



网络购物纠纷频发 明确权责提振消费

□ 本报记者 梁平妮
□ 本报通讯员 李儒琳

提振消费,是发展命题,也是民生命题。据统计,目前我国网络购物用户规模已超过9亿人。在人们生活更加便利的同时,也产生了诸多网购纠纷。买到假货一定能“退一赔三”吗?“薅羊毛式”消费是否可取?购买游戏账号用不了,能退钱吗?

为帮助公众更好地了解网络购物消费相关法律知识,助力构建诚信安全网络消费环境,《法治日报》记者选取了2024年以来山东省烟台市两级人民法院审结的4起网络购物消费纠纷典型案例,通过以案释法,划清经营者义务,警示平台责任,严惩欺诈乱象,全力推动消费持续提升扩容提质。

知假售假构成欺诈 法院判决退一赔三

王某通过网络平台在屠某开设的店铺“断码清仓折扣店”里购买一双进口品牌女鞋,因鞋舌标注尺码问题,怀疑非正品。经与屠某和平台协商未果之后,王某向该品牌国内代理集团核实,确认屠某店铺未获品牌授权,王某在官方店铺购买了同款女鞋,到手对比鞋舌标记尺码,确实存在不同。王某遂向烟台经济技术开发区人民法院提起诉讼,认为屠某销售假冒商品构成欺诈,要求退还货款326.56元,并三倍赔偿979.68元。被告屠某经合法传唤未到庭应诉。

烟台开发区法院经审理认为,在商品真伪性方面,屠某店铺未进行工商登记且无品牌方授权,案涉商品与官方渠道所售同款商品存在明显不同,结合正品售价高出案涉商品33.9%价格的反常现象,推定案涉商品并非正品。在欺诈行为认定方面,屠某客观上虚构商品来源,引导消费者修改退货理由以规避平台监管,主观上明知其无品牌授权且商品并非正品,仍以该品牌名义销售,存在欺诈的故意。本案中原告通过比对商品标识,核实授权信息、购买正品佐证等方式完成初步举证,而被告未到庭反驳或提供合法进货凭证,应承担举证不利后果。

法院判决被告10日内退还原告购鞋款326.56元并支付赔偿款979.68元。判决作出后,双方均未上诉,判决已生效。

承办法官表示,销售假冒注册商标的商品,不仅侵害消费者的知情权、公平交易权等合法权益,也违反国家商标管理制度,侵害注册商标所有人对商标品牌的权益,破坏社会主义市场经济秩序。消费者权益保护法规定的“三倍惩罚性赔偿”不以实际损害为前提,重点在于惩戒经营者不法行为。消费者在网购时若发现买到假货,可以先和商家协商解决,如协商不成,可向电商平台发起售后维权,或者向消费者协会、工商管理部门等投诉,也可以通过法律手段来维护自己权益。

仅退款未退货被诉 消费者亦应守诚信

刘某在某电商平台刘某某经营的网店购买沙发,并支付了货款9980元。刘某某于当日发货,快递于20天后显示被签收。就在收货当晚,刘某某以“货物与描述不符”为由,向电商平台申请“仅退款”,未提及退货事宜。

退款申请通过后,平台退还刘某某沙发款9980元。商家刘某某迟迟未收到退货,在与刘某某沟通无果后,向龙口市人民法院提起诉讼,要求刘某某支付货款9980元,并赔偿相关维权费用。

发布视频暗讽竞争对手 构成诋毁被判道歉赔款

□ 本报记者 韩宇
□ 本报通讯员 代韵琳

近日,辽宁省鞍山市中级人民法院二审结案甲健身公司诉郭某、某乙健身中心商业诋毁纠纷案,这是鞍山市首例互联网直播通过新媒体平台实施商业诋毁的不正当竞争案件。该案的审理为新业态下因不当评论引发的同类纠纷案件的审理提供了借鉴。

某甲健身房与某乙健身房都是鞍山地区较为知名的健身企业,2023年11月至2024年1月间,郭某以某乙健身房负责人“徒弟”“馆长”的身份,在抖音平台发布多个短视频,以较有针对性的代号暗指某甲健身房,对该健身房的服务、器材、员工进行夸张性、否定性的评价与演绎,在鞍山地区健身消费者圈子中造成了恶劣影响。而某乙健身房的负责人为郭某的视频拍摄提供场地,并在部分视频中出演角色,共同参与了视频的制作。某甲健身房将某乙健身房与郭某告上法庭,一审法院以郭某不是经营者、郭某行为不属于商业诋毁为由驳回了某甲健身房的诉讼请求。某甲健身房不服一审判决向鞍山中院提起上诉。

鞍山中院经审理认为,郭某作为抖音平台健身领域在鞍山地区有一定影响力的自媒体博主,通过拍摄视频、直播等方式,宣传推广其他健身房,销售健身用品,获取流量与收益,并在线下提供私人教练服务,依法属于反不正当竞争意义上的“经营者”,其与某甲健身房在健身市场中构成竞争关系。郭某对健身市场进行正当商业评论,本身是有助于市场正当竞争秩序构建的行为,是应当提倡与保护的。但区别于一般消费者,主播发布商业评论应当秉持客观、中立、公允的基本原则,尤其在涉及评论特定经营者的情况下,评论者更应当负有保证内容真实、合法的义务。郭某未经核实,发表涉及某甲健身房的虚假及误导性信息,超出了正当评论的合理与必要限度,客观上损害了某甲健身房的商业信誉与服务声誉,依法属于商业诋毁行为。

而某乙健身房及其负责人,与郭某之间具有师徒般的密切关系,应当对郭某所拍摄视频的指向对象、客观情况以及可能导致的后果具有更为清晰的认知。但某乙健身房及其负责人并未对郭某的行为加以劝导,反而提供场地,作为角色参与表演拍摄,客观上参与了郭某的商业诋毁行为,



漫画/高岳

起上诉,烟台中院经审理后维持一审判决,现判决已生效。

承办法官表示,“七天无理由退货”目的是保护消费者的知情权和选择权,弥补网络购物中信息不对称的缺陷,而赋予消费者在一定期限内,单方解除合同的权力。需要明确的是,该制度只针对以营利为目的的经营者。现实中,不少人在二手平台售卖商品,大多是为了处置旧货。消费者即使对购买的商品不满意,也不能适用“七天无理由退货”,除非卖方属于法律意义上的经营者。消费者在选购二手商品过程中应增强证据保全意识,避免在日后退换货过程中产生纠纷。

购买账号无法使用 已付钱款应当退还

王某通过某交易平台从张某处购买一个游戏账号,两个月后,账号无法登录,向游戏官方客服咨询得知,账号已被他人通过实名认证找回。王某多次通过平台要求张某退款,对方均未回应,遂诉至龙口市人民法院,要求被告退还购买账号费用1630元。

法院经审理认为,原告王某和被告张某通

过电商平台签订电子交易协议,约定账号所有权永久转让,合同内容未违反法律强制性规定,合法有效。游戏账号兼具“服务合同载体”和“虚拟财产”双重属性,买卖双方约定账号所有权转让的,出让人需确保账号控制权完整转移。被告未能证明找回账号非本人操作,应承担举证不利后果,且应对账号负有安全保障义务。由于账号被找回导致原告无法使用属于根本违约,法院据此判决被告张某退还王某账号购买款1630元且案件受理费由被告承担。判决作出后,当事人均未上诉,判决现已生效。

承办法官表示,消费者在进行游戏账号等虚拟资产交易时,应正确认识其特殊性,游戏账号兼具“服务合同载体”与“虚拟财产”双重属性,买卖双方约定账号所有权转让的,应视为民法典第五百九十五条规定的买卖合同,出让人需确保账号控制权完整转移。同时,消费者也要清楚了解交易平台提示义务的限度,二手交易平台对虚拟财产交易的审查义务限于“形式审查+风险提示”,若平台已采取合理措施(如风险提示、纠纷调解通道等)对交易风险进行了充分提示,可依据电子商务法第38条主张免责。因此,消费者在网上购买游戏账号等特殊商品时,要增强风险防范意识,在充分了解商品信息的前提下,谨慎理性购买。

法规集市

民法典相关规定

- 第五百六十六条第一款 合同解除后,尚未履行的,终止履行;已经履行的,根据履行情况和合同性质,当事人可以请求恢复原状或者采取其他补救措施,并有权请求赔偿损失。
- 第五百七十七条 当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。
- 第五百九十五条 买卖合同是出卖人转移标的物的所有权于买受人,买受人支付价款的合同。

消费者权益保护法相关规定

- 第二十五条第一款 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由。
- 第五十五条第一款 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三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。

电子商务法相关规定

- 第三十八条第一款 电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。

直播间赌石惹纠纷 厘清证据调解结案

□ 本报记者 王春
□ 本报通讯员 潘静娴

当下,越来越多的人因网络直播专业的商品介绍,便利的消费体验而选择在直播间购物。这里不仅有小到几块钱的生活用品,也有大到几十万元的奢侈品。人们在直播间享受消费新业态方便快捷的同时,也面临网络购物带来的风险。

2021年12月至2022年6月,李某通过某平台直播间向某翡翠商家购买原石130多万元,但实际仅收到80多万元原石。后李某联系商家要求退款,但该商家不仅拉黑李某甚至还关闭了直播间,李某遂诉至浙江省宁波市江北区人民法院。

李某认为,正是因为该翡翠商家在直播间介绍商品时自称原石“价值百万”“无限接近传说品质”“色正”“色阳”,他才会在该直播间里多次购买。但在直播间下单后,商家并未现场切割就以相关的原石为废料予以丢弃,且部分原石不能按约发货,而商家后续拉黑和关闭直播间的行为,让其怀疑直播的原石存在掺杂、掺假以及以假乱真欺瞒的可能,要求撤销合同,返回全部货款。

江北区法院审理认为,依据李某所提供的证据来看,在直播间,商家应该如实介绍商品,向李某告知购买原石的风险,李某通过直播间下单后,在其予以认可并授权商家可以切割时,商家方可切割,在切割后,如果无法利用方可丢弃。

本案中,通过商家提供的直播间介绍,李某在直播间留言以及直播平台显示的信息,可以确认商家的发货金额和李某在直播间确认同意丢弃的原石金额,最终商家确认对其中57万元原石未能提供已经切割以及经李某同意丢弃的证据。

在江北法院主持下,李某和商家达成调解协议,由商家退还李某50万元。

法官说法

法官表示,赌石是指在玉石交易过程中,由于砾石表面风化皮壳的遮挡,看不到内部情况,人们只能根据皮壳的特征或局部上开的“门子”,凭借自身知识、经验来推断原石内部翡翠的优劣。“赌石”交易的模式,属于射幸合同的一种,是指当事人之间签订的,包含不确定给付内容的风险性协议。按照交易惯例,消费者购买翡翠原石后,商家如无调包假冒等情形,风险应由消费者自行承担。当然,如果商家不诚信,则应承担相应法律责任,包括退还货款的责任。本案中商家不能提供其未发货的原石系经李某确认丢弃,故仍负有责任。

法官提醒,消费者直播购物时如遇到商家收取货款后不发货、一物多卖、假发货等行为后,要保留相关链接、直播人员联系方式、转账购买记录、聊天记录等,方便今后维权。

洗手间地滑致摔伤 影院承担次要责任

□ 本报记者 张雪泓

近日,北京市平谷区人民法院审理了一起观众在影院卫生间摔伤引发的侵权责任纠纷。法院认为,影院洗手间未张贴相关警示标识,卫生管理工作存在瑕疵,需承担次要责任。

2024年4月的一个晚上,张某去电影院看电影,不慎在洗手间摔伤,张某认为自己受伤是因洗手间内地面积水没有被及时清理。治疗期间,他与电影院就赔偿问题反复协商,未达成一致,遂诉至法院,请求判令影院赔偿其医疗费、交通费和营养费等各项损失。

庭审中,影院方辩称,其已对包括洗手间在内的经营场所尽到了及时维护和保养的保障义务。洗手间所有地砖本身材质已做防滑处理,且洗手台与洗手布局实现干湿分离,互不影响。事故发生时,洗手间无任何异常,不存在残留水渍的安全隐患。保洁人员每日早晚固定清洁且不定期巡检,放置安全提示牌。张某受伤是因自己不小心导致,影院不应承担责任。

庭审中,影院称有相关的卫生保洁登记记录,但相关记录只保存3个月,无法提供。

平谷法院审理认为,双方对事发时洗手间内地面是否有积水存在争议,原告张某未能提供相关证据证明当时地面状况。影院作为经营者,根据《公共场所卫生管理条例实施细则》相关规定,负有至少在两年内完整保存卫生管理档案的义务。事发洗手间地面和台阶颜色相近,洗手间内也未张贴提醒顾客注意台阶、地面湿滑的明显警示标识,客观上增大了意外发生的风险。影院的卫生管理工作存在瑕疵,应承担一定不利后果。张某作为完全民事行为能力人,对自身的安全负有首要注意义务,对周围环境中的风险因素应合理注意。法院最终判决影院对张某的各项合理损失承担次要赔偿责任。

法官说法

法官表示,不同行业的经营者对消费者所负安全保障义务不尽相同。在判断经营者是否尽到安全保障义务时,应从法律规定、行业规范、签订合同、一般常识、法律的引导作用和法律的经济性等方面进行判定。经营者不仅要保障消费者放心消费,还要在法定和约定的义务范围内保障消费者的人身和财产安全。同时应注意到,经营者的安全保障义务有一定的边界,应限于经营者的管理和控制能力的合理范围之内。

进店购物全程录像 不符常规仅退货款

□ 本报记者 赵红旗
□ 本报通讯员 乔瑞锋 王震

2023年6月22日,安某向某化妆品销售店电子支付1980元,购买进口化妆品一套,某化妆品销售店向安某出具购物小票一份。安某对进店购买化妆品的整个过程进行了录像。2023年7月11日,安某的委托诉讼代理人陈某以某化妆品销售店销售进口化妆品无中文标签为由,向河南省郾城县市场监督管理局进行投诉,举报被告销售的进口商品无中文标签。因双方对投诉举报一事协商未果,安某向郾城县人民法院提起民事诉讼,要求某化妆品销售店给予三倍赔偿。

郾城县法院经审理后认为,原告安某在购买化妆品时进行录像,购买不符合安全标准的商品后,未向被告某化妆品销售店提出维权事宜,不符合消费者正常的交易习惯;原告非消费者权益保护法所保护的消费者,其购买涉案商品并非为了生活消费,存在购买商品后直接通过举报或诉讼途径要求进行惩罚性赔偿的牟取经济利益意图,遂依法判决被告于本判决生效之日起十日内向原告退还货款1980元。

法官说法

诉讼是司法救济途径,而非牟利的手段。原告以牟利为目的购买产品而企图获取惩罚性赔偿款的行为,与消费者权益保护法的法律价值和立法精神相悖,显然已违背了立法维护消费者合法权益的初衷,有悖社会主义核心价值观价值,故要求了三倍赔偿的诉请不予支持。