



自“3·15”起:强化经营者责任义务

——市消保委以案说新《消法》(二)

《消费者权益保护法》是国家保护消费者合法权益法律法规体系中的核心与基础,是维护社会经济秩序,提振人民群众消费信心,促进社会主义市场经济健康发展的重要法律。新修改的《消法》从加强社会诚信建设、充实细化消费者的权益、强化经营者的义务与责任、规范网络购物等新的消费方式、进一步发挥消费者保护组织的作用、进一步明确行政部门的监管职责等方面作了修改与完善。本刊选取了新《消法》对经营者义务与责任产生重大影响的方面,以真实的案例对比新《消法》实施前后法律后果的不同,旨在更生动、更详尽地解读新《消法》,把握新《消法》传递的立法理念。

1 诚信档案让不法经营者“无处遁形”

消费者张先生投诉反映,他在某网站购买了一盒价值888元的阳澄湖大闸蟹,收到礼盒后发现盒内大闸蟹不仅缺斤短两,大闸蟹上的防伪标识经相关机构鉴定为假冒。于是,张先生向消保委投诉,在消保委的敦促下,网站为张先生办理退货并赔偿了张先生888元(退一赔一)。

消保委还将该网站的侵害消费者合法权益的行为反映给了相关政府部门。相关政府部门也依法对该网站作出了“责令改正,并处罚款一万元”的行政处罚。

【点评】

1.网站的赔偿额将大幅提高。对于欺诈这种不诚信的行为,现行《消法》的规定为“退一赔一”,而新《消法》的规定是“退一赔三”。也就是说,张先生可以获得2664元的赔偿。

2 让霸王条款真正作废

消费者方小姐在某健身中心参加了免费的体验活动,在活动过程中认为该健身中心软硬件条件都不错,就购买了价值18000元的两年期会员卡并签订了合同。两个月后,合同还未开始履行,方小姐因调动至外地工作向健身中心提出了退卡申请。健身中心称,方小姐可以单方解除健身合同,但须按照合同约定支付总价40%的违约金。也就是说在方小姐未接受任何服务的情况下,或将损失7000多元。

方小姐表示该条款极为不合理,当初免费体验时,销售人员一味推销会员卡,只是让她匆匆看了一眼合同便催促其签字。而且合同中关于违约责任的约定用极小的字体写在了合同最下方,很难发现。

【点评】

1.新《消法》规定,经营者必须将格式合同中有关商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容,向消费者充分提示,并按

2.网站受处罚的金额将大幅提高。现行《消法》对于“欺诈”这种不诚信行为的处罚规定为“没收违法所得、处以违法所得一倍以上五倍以下的罚款,没有违法所得的,处以一万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿、吊销营业执照”。而新《消法》的规定是“没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款,没有违法所得的,处以五十万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿、吊销营业执照”。

3.网站的违法行为将被记入诚信档案,向社会公布,将直接影响其中申报各类奖项、著名商标、银行贷款等。现行《消法》并没有涉及诚信体系,而新《消法》则规定经营者的不诚信行为,除依照法律、法规规定予以处罚外,处罚机关应当记入信用档案,向社会公布。

照消费者的要求予以说明。本案例中,违约责任是与消费者有重大利害关系的内容。按照新《消法》,健身中心应当主动提请消费者注意,而健身中心非但没有主动提示反而用极小的字体故意让消费者忽略这条,其主观目的就是想加重消费者的责任、减轻自己的责任。

2.提示义务与说明义务的履行方式必须是以“显著方式”提请消费者注意。包括在合同订立时采用足以引人注意的文字、符号、字体等特别标识;向消费者说明时用通俗、易懂的语言等。

3.不得作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

4.违反法律强制性规范的格式合同条款自始无效,经营者未尽到提示义务与说明义务的格式合同条款属于可撤销的条款,消费者可以主张撤销。新《消法》实施后,类似方小姐的情况,消费者可以行使撤销权。

3 缺陷商品召回全覆盖

消费者金先生购买了某品牌小型电暖器,使用过程中接上电源5秒钟内发现明火,致使家中枕头等床上用品烧坏。消费者遂与销售商交涉,但销售商与生产商始终推诿。最终生产商提供了产品合格证、使用说明书等有关证明,并表示电暖器上有3C认证标志,产品符合国家相关规定,电暖器没有质量问题。当消费者问及起火原因时,生产商解释是由于电源线未紧插电插座造成的。

【点评】

1.电暖器生产商应当保证其提供的产品不存在危害消费者人身、财产安全的危险。如果在产品投放市场前,已经知道电源线未紧插电插座易引发火灾的,生产商应当有明确的警示并标明消费者应正确使用的方

在产品投放市场后,才发现该电暖器产品存在电源线未紧插电插座易引发火灾的缺陷的,应当立即向有关行政部门报告和告知消费者,同时主动召回缺陷产品。

2.需要注意的是,在上述情况发生时,经营者可以根据商品的不同性能、特点、作用、缺陷的状况、损害发生的概率等情况采取这些具体措施的一项或者多项,以防止损害发生或者进一步扩大,已达到避免对消费者人身、财产安全造成危害的目的。

3.经营者明知商品或者服务存在缺陷,仍然向消费者提供,造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的,受害人有权要求经营者赔偿损失,并有权要求所受损失两倍以下的惩罚性赔偿。

4 欺诈行为“退一赔三”保底500元

消费者李先生在某耳机专卖店里看中一款耳机,经店员介绍该款耳机系法国原装进口,音质好,无杂音。李先生也看到耳机上标注的是Made in France,遂购买了该款耳机。李先生的朋友看过耳机后告知李先生这款耳机不像是进口耳机。李先生向有关部门进行举报。

有关部门介入调查后发现,该耳机产地系国内,但是专卖店为牟取更多利润,以国产商品冒充进口商品欺诈消费者,李先生向消保委进行了投诉。在消保委的督促下,经营者对消费者进行了退一赔一的赔偿。

【点评】

该商家故意告知李先生有关耳机的虚假情况,欺骗李先生,诱使其作出了错误的意思表示而订购了该耳机。

5 让金融消费跟忽悠说不

消费者陈先生去某银行办理个人储蓄业务,却被该银行工作人员介绍到与银行有关联的某证券公司。证券公司的销售人员向陈先生推荐了一款收益率高达20%的理财产品,并表示该产品挂钩某国际大宗商品的价格,并承诺该大宗商品在未来一年内会大幅上涨,收益可观,陈先生认为机会难得遂购买了该理财产品。

该产品的合同很简单,其中只列举了收益的计算方式,而没有提示相应风险。理财产品到期后,该产品不但未盈利,反而亏损了30%,陈先生表示强烈不满,但证券公司却表示,国际市场价格变幻,国际大宗商品价格走势难以预测。故该理财产品的风险应由消费者承担。

【点评】

现行《消法》对于消费者在金融服务领域中遭到经营者的不法侵害处于一种“真空”状态,而新《消法》则新增了“提供证券、保险、银行等金融服务的经营者,应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量或者质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息”的规定。

对于一些金融产品,尤其是与国际大宗商品价格挂钩的金融衍生产品,消费者普遍缺乏相关专业知

6 故意误导消费者“绝不姑息”

2013年国庆节期间,某知名快餐连锁企业推出了为期两周的“桶桶半价”套餐优惠活动,并在媒体上进行广告宣传。消费者杨小姐一直是该快餐品牌的忠实粉丝,看了广告后颇为心动,以为可以享受原来“优惠桶”的半价优惠了,于是就在10月3日前去就餐,并点了宣传的“优惠桶”套餐。用餐时,她赫然发现这个“优惠桶”套餐里的东西和原来“优惠桶”的套餐根本不一致。消费者杨小姐当即向餐厅服务人员进行交涉,对方称,他们此次推出的“桶桶半价”是指新的一款“优惠桶”套餐半价,而不是消费者可以半价享用原来的“优惠桶”套餐,里面的商品当然和原来不一样。

杨小姐认为,该快餐企业一直以来只有一种“优惠桶”套餐,广告宣称“桶桶半价”,以为可以用半价购买原来的“优惠桶”套餐,现在竟然说是新的品种,这不是明显误导消费者吗?该企业这种做法涉嫌欺诈消费者,故向消保委投诉。消保委调查协调后,劝谕该企业停止误导消费者的宣传。最终该企业要求门店在售卖“桶桶半价”套餐时,须对消费者做好解释和说明的工作,原定

的促销期限也相应缩短。

【点评】

现行《消法》规定,经营者在提供商品和服务时不得作引人误解的虚假宣传。在现实中,经营者作引人误解但不虚假的宣传或虚假但不引人误解的宣传给行政机关和司法机关适用法律设置了障碍。本案例中,经营者就是用引人误解的广告宣传,让消费者陷入错误的认识,并作出了错误的意思表示。在现行法律框架内,经营者的行为可谓是打了一个擦边球,不构成行政处罚的要件,但却明显地侵害了消费者的知情权和公平交易权。

新《消法》为了更好地保障消费者的合法权益,于第二十条中规定,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。这样的修改将引人误解和虚假作为或然关系,弥补了原本的法律漏洞。其次,新《消法》更为严格地要求经营者提供的信息应当全面,必须将可能影响消费者作出选择的全部信息予以充分披露,防止经营者消极地向消费者隐瞒有关商品和服务的重要信息。