

网络诚信 消费无忧

为贯彻党的十八大以来关于“发挥消费对增长的基础作用”的精神,落实新修订的《消费者权益保护法》,以及拟将通过的《消费者权益保护法实施条例》和正在全国人大常委会审议的《电子商务法》,结合当前国际国内消费维权工作面临的问题和挑战,推动消费环境持续改善,在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上,中国消费者协会确定2017年年主题为“网络诚信 消费无忧”。

年主题的涵义

目前,以电子商务为主要内容的网络经济发展迅猛,成为我国经济增长的强劲动力,对扩大消费、拉动经济增长、实现消费者自由选择自主消费发挥了不可替代的作用。但是,网络消费领域侵害消费者合法权益问题也日益凸显,制约了网络经济的健康发展,“互联网+”发展战略的实施。2017年消费维权年主题——“网络诚信 消费无忧”,是对网络经济中损害消费者权益不诚信经营行为的抵制,也是对建设放心无忧网络消费环境的呼唤。

“网络诚信 消费无忧”具有以下三个方面的涵义:一是倡导网络经济下诚信经营,强化网络经营者责任意识,切实落实法定义务,自觉保护网络消费者合法权益;二是建立完善网络消费者知情权、求偿权、交易权以及安全权等方面的消费者权益保护制度,发挥“互联网+”给消费生活和经济发展带来的新动力;三是发挥消协组织社会监督和桥梁纽带作用,搭建网络消费者保护社会共治平台,构建紧密相连的网络命运共同体,建设消费无忧的网络消费环境。

年主题的依据

第一,推动新兴网络消费领域环境改善,是提升消费品质释放消费潜力的必然选择。据有关资料显示,我国目前已经成为全球网民人数最多、电子商务渗透率最高的国家,电子商务零售市场规模全球排名第一,网络消费正在成为消费者生活形态和消费模式中新的消费符号。以互联网为载体的新兴网络消费满足了人们对消费品质的追求,使消费行为不再受时空限制,符合消费者对于个性化、多样化消费的需求。推动网络消费环境改善,对优化升级人们的基本需求、释放消费潜力、扩大消费、拉动经济增长具有重要意义。

第二,强化网络消费领域消费者权益保护,是依法履职的现实要求。一方面,“互联网+”时代最大限度地扩大了消费增量、盘活了消费存量,强化了消费者自由选择、自主消费权。另一方面,网络购物相对于实体店购物,消费者在知情权、求偿权、公平交易权、个人信息安全等方面面临更大挑战,一段时间以来网络经营者失信行为时有发生,消费者投诉难、索赔难,个人信息泄露事件频发,成为消费侵权的重点多发领域,网络消费者权益保护亟待加强。

第三,加大网络消费理性教育,是维护互联网经济良好健康发展的重要任务。面对新型网络消费模式,消费者普遍囿于地域限制、网络技术能力限制和对相关政策了解不足、消费信息不

对称、缺乏自我保护意识和能力,给不诚信的经营者造成可乘之机。开展网络消费者权益保护,重点还应加强消费者理性消费引导,提高消费者自我保护能力,对于营造安全放心的消费环境十分重要。

第四,日益完善的网络消费维权制度建设和机制创新,为深化网络消费者合法权益保护提供了重要基础。2014年新修订实施的《消费者权益保护法》和拟将颁布实施的《消费者权益保护法实施条例》,以及正在提交全国人大常委会审议的《电子商务法》都对规范网络消费做出明确规定。中消协于2016年启动建立了方便解决网络消费纠纷的“电商消费维权绿色通道”,探索创新网络消费监督和维权机制。日益完善的法规建设和制度创新,为下一步深入推动互联网领域消费维权、营造安心无忧的网络消费环境打下基础。

年主题的目标

一是以宣传贯彻落实《中华人民共和国消费者权益保护法》和拟将颁布实施的《消费者权益保护法实施条例》为契机,强化网络环境下消费者权益保护;

二是以促进消费品质提升为宗旨,依法履职不断推动重点网络消费环境的改善,发挥“互联网+”给消费生活、经济发展带来的新动力;

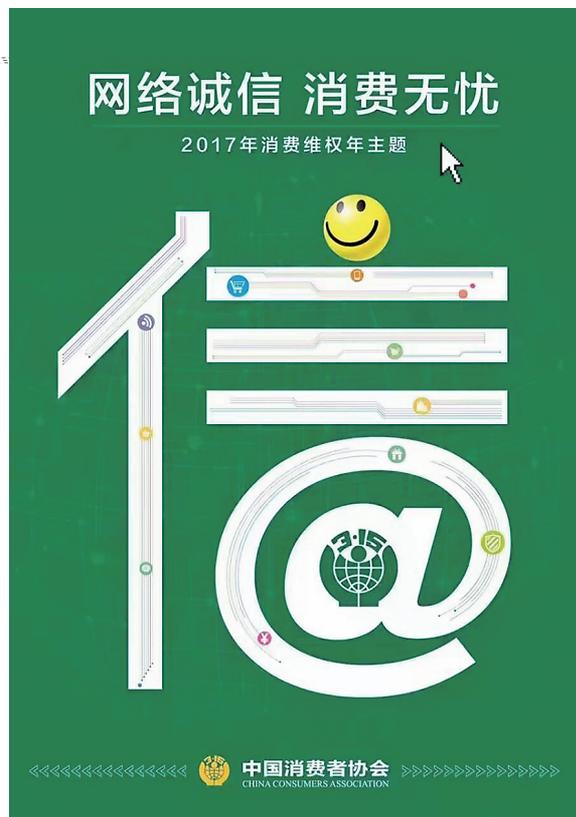
三是反映消费者呼声,主张消费者权益,全面履行法定职责,推动网络消费维权制度健全和机制创新,更加有力保护消费者权益;

四是从源头上减少和防范消费纠纷的发生,针对网络消费开展消费教育和经营者自律,营造安全无忧的网络消费环境。

五是创新投诉受理方式,充分发挥监督作用,加快受理解决网络消费纠纷方式的转变,拓展电商消费维权绿色通道,更加广泛覆盖电商平台和企业。

年主题的重点工作

围绕“网络诚信 消费无忧”年主题,中消协将联合全国消协组织开展以下工作:一是围绕年主题大力开展宣传活动,结合“3·15国际消费者权益日”及年主题专项活动,引导社会舆论关注网络消费热点问题,推动网络经济诚信建设;二是广泛宣传贯



彻新《消法》等相关法律法规关于网络消费者权益保护规定,发布网络消费预警,提高电商企业依法履责意识,提高消费者自我保护意识,增强网络市场消费信心,营造良好的消费氛围。三是加强对网络交易商品和服务社会监督,结合相关节日、“双11”等重要时间节点,针对网络维权难点领域,持续开展消费体察、服务评议、调查点评、比较试验、披露曝光等活动,督促网络经营行业和经营者加强自律。四是创新投诉受理方式,大力探索网络商品消费、服务消费等领域的消费纠纷快速解决机制,通过搭建和畅通电话、微信、互联网等渠道,方便消费者投诉与咨询,提升消费维权效能。五是拓宽与境内外消协组织的沟通交流,探索建立健全跨境海外代购消费维权协作机制,提升对跨国、跨境消费纠纷的解决力度,健全完善网络交易在线投诉及售后维权机制。

NO 1:快递公司延迟投送致新鲜羊肉发臭变质

【投诉案情】

崇明白山羊是崇明岛享誉内外的著名特产,又是崇明地理标志产品,其肉质鲜美,使崇尚美食的人们津津乐道,冬天食用羊肉有滋补助暖的养生作用。消费者小罗远在天津的朋友宋先生对崇明羊肉情有独钟,每年冬天均要小罗给他快递些崇明羊肉过过瘾。今年,他嘱咐小罗给他多寄些,以便过年让亲朋好友也尝尝鲜,小罗得知后,刚过完元旦,就着手给他张罗,托人宰杀停当,总共花费3600元,马上联系了某快递公司,并要求放了冰块并规范包装后交付投寄。该公司知道是新鲜羊肉,承诺走空运,三日内送达宋先生手中,罗小姐爽快地付了680元快递费。没想到一周后宋先生来电说,刚收到快递来的羊肉,但已发臭变质不能食用,罗小姐当即来到快递公司交涉。快递公司通过调查后告知罗小姐,由于中间恰逢双休日,罗小姐写的地址是公司,快递公司认为双休日没人而没有及时投寄,致使羊肉发臭变质。罗小姐要求快递公司对她造成的损失予以赔偿,但快递公司迟迟不予解决,罗小姐只好求助区消保委帮助调解。

【调查调解】

消保委接到罗小姐请求后,立即与快递公司取得了联系,快递公司承认罗小姐反映的情况属实,消保委明确指出本案中快递公司存在不可推卸的责任,应尽快给予消费者一定的赔偿,后经消保委多次督促,快递公司最终达成了2500元的赔偿协议。

【消保委点评】

本案中经营者快递公司口头承诺三日内送达,但实际延迟到五日后送达,致使新鲜羊肉发臭变质。快递公司违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第七条第一款规定“消费者在购买服务、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受侵害的权利。”按照第十一条、第四十八条第一项、第五十二条规定,经营者应当给予消费者赔偿。本案中消费者也应当吸取教训,对经营者提供的商品或服务尽量要进行书面约定,假如造成人身或财产损失后果的话,以便维护自身的合法权益。

NO 2:洗衣店衣服洗后缩水怎么办?

【投诉案情】

2016年5月的一天,天气已转暖,消费者施女士拿着一件羊绒大衣到附近一家干洗店进行干洗,该店对羊绒大衣按规定进行了收洗,并出具了收洗凭证。10天后施女士按时去取衣,拿回家试穿后发现羊绒大衣明显缩水,已无法穿着,施女士立即返回洗衣店进行交涉,双方各执一词,无法达成一致,施女士于是求助消保委。

【调查调解】

区消保委接到施女士求助后,及时联系双方进行了调查核实,最后经营者也承认施女士的羊绒大衣是洗衣店洗涤后内衬发生缩水引起尺寸变小,造成消费者无法穿着,经营者愿意承担500元补偿消费者,消费者最终也同意,双方取得了和解。

【消保委点评】

根据《洗染业管理办法》第十三条:经营者在接收衣物时应当对衣物状况进行认真检验,履行

下列责任:(一)提示消费者易损、易腐蚀及贵重饰物或附件,明确服务责任;(二)将衣物的新旧、脏净、破损程度和织物质地、性能变化程度的洗染效果向消费者说明。本案中洗衣店未尽告知消费者义务,造成了羊绒大衣内衬洗后发生缩水的后果。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第十一条规定:“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的,享有依法获得赔偿的权利。”第十八条规定:“经营者应当保证其提供的商品或服务符合人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务,应当向消费者作出真实的说明和明确的警示,并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。”第十九条规定:“经营者发现其提供的商品或服务存在缺陷,有危及人身、财产安全危险的,应当立即向有关行政部门报告和告知消费者,并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施,采取召回措施的,经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。”本案中的经营者未尽告知消费者羊绒大衣内衬洗后会发生缩水,理应承担一定的赔偿责任。

新消法典型案例解读



上海市崇明区市场监督管理局
上海市崇明区消费者权益保护委员会

消费维权热线:12315