等，遇到侵犯自己合法权益的行为及时收集好相关证据，比如购物凭证、商品外包装、商品描述、沟通记录等，依法维权。

“消费者网购到假货而导致合法权益受到损害的，可以向法院起诉平台内的商家，要求其作出赔偿。若交易平台不能提供商家的真实名称、地址和有效联系方式，或交易平台作出更有利于消费者的承诺，如承诺若消费者在平台买到假货，由平台向消费者先行赔偿；平台明知或者应知商家利用平台侵害消费者合法权益，但平台未采取必要措施，出现这三种情形时，消费者还可以起诉交易平台。”赵志奎说。

他还提出，考虑到消费者通过诉讼的方式进行维权成本高、周期长，故若消费者在电商平台买到假货且协商未果的，可向商家或者交易平台实际经营地或住所地的县级市场监督管理部门投诉。

漫画/李晓军

□ 本报记者 张维

欧亚万里茶道的源头，是一个名叫羊楼洞的地方。它位于湖北省咸宁市赤壁城西。

《法治日报》记者近日随国家知识产权局组织的以“知识产权助力新时代中部地区崛起”为主题的“知识产权新闻发布地方行活动”走进羊楼洞。漫步在羊楼洞明清古板街，仍然可以清晰地看到街旁丁字侧巷中历代运茶的独轮车在石板上碾出的寸余深的凹槽，当年的繁华与鼎盛可见一斑。

如今，这里的茶产业依旧发展得如火如荼，其背后的知识产权力量发挥着重要作用。赤壁市副市长胡广益告诉记者，自2022年10月赤壁青砖茶国家地理标志产品保护示范区获批筹建以来，赤壁青砖茶的标准体系、检验检测体系和质量保证体系进一步完善，保护能力显著提升，茶旅融合深入推进，实现茶企、茶农、消费者多方共赢。尤其是地理标志专用标志规范使用率达90%以上，品牌带动力大幅提高，社会效益实现了较大提升。

数据显示，截至目前，赤壁市茶园总面积达165万亩，茶叶总产量达7.5万吨(其中砖茶产量7万吨)，全产业链产值达160亿元，茶叶经营主体(含茶馆茶楼)达350家，带动从业人员36万人，5000多户茶农增收脱贫，赤壁青砖茶公共品牌价值达43.64亿元。

每道工序标准严格 所有环节加强保护

在赤壁羊楼洞茶文化产业园里的中国青砖茶未来实践展示馆，芳香的青砖茶沁人心脾，让人遥想当年，正是这一块块青砖茶不断北上，成就了横贯欧亚的万里茶道。

赤壁在中国黑茶、青砖茶的历史上有着无可替代的地位。其独特的气候、水系、降雨量和红壤丘陵山区的地理环境，孕育出独具品质的茶叶作物；温暖气候和光照条件，成就了老青茶和青砖茶独特的发酵环境。

在羊楼洞茶业股份有限公司，记者对青砖茶的制作过程有了直观的印象——发酵、精制、筛选、高温杀菌、蒸压、烘干等一系列工序被展示出来。

“每一道工序都有非常严格的标准。”该公司董事长张召华说。

此言不虛。赤壁市市场监督管理局局长张建武介绍，赤壁青砖茶标准体系汇编已完成，收集整理研制赤壁青砖茶国家标准43项，行业标准27项，地方标准7项，赤壁市茶企主导研制团体标准27项，已形成6个子体系，16个小类，共计104项赤壁青砖茶区域公用品牌标准体系标准，基本实现全产业链关键环节标准化全覆盖，实现从一片叶到一杯茶全过程标准化生产。

“迄今我们组织开展了十余期标准宣传贯彻培训，邀请专家对青砖茶标准体系、种植、发酵、溯源等标准进行解读，指导企业按照标准进行生产，培训标准化人才，强化企业标准意识，营造标准化氛围，对青砖茶产业各个环节都用标准化进行规范。”张建武说。

完善证明商标管理 一品一码方便识别

制定严格的标准体系，是赤壁青砖茶国家地理标志产品保护示范区获批筹建后采取的一系列有力举措之一。

赤壁还制定了青砖茶生产行业规范，严格规范质量过程控制，从茶叶生产、加工、质检、销售，实现过程控制体系，做到产品全过程追溯，打造严密的全过程质量安全管控链条。“现有两家企业使用企业的加工车间，包装车间均安装电子摄像头，监管人员在办公室就可以通过服务器上的溯源综合管理平台视频系统，实现地标产品生产的远程监控，发挥追溯信息共享交换机制作用，创新质量安全和公共安全监管模式，实施产品全过程智能化‘云监管’。”张建武说。

每一份赤壁青砖茶，都有其产品身份证二维码识别系统，扫码即可知道该产品的生产厂家、产品原料、质量标准、生产日期等信息，实行“一品一码”，方便消费者识别。

健全相关法治保障，也在积极行动中。立法方面，近年来，湖北省高位推进茶产业链建设，颁布了《湖北省促进茶产业发展条例》。赤壁出台《关于加快推进赤壁茶产业高质量发展奖补办法》，设立2亿元青砖茶产业专项基金，重点打造赤壁青砖茶产业示范区、田园综合体项目建设等，连续11年，市财政每年列支2000万元，重点奖补茶园绿色防控、产品研发、品牌建设、市场拓展。

执法方面，市场监管、公安等部门开展联合打假活动，并委托第三方机构开展维权活动，把假冒伪劣商品清出市场，维护赤壁青砖茶品牌形象。

“在全国范围内常态化开展保护‘赤壁青砖茶’地理标志产品维权专项整治行动，从源头上维护本地企业和消费者的合法权益；实施常态化维权，建立‘赤壁青砖茶’生产与销售市场定期巡查、不定期巡查、常态化打假的长效机制，对假冒仿冒‘赤壁青砖茶’行为开展常态化打击；进一步完善‘赤壁青砖茶’证明商标的管理、使用、产品质量监督、准入和退出机制，规范企业经营行为和加强品牌的质量管控。”张建武举例道。

修订完善标准体系 促进专用标志使用

政府的高位推动，让赤壁青砖茶产业的发展“乘上了东风”。

据胡广益介绍，湖北省茶产业链工作专班将赤壁青砖茶作为省级区域公用品牌打造。赤壁市将茶产业列入“十四五”规划的重要产业，按照“一套班子主抓、一脉文化传承、一个规划指导、一套政策支持、一个团队运作、一个品牌宣传、一个融资平台”的工作思路，成立茶产业发展领导小组，积极打造青砖茶特色产业，形成政府谋划决策、部门协调监督、行业自律落实的工作机制。

品牌升级也在推进中。2012年，赤壁市在湖北省率先推广茶园病虫害绿色防控技术，原料产品农残达到欧盟标准，入选第二批“中欧地理标志保护名录”和“国家知识产权局地理标志运用促进重点联系指导名录”。3万片赤壁青砖茶曾作为湖北省政府礼物赠予蒙古国，留下“羊来茶往”佳话。

对于地理标志的重视与保护，仍将是赤壁市的下一步工作重点。

胡广益说，修订完善标准体系，将是接下来的一项重要工作。加强地理标志产品标准体系建设，建设完善赤壁青砖茶全产业链全过程技术标准和管理体系，提升地理标志管理水平。指导企业依法申请、规范使用地理标志专用标志。加强对地理标志的日常监管，开展地理标志“双随机、一公开”监管保护，对地理标志证明商标及专用标志使用情况进行监督检查。建立赤壁青砖茶地理标志证明商标专用标志合法使用人信息档案，通过大数据和信息化手段对地理标志专用标志使用企业实施动态监管，对违反规定的，责令依法退出，情节严重的，依法严惩。

同时提高专用标志使用率，开展地理标志产品保护知识培训，鼓励产品符合标准的企业使用地理标志专用标志，提高使用地理标志专用标志的积极性，促使辖区内地理标志专用标志使用数量达区域内生产者总数的90%以上且逐年提高。加大对使用地理标志专用标志企业的扶持和政策倾斜力度，促进地理标志产业集群发展，促使使用地理标志专用标志企业产值达区域内相关产业产值的90%以上。

此外，强化“赤壁青砖茶”全链条保护。探索建立省市县镇四级保护机制，与省知识产权局、市知识产权局、市知识产权保护工作领导小组成员单位，赤壁青砖茶产地和加工企业所在镇政府建立协同保护与快速反应机制，建立健全违法惩戒机制、数据统计机制、信息共享机制等，推动企业自我保护、行业保护和司法保护同向联动发力，形成以政府主导、产业部门和行业自律、监管部门监督的多元化、全链条保护机制，切实提高地理标志保护水平。

从一片叶到一杯茶，法治全链条保护

记者探访欧亚万里茶道源头羊楼洞