

网购消费维权，《民法典》怎么说？



撰文/李人鲲

平台格式条款太霸道,可以予以排除

消费者在网上购物,一般要先在电商平台注册,注册时对方会提供一份电子协议,其中有一款“您已阅读并接受以下条款”的规定,只有勾选才能注册成功,至此,消费者实际上被迫接受了对方设定的各种规定。这是一种典型的“格式条款”,是商家预先拟定好的,消费者没权利更改和选择,以后一旦发生消费争议,因为很多内容的限制,肯定不利于消费者,所以人们又称这类格式条款为“霸王条款”。

对格式条款,《民法典》第497条作出这样一个规定:“提供格式条款一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的,该格式条款无效”;此外,第496条规定,提供格式条款的一方如“未履行提示或者说明义务,致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的,对方可以主张该条款不成为合同的内容。”法律实际上将各种可



本版制图 庄豪

能的霸王条款排除在合同内容之外。对于消费者来说,只要平台没有对格式条款进行有效提示(基本不可能),直至可以理解的程度(消费者当然不理解),消费者都可以直接主张格式条款不成为合同的内容,使其相关条款不产生约束力。

本人曾代理过这样一起消费者权益案,一位消费者发现自己通过某电商平台购买的衣柜存在销售欺诈问题,于是在宁波起诉商家和某电商平台,此案审理时,被告之一某电商平台提出,根据客户注册时签署的电子合同,所有与其发生的纠纷均属于广州互联网法院管辖,并据此提出管辖权异议。原告则提出,对方的格式条款不合理地限制了客户的主要权利,而且没有进行有效提示,对消费者不具有约束力。法院采纳了我们的观点,驳回了电商平台的管辖权异议。

平台纵容商家欺负人,连带一起告

在电商平台上注册的商家数量庞大,良莠不齐,各种侵犯消费者权益的事件常有发生。在现实生活中,消费者遇到商家欺负人,大多会找商家维权,此时,一些商家会

玩“躲猫猫”游戏,让你找不到;有的商家则会玩“替身法”,让你查不清。最后,消费者只能找平台讨说法,但平台有时也会各种推诿。

《民法典》第1195条规定:“网络用户利用网络服务实施侵权行为的,权利人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开连接等必要措施……网络服务提供者接到通知后,应当及时将该通知转送相关网络用户,并根据构成侵权的初步证据和服务类型采取必要措施”。第1197条进一步规定:“网络服务提供者知道或者应该应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人合法权益,未采取必要措施的,与网络用户承担连带责任”。此外,《消费者权益保护法》《电子商务法》等法律还规定了其他的网络服务提供者(电商平台)承担连带责任的情形。也就是说,在法律上,商家与平台是连在一起的,跑得了和尚跑不了庙,当出现电商平台和商家应承担连带责任的消费纠纷时,消费者可以将二者一起告。消费者对于商家来说虽然处于弱势,但电商平台对于商家则是绝对强势,平台对商家的扼制力非常强大。仍以前面的那个案件为例,被告之一某电商平台提出的管辖权异议被法院驳回,意味着他们必须到宁波来打官司,在这种情况下,该平台只能要求商家赔偿原告的损失,消费者的维权行动取得了成功。

商家泄露消费者个人信息,后果很严重

我们几乎每天都会接到各种商业信息的电话或短信,其中如教育培训、放贷、保险等各类营销极为精准,给我们增加了许多烦恼,一些电信诈骗更对我们的财产和人身安全构成潜在威胁。追溯源头,其中一个重要原因是电商将我们的个人信息泄露甚至是出售所致。

为加强对个人信息的保护,《民

根据国家统计局的数据,2020年全国网上消费零售额近11.8万亿元,占全社会消费品零售额近三分之一。与此同时,由于网购消费者在知情权、个人信息安全等方面处于弱势地位,消费维权成为一个突出的问题。

从今年开始实施的《民法典》,有公民权利“使用说明书”之称,其中对消费者的网络购物维权也作了更为合理的规定。

法典》第1035条至1037条明确规定,处理个人信息应当遵循合法、正当、必要原则,不得过度处理。第1038条则规定,未经自然人同意,不得向他人非法提供其个人信息。《民法典》的这些规定,有利于对电商等个人信息收集者的行为进行全面规制,从源头上防范个人信息的泄露。

实际上,对于个人信息的保护,不仅体现在《民法典》上,我国刑法专门设定了侵犯公民个人信息罪,对向他人出售或者提供、非法购买公民个人信息情节严重的行为,最高可以判处七年有期徒刑。因此,商家对法律一定要有敬畏之心,切莫以身试法。

商家忽悠式“砍单”,只要发布就生效

一些商家为了获取利益,常以低价引诱消费者下单,造成销售火爆的假象。但买家真的下单成功付款后,商家会以商品缺货等各种借口取消订单,或者拖延不发货,商家的这种单方面“砍单”行为严重损害了消费者的合法权益。

对此,《民法典》第491条规定:“当事人一方通过互联网等信息网络发布的商品或者服务信息符合要约条件的,对方选择该商品或者服务并提交订单成功时合同成立,但是当事人另有约定的除外。”这意味着,在一般情况下,消费者在电商平台购物时只要提交订单成功,双方的合同关系就成立,消费者付了钱,商家就得发货,不得随意取消订单。

对于商家取消订单、拖延发货或拒不发货的行为,消费者可以追究商家的违约责任。当然,凡事都有例外,如在疫情期间,消费者虽然提交订单成功,但商家确因疫情影响不能及时发货,就不构成故意违约,法律将此现象称作“不可抗力”,可以免除违约责任的。

(照片与文章内容无关)

专栏文章由北京德恒(宁波)律师事务所提供

相关链接之一

消费者不得利用商家失误“薅羊毛”

法律在强调维护消费者权益的同时,也没有忽视对商家等经营者各种合法利益的保护,在《民法典》中,针对一些“消费者”利用商家的失误,企图获得不当利益的行为作出了限制。我们先看一个案例。

2019年“双十一”前夕,一家水果店在某电商平台打出28.8元可购买2250千克橙子的促销信息,引来众多订单,涉及金额近700万元。之后,店家发现自己犯一个致命的错误,误将“克”标成了“千克”。商家如果真的按照其打出的价格发货,将会造成重大经济损失,这是商家难以承担的。

在上述事件发生后,一些消费者称,根据相关规定,只要提交订单成功就视为合同成立,商家就不得取消订单,那么,因为商家失误而出现类似

的“天上掉馅饼”情况时,消费者是不是就可以理直气壮地薅一把羊毛呢?

《民法典》第147条规定,如果商家的行为属于“基于重大误解实施的民事法律行为”,有权请求法院予以撤销。作为消费者,须知公平原则和诚信原则是民法典的基本原则,需要诚信消费,不能想着钻空子、薅羊毛,《民法典》第985条规定:“得利人没有法律依据取得不当利益的,受损失的人可以请求得利人返还取得的利益”。可以明确地说,消费者不能利用商家的重大失误“薅羊毛”。当然,在现实生活中,也有商家打着让消费者“薅羊毛”的幌子推销假冒伪劣产品,对此,消费者要擦亮眼睛,不能“薅羊毛”不成薅了一地“鸡毛”。

(李人鲲)

相关链接之二



日常生活中最常见的霸王条款

今天是国际消费者权益日。随着社会的进步,消费者对各种霸王条款的警惕性越来越高,但由于各种原因,霸王条款还没有完全从生活中消失,有关部门根据大量的案例分析,总结了以下几种最常见的霸王条款。

一、本商场有活动最终解释权

根据我国法律,“本商场有最终解释权”条款违反了法律强制性规定,属于无效条款。认定商场“最终解释权”条款为无效条款,是因为它违反了《民法典》中有关合同中的争议格式条款的解释原则的强制性规定。对于合同的条款,只有司法部门依法享有解释的权利,其解释具有法律效力,而当事人只能对合同作出自己的单理解,其“解释”不具有直接的法律效力。

二、一经办卡,概不退费

按照我国消费者与经营者之间商品服务合同所遵循的普遍惯例,除特殊商品和服务外,经营者均应当承担包换、包退等责任。原、被告之间约定的服务,不属于特殊商品和服务,虽然合同中未予明示,但也应遵循这一规则。因此,消费者在未获得服务之前,有权要求退还支付的价款。一些商家规定的入会费、会员使用费等不可退还的条款,将导致消费者在无法获得服务的情况下也需支付价款的不公平结果,这等于免除了经营者的义务。

三、赠品质量问题概不负责

商品买卖中的“买一赠一”的赠与,其实是一种附条件的赠

与,即受赠者首先必须购买另一件商品。根据有关法律,附义务的赠与,赠与的财产有瑕疵的,赠与人在附义务的限度内承担与出售人相同的责任,同时若赠与人故意不告知瑕疵或者保证无瑕疵,造成受赠人损失的,应当承担赔偿责任。

四、外带酒水,收取开瓶费

根据相关法律,格式条款提供人通过格式条款免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款一律无效。一些酒店按一定比例强收开瓶费,不仅违反了民事法律最基本的自愿、公平、等价有偿的原则,也侵犯了消费者享有的“自主选择商品或者服务”的权利和“公平交易”的权利。

五、收取消毒餐具工本费

餐饮服务者具有提供清洁餐具供顾客使用的义务,在经营者与消费者对消毒餐具费收取与否及收取标准没有明确约定的情况下,经营者无权向顾客收取该项费用。

六、酒店停车场免费,丢失概不负责

停车场是酒店的配套设施,其运作产生的成本已经分摊在酒店其他项目的消费上,消费者在酒店住宿消费支付的费用已经包括了酒店的停车服务费用,酒店让游客停车虽然是免费的,但在法律上,双方之间实际上构成保管合同关系,因此,旅客在停车期间,因酒店保管不善造成车辆毁损、灭失的,酒店应当承担损害赔偿赔偿责任。

(梅生)

销售假冒名牌鞋获刑两年四个月

近日,余姚法院以销售假冒注册商标的商品罪分别对张某和程某判处有期徒刑两年四个月,并处罚金8万元。

五年前,原籍江西的张某在深圳做销售时结识了同为销售员的程某,听说在广西南宁那边卖假冒名牌皮鞋可以赚钱,两人就动了心,他们各自凑了一万元,购进了一批假冒名牌皮鞋,开始沿街叫卖。

他们给这批假冒名牌皮鞋的定价是每双299元到699元不等,但由于生意一直不理想,两人就决定到浙江试试手气。

张某和程某在浙江“试手”的第一站是嘉兴。他们在当地找了一家酒店,租借酒店会议室作为销售场所。为了取得酒店方信任,张某还通过网络渠道伪造了工商营业执照和厂家授权证明。一切准备就绪

后,张某和程某“牛刀小试”,以展销会的形式销售出2000多双假冒名牌皮鞋。与此同时,他们还通过微信进行售假。

眼看着“生意”越做越火,张某和程某又招募了3人分别负责销售和售后。但张某和程某都知道,自己销售的所谓名牌皮鞋,虽然外表非常像,但毕竟是假冒的,随时可能露馅。于是,他们准备了一套说辞应对顾客的质疑。比如,如果有顾客质疑“名鞋”为何如此廉价,他们就以“断码货”来搪塞。同时,他们还严把“质量关”,只要有顾客来换鞋子,他们马上就给换新的,以保证“口碑”。

之后,张某和程某又辗转来到镇海、余姚,仍然以同样方式借高档酒店的牌子销售假冒名牌皮鞋。去年6月,张某和程某被余姚工商



部门查获。至此,他们共销售了假冒名牌皮鞋约4000双,获利十余万元。另外,执法人员在现场还查

扣尚未售出的假冒注册商标皮鞋1804双,价值35.8万余元。

(姚法)