

经营者不能以“免费提供”为由免责

7月实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》亮点解读

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》自2024年7月1日起施行。对备受消费者关注的预付式消费、直播带货、个人信息保护、“霸王条款”、“大数据杀熟”、赠品维权、自动续费等新领域新问题,实施条例给出详细规定。

□本报记者 杨琨

亮点一 首次对差异化定价进行规范

近年来,被广泛曝光的平台大数据“杀熟”、以优惠订阅读折扣诱导订阅后自动以原价续费等等“连环消费陷阱”已屡见不鲜。这些问题本质上均因消费者知情权以及在知情基础上的自主选择权落实不到位而引发,对此,《条例》有针对性地逐一构建了更为明确精准的信息披露要求,更加全面强化对消费者权益的保护。

针对赠品和试用装瑕疵问题,《条例》第七条第二款规定了经营者免费提供的商品和服务同样要承担安全保障义务和瑕疵担保责任。具体而言就是免费商品或服务应当符合保障人身和财产安全要求的红线,意味着经营者不可以以“免费提供”或者“赠品”为由免责。《条例》结合常见的市场经营实践,进一步明确了“免费提供”包括奖励、赠送、试用等形式,并重点新增了存在瑕疵的免费商品或服务的合规要求,应当符合三要件,缺一不可,即不违反法律强制性规定;不影响正常使用性能;充分履行告知义务,事先如实告知消费者。

针对大数据“杀熟”等价格歧视现象,《条例》第九条第二款规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。这也是我国在行政法规中首次对差异化定价进行规范,明确了差异化营销以保障消费者知情权为前提,彰显市场公平。

亮点二 自动续费要以显著方式提醒

你会不会遇到这样的情况,因为选择“自动续费”可以享受折扣,所以有时会选择自动续费,但是到期后,有些平台并不会提醒你将要自动续费而是“一扣了之”。

《条例》第十条明确了经营者以显著方式进行提醒的义务。即经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提醒消费者注意,以便其能够在充分享有知情权的情况下选择。

还有一些经营者利用扫码支付强制注册、在线订票捆绑代金券等行为,侵犯了消费者自主选择权。《条例》第十一条规定,经营者不得以暴力、胁迫、限制人身自由等方式或者利用技术手段,强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务,或者排除、限制消费者选择其他经营者提供的商品或者服务。经营者通过搭配、组合等方式提供商品或者服务的,应当以显著方式提醒消费者注意。

此外,霸王条款是消费领域的顽疾,许多网友都遇到过“订单不退不换”“注册视为同意”“管辖仅限本地”等不公平格式条款。《条例》对霸王条款予以重点关注,第十七条规定,经营者不得利用格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同、选择诉讼或者仲裁解决消费争议、选择其他经营者的商品或者服务等权利。

亮点三 经营者不得拒绝无理由退货

有关部门相继在2013年修订版消费者权益保护法与《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等规定中进行了约束。此次《条例》对于上述规定中的留白问题进行了进一步补充及细化。



■放心消费激发消费新活力。新华社记者 孙凡越 摄

针对法定无理由退货商品范围,我国消费者权益保护法与《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》已明确,原则上消费者均享有七天无理由退货权利,但同时,也通过两种方式排除了两类不适用法定无理由退货的商品,第一类是明确排除的四种商品,即消费者定作、鲜活易腐、在线下载或已拆封的数字化商品、交付的报纸及期刊;第二类是其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品。

《条例》第十九条前两款中一方面明确,经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式销售商品的,应当遵守消费者权益保护法第二十五条规定,不得擅自扩大不适用无理由退货的商品范围;另一方面,经营者应当以显著方式对不适用无理由退货的商品进行标注,提示消费者在购买时进行确认,不得将不适用无理由退货作为消费者默认同意的选项,未经消费者确认,经营者不得拒绝无理由退货。也就是说,标注、提示确认和明示确认应当同时构成可排除适用的前提。

亮点四 “隐匿差评”的控评手段被纳入规制范畴

《条例》第九条第一款中明确要求,经营者不得通过虚构经营者资质、资格或者所获荣誉,虚构商品或服务交易信息、经营数据,篡改、编造、隐匿用户评价等方式,进行虚假或者引人误解的宣传,欺骗、误导消费者。其中特别提出了“隐匿差评”的控评手段,也一并被纳入规制范畴。

对于直播带货等场景下的宣传乱象,《条例》第十四条规定了直播营销平台的消费者权益保护,进一步细化电商广告监管规定。具体来说,即经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的,应当依法履行消费者权益保护相关义务。直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,明确消费争议解决机制。发生消费争议的,直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的,应当依照广告法的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。这也从行政法规层面明确网络直播推介内容可以适用广告法规定,直播间运营者、直播营销人员很可能构成广告经营者、广告代言人。经营者如违反前述规定,应受行政处罚。

亮点五 经营者出现重大经营风险停止收取预付款

预付式消费是广泛用于娱乐、健身、美容、旅游、餐饮各类生活场景的消费方式,与买卖合同、服务合同相比,其最显著的特征在于消费者向经营者预先付款。《条例》第二十二條在消费者权益保护法第五十三条的基础上进一步细化,增加了“经营者出现重大经营风险停止收取预付款”的要求和“经营者决定停业或者迁移服务场所”的

提前告知义务。

针对商家“失联跑路”问题,《条例》第二十二條第三款要求经营者出现重大经营风险,有可能影响经营者按照合同约定或者交易习惯正常提供商品的,应当停止收取预付款。同时,当经营者决定停业或者迁移服务场所的,应当提前告知消费者,并根据《条例》第二十一條的要求提前30日在其经营场所、网站、网店首页等的醒目位置公告经营者的有效联系方式等信息;在此情形下,消费者依照国家有关规定或者合同约定,有权要求经营者继续履行提供商品或者服务的义务,或者要求退还未消费的预付款余额。

业界资讯

北人自有品牌经营再上新台阶

“北人麦香”新品亮相

本报讯(记者 杨琨)7月4日,北人集团旗下食品生产中心主食品品牌——“北人麦香”新品发布会于北国超市中环店隆重举行。

北人集团党委副书记、总经理胡文茹表示,“民以食为天,食以安为先”,作为河北省商贸龙头企业,北人集团从成立之日起,就担当着民生保障的社会责任,让消费者的一日三餐安全新鲜是集团一直坚守的经营准则。“北人麦香”系列产品是北人集团自有品牌,由北国高科技物流园食品生产中心生产,系列产品在北国超市试销以来,以可靠的品质、细腻的口感、实惠的价格受到消费者青睐。

北人集团扎根石家庄,真诚服务社区邻里,不断满足消费者对美好生活的向往。2023年开始,随着“西红柿计划”的推进,北人集团开启了民生商品品质提升大行动,在实现西红柿供应链提级、商品品质提升的同时,拓展了山东莘县蔬菜、河南杞县新蒜苔、四川资阳耙耙柑等产地自采农产品。“北人麦香”新品发布会既是向北人集团24周岁生日的献礼,更标志着北人自有品牌经营再上新台阶。

仪式现场,工作人员从用料、口感以及营养价值等多方面详细向大家讲解了“北人麦香”新品特点。据介绍,2022年3月启动建设的北人集团食品生产中心,旨在打造集“生产、加工、仓储、物流、销售”全产业链标准化体系,是北人集团由零售服务端向食品加工制造端延伸,实现制造业和服务业融合发展的战略规划之一。今年1月投产以来,“北人麦香”系列已经有白面馒头、杂粮馒头、花样馒头和各类面条等20个单品,所有产品精选优质小麦粉为原料,从采购、生产、运输到售卖,实现全流程严格质量把控。北人集团将致力于满足大众对饮食的品质需求,把“北人麦香”这一品牌做精做深,守护消费者“舌尖”安全,为省会市民提供新鲜、健康、可口、放心的食品。