

虚假宣传、以次充好、退货困难、售后差劲、维权无门……

网络购物投诉居高不下

本报记者 屠仕超 房浩

随着网络购物行业呈爆发式增长,网购数量不断壮大、用户量不断增加,网购也成了消费者维权投诉的重灾区。本报 962288 新闻热线 02152928686 短信爆料平台及新民网上海滩微博爆料平台,屡屡接到消费者关于网购的投诉。消费者的投诉主要集中在商品质量与描述不符、以次充好、销售假冒伪劣商品、买到假货后商家消失无法维权、团购规则或服务随意变更、网络购物售后服务无法保障等。

本报记者就此展开调查,给网络购物的乱象“挑挑刺”。

一号店多起虚假宣传：标价9.9元相机卖509元

严先生在“一号店”网站上购买了一粉一银两款,标题为“只要 9 块 9! 尼康 Nikon Coolpix S2500 便携相机”的商品,在付款后,严先生发觉网站实际收了 1018 元的货款,拨打一号店客服热线 400-007-1111 后,得知是该网站文字描述错误,这款商品的实际销售价格是每台 509 元。严先生要求以 9.9 元的价格发货并退还多余货款,与一号店协商多次未果,客服人员始终强调商品的实际价格为 509 元。

赵女士参加了一号店“48 小时一折起”的打折活动,购买了 2 件单价为 28 元的商品。次日上午,赵女士在一号店发现该商品单价由之前的 28 元降到 18 元。赵女士打客服电话要求给予合理解释,并退货。客服拒绝,称非质量问题不予退货。

时先生在一号店购买了昆仑山牌和田玉大枣,货款已付。一个多月后,一号店仍没发货。期间,时先生曾多次与商家沟通,要求按订单发货。一号店以“没有货了”为理由拒绝发货,但是同品牌同样的枣竟然还在一号店销售。

由于非质量问题产品不能退换货,遇到上述 3 位消费者提到的情况时,很多人自认倒霉,默认了商家的错误,也有些消费者并不甘心为商家的错误买单。是否消费者应该无条件地接受价格突变,产品缺货等由商家说了算的种种变更销售内容的理由呢?

《中华人民共和国广告法》规定广告不得含有虚假的内容,不得欺骗和误导消费者,违反本法规定,发布虚假广告,欺骗和误导消费者,使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的,由广告主依法承担民事责任。另外,《合同法》也规定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。

律师表示,不管一号店是否有意标错产品购买价格,都应该按网站宣传的价格出售商品,严先生等人可以拿起法律武器,维护自身合法权益。



电子商务高速发展,但缺少相应的行业监管法律准则
屠仕超 摄

凡客V+商城退款不给力

今年 7 月 3 日,网友在凡客 V+ 购买一条黑色七分哈伦裤,在货物还没发送时就发现降价,等到快递来后发现尺码偏大。7 月 9 日,她在 V+ 网站按流程办理自助退货,很多天后,上网站看退货订单上标注“您的退货已接收,等待返回库房。”但过了很久,货款也还没有退还给她。

无独有偶。吴小姐 8 月 29 日在凡客诚品旗下网站 V+ 商城购买了一双乐薇女鞋,收到货后发现鞋子质量有问题,和商城沟通后寄回换货。9 月 1 日,她收到换货仍有问题,拒收后就和商城沟通退货,退货商品于 11 日已送达商城仓库,但退款一直未返回给她。吴小姐多次与商城沟通,他们只是一味叫她耐心等待,过了很长时间都没有有结果,客服也没再给她打过电话。

据《2012 年(上)中国电子商务用户体验与投诉监测报告》监测统计,退款问题、订单取消、发货迟缓、商品描述不符、网络售假、售后服务、网购诈骗、物流快递、虚假促销、虚拟交易诈骗、退换货难、账户被盗为 2012 上半年度网络购物热点投诉问题。

对此,中国电子商务研究中心网购维权专家姚建芳表示,退款速度直接影响用户体验以及用户信赖度,因此电商企业应当及时帮助用户办理退款,在处理中遇到任何影响退款速度的情况都应及时联系用户说明情况,保证良好的用户购物体验。

京东网网购买到“翻新机”

网购 iPhone4 手机,官方检测或为“翻新机”,欲退货又被告知“已过退货时间”。2011 年 2 月,读者周先生致电本报 962288,投诉在京东网上购物碰到的烦心事。

周先生说,2 月 9 日他在京东商城网购了一部 iPhone4 手机,价格为 7000 多元。两天后快递到货,他打开包装试用,却发现怎么都无法开机,并且不能充电。当天下午,他携带手机前往苹果官方授权检测站检测,报告显示,该手机无防拆贴,主板和电池均有进液现象,电池严重腐蚀。周先生又专程前往另一检测点和苹果专卖店再作检测,结

果均是如此。“像这样的手机,网上都说是‘翻新机’。”周先生说。

周先生说,发现手机不能开机的当天,他就联系了京东客服,但对方以“已过退货时间”为由拒绝退货。12 日下午,周先生在网提交退货申请书,再次联系客服,对方称将派工作人员前去核实。

除了产品质量问题,京东网的其他服务质量也为消费者诟病。今年 5 月,肖女士在京东商城选购了一台格兰仕空调,但买回来后就不断维修。在无奈之下,她决定向京东商城申请换货,但接下来的过程却让她气愤不已。通过格兰仕售后和京东商城的客服,肖女士了解到,要将维修证明上传至京东商城,但上传后京东商城没与她联系,就直接拒绝了她的申请。

最终,肖女士致电京东商城客服要求退货,而坏了的空调始终放置在办公室内。“我等了几天都没有消息,网页上也没有显示退货进度,打电话给客服才知道,他们并没有给我走退货流程,而是换货流程。”肖女士非常不满。

新蛋网优惠活动被指有猫腻

今年 2 月中旬,新蛋网为了促销,曾推出一项名为“邮件独享时刻”的活动,网站承诺:“前 2000 名点击用户,可获得神秘蛋券 1 份,可在新蛋网上购买任意产品使用,有效期至 2 月 29 日。”

读者沈小姐在 2 月 22 日参与了新蛋网的邮件活动,点击进入后没几分钟就收到新蛋发来的 2 封邮件,“他们说 I 获得 2 张蛋券,一张是满 499 元减 20 元,另一张是满 999 元减 50 元。”

几天后,沈小姐挑选好一款手机并在新蛋网下单,可当她准备使用蛋券时发现券已经被使用了,于是她立刻致电新蛋网投诉,不料对方竟答复称,不能保障参与活动的用户一定能使用蛋券,沈小姐获得的是通用券,前面的人用完了后面的人就不能用了。

这样的说法显然无法让沈小姐接受,在他看来,既然 2000 张券是限定的,为何不绑定用户账户? 明明拿到了券,又是怎么被别人使用的呢? 更重要的是,新蛋网针对此次活动的介绍页面上也并未注明,多少用户使

用之后,其他用户手中的蛋券就作废。

直到 3 月 5 号,新蛋网终于在官网上发表了致歉声明称:“新蛋商城于 2012 年 2 月 20 日发出的促销邮件中出现了优惠蛋券无法正常使用的情况,经查证,出现蛋券无法使用的原因是在活动说明中对优惠券的使用规则表述不够详细和醒目,引起部分消费者误解所致。”新蛋网同时承诺,将为活动期间成功参与的用户补偿等额蛋券。

当当网身陷“售假”门

今年 4 月,李先生在当当网上购买了一款型号为 EF-543D-1A 的卡西欧手表,该手表原价 2104 元,当当网售价 568 元,相当于 2.7 折。李先生当即下单购买,但商家发来货后,他却发现手表上一个 24 小时的小表盘指针始终纹丝不动。

李先生怀疑自己买到了赝品,于是到多家商场的卡西欧销售点,希望能帮忙检验真伪,却都被拒绝。最终,李先生不得不找到当当网的总部,工作人员坚称,手表的确是真的,只是进货渠道很神秘,所以不能保修。

事件经媒体披露后,当当网高级公关总监随后回应称,公司已将所有货品下架处理。但这次事件中涉及的商家在亚马逊中国和京东商城上也开店卖表或其它商品。

据了解,目前高端品牌对于电商网站的态度相对谨慎,不会轻易将产品直接授权电商经销,所以国内大部分网络商城都是从多级经销商拿来水货进行销售,而一旦其中混入假货,由于缺少必要的监管和法律约束,消费者也很难察觉。

律师表示,如果消费者网购到假货,可以持相关凭证,比如购买商品并支付货款的凭证、所购商品为假货的凭证,要求电商网站承担违约责任,交付真货并赔偿损失,或者要求解除购买合同、退还货款并赔偿损失。如果电商拒绝承担责任,消费者可以向消费者协会投诉、向工商部门举报,或者向法院起诉。

当当网网购积木到手变糖果

今年 9 月 3 日,丁女士在当当网购买了 5 种不同系列的乐高积木,总价值为 1435 元。“当天在收到货时,我看到产品的外包装非常完整,没有任何问题。”然而当她拆开包装后,自己却被眼前的一幕震惊了,“只有一包糖果和长尾夹,没有一块积木!”

丁女士立刻联系当当网的客服人员,要求退货。可对方却回复称,若消费者怀疑产品质量有问题,就一定要出具相关的质检凭证,否则无法退货,并表示会将丁女士的问题记录下来,随后会汇报给相关部门来处理解决。

几天后,丁女士接到了当当网客服人员的来电,对方先是称“当当网发错货了。”但这个理由很快被丁女士否定了:“发过来的的确是乐高积木,只不过里面的东西不对。”当当网随后称“那就是乐高装错货了,请你直接和乐高厂家联系确认”。

记者致电当当网,对方坦言:“对于消费者遭遇的问题,当当网与乐高厂商肯定有不可推卸的责任,但至于问题到底出在哪方面,我们这边还正在调查处理中。”最终,经双方协商后,当当网方面同意为消费者退货,并再补偿 200 元的当当网购物券。

【相关链接】

电商发展缺少法律准则

中国电子商务研究中心前日发布的《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》显示,去年全年“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”接到电子商务投诉案例约 10 万起,其中网络购物投诉占总投诉的 52%。

中国电子商务研究中心发布《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》,报告显示 2011 年中国网络购物用户规模已达 2.03 亿人,同比增长 28.5%。

对此,中国电子商务研究中心网购与维权专家王周平认为,在网购过程中,消费者常常遭遇

实物与照片不符的情况,建议消费者在购买前致电客服就商品的细节做相关的了解,尤其单价高的产品更需慎重。

中国电子商务研究中心网购维权专家姚建芳则认为,“电子商务投诉量大,根源在于电商的发展缺少相应的行业监管法律准则,电商企业对用户的购物体验重视度仍远远不够。”

此外,当商家与消费者发生纠纷时,消费者由于证据不足等原因,往往处于弱势,导致投诉无门,维权无效。

网络购物存在四大问题

网络购物存在的四大问题:一是购物网站缺乏明确的消费保护引导和消费保护制度。消费者普遍对购物网站的信息表述理解不清,在网络购物中的购物依据无法保存,购物发票、电子交易凭证仍旧无法有效获得。

二是购物网站鱼龙混杂。普通消费者无法识别销售平台的手续是否合法、资质是否完善,缺乏亮照经营的约束,特别是在“团购”上。

三是物流与支付一直以来是电子商务投诉的热点和难点。消费者在购物过程中不能自由选择物流体系和支付系统,支付款项流转不清、未签收的货品被告知已签收等投诉一直居高不下。

四是数字产品投诉成为新热点。移动网络的话费充值、套餐服务、软件产品下载等方面管理尚有缺陷,虚拟财产缺乏保护措施。