



# 讲诚信 促消费 惠民生

主题专刊

上海市工商行政管理局 上海市消费者权益保护委员会 新民晚报社 联合主办

## 网络购物真方便 售后服务待提高

### ——市消保委对网络购物开展模拟消费体验

文 肖宝

随着电子商务的迅猛发展,网络购物以其便捷、低价的特点成为众多消费者热衷的消费方式,在扩大内需、拉动消费、促进流通现代化方面发挥着越来越重要的作用,但同时有关网络购物的消费纠纷也逐年上升。为此,2012年,上海市消保委依据法律法规赋予的社会监督职能,首次对网络购物服务领域进行了模拟消费体验。选择了知名度较高的26家从事百货、家电、服装、化妆品零售的电商企业,购买了94件商品,商品种类包括食品、家居用品、服装鞋类、保健食品、日化用品、家电数码、化妆品、婴童用品等,并依据相关法律法规及各电商企业公示的服务承诺,对照其销售商品的价格、宣传、配送、售后承诺等情况,发现存在不少问题。



“消费者”正盯着电脑屏幕上京东、苏宁、国美三家网上商城,对比各种家电的价格变化,以期在三大家电巨鳄的博弈中获取到自己的利益  
本版图片 IC

商电话告知消费者促销活动已结束,所以在货到后需支付199元;有3家电商企业在商品送达后一直未提供消费发票。

有部分电商企业对于商品断货、缺货造成合同无法履行的情况,采取的处理方式为单方面取消订单。如某电商规定:“若用户订购的产品发生缺货,则本站及用户均有权单方面取消订单,并以有效方式通知对方。”

#### 免除或限制自身责任

一些电商企业对其自身原因引起的责任承担进行了免除或限制。如北京当当网信息技术有限公司(当当网 www.dangdang.com)在其“当当网交易条款”中规定:“合同的订立:当您所购买的商品离开了当当网的库房时,该物品的所有权和灭失风险即转移到您这一方。”“产品说明:当当网努力使产品说明尽可能准确。不过,我们并不保证产品说明或当当网网站上的其他内容是准确的、完整的、可靠的、最新的或无错误的。如果当当网提供的产品本身并非如说明所说,您将未经使用过的产品退还我们。”还有些电商企业对自己应承担的责任设置了上限,如“本公司单方赔偿的最大的限度不超过客户订购产品的总价”“退货确认后会将运费以积分的形式直接打入您在网站的账户中(最高上限为15积分)”等。

#### 消费者选择权被排除

部分电商企业对于符合退换货条件的商品,规定只可退货不可换货。如北京世纪卓越信息技术有限公司(亚马逊 www.amazon.cn)规定“入驻卖家(亚马逊物流)的退换货流程”为“入驻卖家出售的商品只能办理退货,不办理换货。如果商品符合退换货条件,可以将商品退回。退货后将商品相应款项退至您的礼品卡账户或电子账户中。如您还需要此商品,建议您重新订购。”这样的规定排除了由消费者选择换货的权利,特别是对于购买促销产品的消费者是不公平、不合理的,因为消费者在退货后可能无法以促销价格重新买到该商品。此外,对于消费者因商品质量问题退换货而产生的退货款项或寄递费用,部分电商企业将其直接退还至消费者在该电商企业的个人账户中,也同样排除了消费者选择的权利,如“非上门办理退货服务的订单,请您将需要办理退货的商品送至我司就近门店或寄回。待我司收到商品后,我们会尽快为您办理退货,并将退货款项退至您的账户中,平邮费用将以购物券的形式返还至您的账户中”“运费说明:自客户收到商品起7日内因质量问题退货;15日内因质量问题退货,通过快递寄回商品而产生的运费将以返利方式退至客户账户中”。这样的规定对于以现金、网上银行或使用第三方支付为消费者而言是不公平、不合理的。

#### 呼吁电商讲诚信强售后

对于网络购物服务领域存在的这些问题,市消保委认为,网络购物发展趋势迅猛,消费量越来越大,亟待加强规范,尤其要从源头抓起,电商企业要承担其责任,进一步增强诚信经营意识。一是要向消费者提供真实、全面的网站信息,在网页上标明公司真实名称、地址,保证标价和商品信息的真实准确;二是切实履行向消费者作出的承诺,杜绝随意取消订单、送货延迟等违反约定的情况;三是加强内部管理,完善售后服务。

同时,消费者在网络购物中,一是要选择信誉好的网站。注意网页上是否标明了电子营业执照、ICP经营性网站备案号、联系地址和售后服务电话等信息;二是要提高自我保护意识,注意保存相关网页资料、网络聊天记录、网上付款电子凭证等,以便于日后维权;三是要货比三家,消费者在购买时要对商品的价格、性能等信息多做比较,选择符合自己需求的商品。



网络电商“造节”促销



网购食品今年纳入安全监管,重点监控婴幼儿食品

#### “原价”“市场价”水分大

网络购物的价格优势是吸引广大消费者的重要因素,而一些电商企业在商品价格上故弄玄虚,误导消费者。此类现象在本次体验中主要表现为两个方面:一是“原价”或“市场价”标注涉嫌违规。本次体验中发现大多数电商企业都在商品售价之外标注了“原价”或“市场价”,购买的94件商品中有75件存在此类“双重标价”现象,且两个价格差距普遍较大。如凡客诚品(北京)科技有限公司(VANCL 凡客诚品 www.vancl.com)所售的一款女士T恤标注“市场价”为129元,网站售价为39元;上海新蛋电子商务有限公司(新蛋网 www.newegg.com.cn)销售的一款“palalo 伴家乐品茗三件杯”标注“市场价”120元,网站售价为59元。而电商企业对这些所谓的“原价”“市场价”大都不能提供充分的依据。二是价格促销活动涉嫌虚假。体验中发现一些电商企业以“全网最低价”、“限时抢购价”等噱头吸引消费者关注,但实际上这些所谓的低价虚假成分很大。有的“全网最低价”,实际比同类型电商企业中售价还高。三是结算价与标价不符。如上海正广和网上购物有限公司(一米生活 www.85818.com.cn; www.1mlife.com)销售的一款洗发露标注“原价”85元、“限时

特价”70元,但订单成功结算的价格仍为85元。

#### 王婆卖瓜往大里夸

一些电商企业为了达到推销其商品的目的,在商品宣传网页中刻意夸大、虚构商品的功效或性能误导消费者,如上海热客电子商务有限公司(热客网 www.luckcart.com)销售的一款护肤品,宣称其“纯天然、无添加”,但在产品成分表中含有防腐剂。又如北京当当网信息技术有限公司(当当网 www.dangdang.com)销售的一款婴幼儿用蚊香液,网页宣称该产品“绿色环保”“无毒透气”,但根据该产品的农药登记证号查询,该产品实为“低毒”产品。上海正广和网上购物有限公司(一米生活 www.85818.com.cn; www.1mlife.com)销售的两款食用油,宣传页面显示为“有机绿色”,但在商品包装上未能发现有机认证标志。还有部分电商企业促销存在违反国家有关规定的现象,如在体验中发现有部分母婴类专业电商企业存在违规促销一阶段婴儿奶粉的情况,违反了卫生部等六部委发布的《母乳代用品销售管理办法》的相关规定。

#### 退货换货难上难

一些电商企业对消费者因商品质量问题而

享有的退换货权利设置了不合理的限制条件,要求消费者在退换货时必须提供商品的外包装、附件、赠品(券)、说明书、商品吊牌、标签等,如果上述物品有缺失,电商企业就会以此为由,拒绝履行因商品质量问题而需承担的退换货义务。如北京世纪卓越信息技术有限公司(亚马逊 www.amazon.cn)在其“商品的退换货政策”中规定:“手机、通讯类、厨房电器类、大家电及平板电视的退换货(包含有质量问题的商品)时,请务必将商品本身的原有包装、内带附件、保修卡、说明书、发票、检测报告(针对需出示的商品)等随同商品一起退回。如果缺少上述包装及文件,退换货将不予办理。”

#### 订单处理我说了算

电商企业在订单已经被确认,合同成立并生效的情况下,应当依照约定履行。本次体验中发现少数电商企业存在不按时送货、送货商品与约定不符、不提供消费凭证等现象,如某电商在订单上承诺上海市区施行“一日二送”制度,而实际送货时间根本不是“一日二送”,而是与承诺相距甚远;有一些电商企业送货的商品与订单中的不符;有某电商销售的一款婴儿尿片“价格”为210元,标称“促销价”185元,但在订单生成后,该电