



“剁手党”摩拳擦掌 电商团短兵相接 红包秒杀
背后却有人欢喜有人愁 法律专家提醒——

“双11”网上掉“馅饼”也掉“陷阱”



本报记者
宋宁华

“双11”不仅是光棍节,更是购物狂欢节,天猫、京东、苏宁易购等大型电子商务网站已进入短兵相接的“肉搏”模式。作为“双11”的主角,消费者在这场狂欢中除了享受购物的快感,也要防止产生一些令人“糟心”的法律风险。

1 下单看准网站 别“走错门”

“双11”前夕,天猫和淘宝向上海市浦东新区人民法院申请诉前禁令,理由是被申请人上海载和网络科技有限公司(下称“载和公司”)、载信软件(上海)有限公司(下称“载信公司”)旗下的“帮5买”网站,涉嫌以流量劫持的方式不正当竞争。浦东新区法院裁定,两名被申请人立即停止将网页插件嵌入天猫、淘宝网页的行为。这是全国首例针对流量劫持的不正当竞争行为发出的诉前禁令。

载和公司、载信公司不服裁定申请复议。昨天下午,浦东新区法院组织双方听证,并当场作出了复议决定。

让天猫、淘宝一怒之下诉诸公堂的源于一个叫“帮5淘”的网页插件。据天猫、淘宝称,“帮5买”网站推出的“帮5淘”网页插件,名为比价软件,实际上是劫持流量的恶意插件,安装后很难卸载。由于“帮5买”网站的设计与天猫、淘宝相似,这种做法不仅劫取了其商业利益,更对其市场形象带来负面评价,已构成不正当竞争。为了阻止这种不正当竞争行为,天猫、淘宝曾做了安全升级,但被载和公司及载信公司破解。为此天猫和淘宝向浦东新区法院起诉,并递交诉前禁令申请书。

昨天下午的听证会上,围绕双方是否存在竞争关系,以及被申请人的经营模式是否存在构成不正当竞争的两点争议焦点,天猫、淘宝与载和公司、载信公司展开激辩,阐述了各自的理由。

浦东新区法院知识产权庭法官评议后认为,根据现有证据,“帮5买”网站除提供商品信息搜索服务外,还就该网站出现的商品提供购买服务,属于购物网站,因此本案双方当事人之间具有直接竞争关系。复议申请人载和公司、载信公司将“帮5淘”网页插件嵌入天猫、淘宝网页的行为,容易导致用户就双方关系产生误解,有可能构成不正当竞争。据此,法院作出决定,驳回载和公司、载信公司的复议申请,维持原裁定。

法律风险>>>

“流量”一词大家并不陌生,指的是上网需要的数据量。但什么叫“流量劫持”?很多人可能并不了解,其实这种情况许多网民都曾遭遇。据专家介绍,如果你想访问A网站,但是有人偷偷做了手脚,让你实际上打开的是B网站,这就叫流量劫持。



图 IC

京东阿里互掐 工商总局发话

2015年的“双11”,注定不平静。两大电商巨头先掐起架来。京东实名向国家工商总局举报阿里巴巴,称其在“双11”促销活动中胁迫商家“二选一”,扰乱电子商务市场秩序。昨天,国家工商总局局长张茅在阿里巴巴集团调研时表示,不得限制电商经营者参与公平竞争,不以恶意营销手段参与竞争。

张茅表示,当前网络交易市场还存在一些损害消费者权益等问题,需要认真研究加以解决。电商平台企业作为构建诚信守法的网络交易环境的第一责任人,首先就是要依法依规开展经营活动。互联网不是法外之地。要自觉维护公平竞争的市场秩序,充分、公平、有序竞争,不得限制电商经营者参与公平竞争;不以恶意营销手段参与竞争,自觉树立起电商平台的良好信誉和形象。

上海市工商局网监处相关负责人昨天表示,本市尚未收到相关性质的投诉举报。 本报记者 陈杰

前三季度网购投诉同比增48%

售后不到位、产品质量差、经营未履约列投诉前三位

昨天下午,针对“双11”促销热潮,市工商局约谈了40家电商企业。会议上传出信息,今年1-9月,全市电子商务交易额达到10709亿元,同比增长18.1%,其中网络零售持续保持高位增长,实现交易额2903亿元,同比增长44.9%。与此同时,网络交易规模高速扩张带来的问题也已显现:一方面消费者投诉迅速增长,据市工商局12315申(投)诉举报中心统计,前三季度全

市共受理涉及网络购物的投诉4.1万件,同比上升48%,其中售后服务不到位、产品质量差、经营者未履行约定三类问题位居前列。

产品质量问题突出。据市工商局今年对多家网购平台销售的66个批次的鞋类、服装、儿童家具质量抽检显示,有24个批次不合格,不合格率达36.4%,与在实体店抽检的同类商品相比,高出近10个百分点。违法案件也时有发生。今

年以来本市工商(市场监管)部门共查处网络交易违法案件1023件,罚没款3409.96万元,清理关闭非法主体网站1497个,排名前三位的是虚假宣传、违法广告和侵犯商标权案件。

据市工商局网监处相关负责人李弘介绍,市工商局检查了本市重点网站集中促销活动以来的发布网页信息,发现的突出问题包括:促销活动公示不到位,规则表

述不清晰,如“买一送一”、“中奖率100%(如标明奖品为iWatch,其实只有一台,其余均为小奖品)”等优惠奖励有误导消费者嫌疑;信息审查不到位,存在虚假宣传、广告违法情况,如使用绝对化用语、虚假打折(先提价再打折)等;法律执行不到位,消费者合法权益不能得到有效保障,如擅自设置不适用7天无理由退货的条款。

本报记者 陈杰

为了拉高销售额,一些小网站可能会借此方式搭大网站的“顺风车”,而不明真相的消费者很可能就此“躺枪”。因此,疯狂血拼前一定要先看好“大门”,再掏腰包,防止事后发生纠纷。

2 不是每个优惠都“便宜”

“领红包,1折买全球,秒杀不停手……”买买买,“双11”的诱惑让不少“剁手族”欲罢不能,“双11”前就将商品塞满“购物车”,熬夜到凌晨只等“秒杀”这激动人心的一刻。

“剁手族”方小姐也是“双11”的一员,只是比起前些年谨慎了不少。因为在往年的“双11”过后,她发现有些商品在其他节令打折力度也不低,一些商家还出现拉高原价、折扣“注水”、“先涨价再打折”的情况。

为此,一些消费者干脆未雨绸缪,平时就做足功课,留意价格,或者用比价软件货比三家,不被商家让利赚头“忽悠”。甚至有消费者发现,尽管此“红包”彼“打折”名目繁

多,但居然还有商品在“双11”后反而价格更低,让人郁闷不已。

法律风险>>>

事实上,2002年1月1日国家计委出台的《禁止价格欺诈行为的规定》已认定了13种价格行为为价格欺诈行为,其中网购时容易遭受以下几种价格欺诈:

■ 使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价,诱导他人入与其交易的;

■ 标示的市场最低价、出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的;

■ 降价销售所标示的折扣商品或者服务,其折扣幅度与实际不符的;采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时,不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为伪劣商品的;

■ 虚构原价,虚构降价原因,虚假优惠折价,谎称降价或者将要提价,诱骗他人购买的。

一旦遭遇价格欺诈如何维权?据《消费者权益保护法》相关规定,经营者提供商品或者服务有欺诈骗

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3倍;增加赔偿的金额不足500元的,计为500元。法律另有规定的,依照其规定。

3 打折商品质量也“打折”

每年的“双11”过后,火爆的网上销售量随之而来也带来投诉率暴增等各种“后遗症”。物流集中,导致产品品质跟不上,一些网友反映线上、线下产品的质量存在出入,甚至还有“山寨品”趁机浑水摸鱼。

白领徐小姐在“双11”抢购了一套家具,因为网上和该品牌专卖店询问的差价达千元左右。收货时才发现,家具除了颜色和款式与专卖店一样外,材质、大小都与专卖店有很大区别。几经交涉,商家才终于承认销售的是高仿品牌,同意退还1000元钱,但要求赵小姐取消“差评”。“没想到贪点小便宜遭遇了山寨品,以后购物一定要多留个心眼。”徐小姐说。

法律风险>>>

网络购物看得见摸不着,商品只有到货后才能辨别正品与次品的差距。网购时遭遇质量问题该怎么办?根据《消费者权益保护法》相关规定,经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的,消费者可以自收到商品之日起七日内退货;七日后符合法定解除合同条件的,消费者可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。

但值得注意的是,并非所有商品都可以享受“七日内无理由退货”。根据《消费者权益保护法》相关规定,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,但下列商品除外:消费者定作的;鲜活易腐的;在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品;交付的报纸、期刊等。