

新《消法》已经实施近一月,其中“消费者网购商品收货起7日内可无理由退换”为消费者提供了法律的保障,而现实仍存在商家违法侵害消费者权益的情况。

# 网购无理由退货障碍重重

## 障碍1:网购不满意选择退货

### 来回运费该由谁买单

新《消法》规定,7天无理由退货时,退货的运费由消费者承担。不过,产品设计不合理造成的消费者不满意是否也应由消费者承担退货运费?

日前,消费者朱先生在京东网站购买了价值一百多元的电视耳机,符合包邮条件,结果到货后他发现,耳机线仅有2米长,这对于看电视的距离来说明显不足。于是,朱先生向网站要求换货,结果网站表示退货费用要由朱先生支付。现在客厅距离都不止两米,明明是设计不合理为何要消费者承担退货费用?但急需耳机的朱先生还是付了20元的退货快递费,又重新购买了耳机线5米长的耳机。

对于上述这种情况,淘宝店主徐小姐表示,“卖家在没有责任的情况下付出了劳动和快递费,却由于消费者不喜欢就退回来了,这对卖家来说也不公平。如果能由消费者来承担来回的运费就较为合理,而且能够督促消费者谨慎地选择退货。”

### 说法:退货运费应由消费者承担

消委会:对于新《消法》7天无理由退货的规定,消费者需承担退货的运费这是毫无疑问的,但并未规定卖家发货的运费也由消费者承担,因此消费者无需承担这部分费用。

## 障碍2:网购减肥茶喝了没效

### 消费者举证退款被拒

说好了无效可退款,但是真正到了要退款的时候,记者调查发现,部分电商却打起了太极。

今年2月,消费者何小姐在“自然美”网站购买了4盒植物酵素,共花费840元。按照网站宣传,服用2周期就能速瘦15~20斤,并宣称无效退款。但何小姐服用了3盒后,体重一斤也没减。于是,她以没效果为由向网站客服投诉,要求退款。网站客服表示体重没减是因为没按要求服用造成,因此拒绝退款。

“假一赔十”、“无效退款”这些承



诺已经成为不少网店宣传的统一口径,承诺七天无理由退货更是商家招揽生意的法宝。不过,有些商家虽然表面上大肆承诺,但出了问题就一推二脱。

### 支招:保留“无效”证据向消委会投诉

消委会:购买减肥产品没效果,是消费者网购了商品却没有享受应有的售后服务。减肥产品网站宣传无效退款,但当消费者使用产品无效提出退款要求时,商家往往百般阻挠,要求消费者提供产品无效的“有力证据”方可退换货,而无论消费者提出何种证据,商家均不认可为“有力证据”。碰到这种情形,消费者要在保留证据的情况下,向消委会等相关机构进行投诉。

## 障碍3:超过7天还没收到货

### 谁为迟到的货物负责

新《消法》规定,网络商品经营者销售商品,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,鲜活易腐、定作等四类商品除外。这“七日”是指工作日还是包括假期?

今年春节前,周女士在网上购买了几十元的家具贴纸,由于网店在1月25日停止发货,结果导致周女士的“7天”刚好卡在网店公布的停止发货日期内。春节后,一直没收到货的周女士上网查询发现,淘宝网站已自动“确认收货”,不但错过了7天无理由退货,而且还过了淘宝的14天投诉时限。周女士钱货两空,经协商,商家、淘宝也皆无赔付。

关于网购的签收日期,在线上、线下都存在争议。在线下,大多数网店都以快递签收为准,但签收究竟是“物业代收”还是消费者亲自收货,存在收货时间与消费者见到货物时间不

一致的情况。在线上,消费者没有确认收货,淘宝到10天后自动转为默认收货,导致周女士权益受损。

### 支招:可向网购平台要求赔偿

消委会:新《消法》规定7天无理由退货的条件是消费者收到商品,像周女士根本没有收到商品,“签收”就不可能真实存在。按照新《消法》第四十四条规定,网络交易平台提供者明知销售者利用其平台侵害消费者权益,未采取必要措施的,依法与该销售者承担连带责任。所以,周女士在向淘宝投诉后,淘宝未能采取措施保障消费者权益,周女士可以向消委会或相关部门投诉卖家与淘宝网,要求赔偿损失。

## 障碍4:网购手机“货不对板”

### 商家收回商品拒退款

今年初,消费者周先生在优惠购物网花599元购买了一款红米手机,但收到货后发现实物跟网上图片完全不一致。更严重的是,插卡后手机只能开机关机,最基本的打电话功能都没有。当天,周先生就向该网站要求退货。网站售后起初不承认手机与网上图片不一致,更不承认手机有质量问题,随后又要周先生向快递公司开证明,说明手机没损坏。

周先生按照售后要求,自己花快递费把手机寄回去后,该网站的售后电话就不再接听他的电话,承诺的15天退款到账至今也没有下文。

### 支招:商家欺诈应退一赔三

消委会:7天无理由退货是针对质量合格而消费者“后悔”的产品,而网购到假货则是一定要退货并索要赔偿的。根据新《消法》第54、55条的规定,不合格的产品,经营者提供商品有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿金额为商品价款费用的三倍。也就是说,消费者周先生买到的假冒手机,商家除了应该退货外,还应赔偿周先生购机费用的3倍赔款。如果商家不接受消委会的调解,拒不赔偿,周先生还可以向法院提起诉讼。

(据《广州日报》)

## 网购食品 这些细节您得留心

网购快速发展,食品也成了网购物品。目前,仅淘宝网的食物店铺就超过50万家。作为与人体健康和生命安全有直接关系的物品,市民在购买时一定要注重商家的信誉度、营业执照等方面。

首先,网购食品要尽量选择信誉度高的卖家,在官方网站或经过交易平台认证过的网店购物更有保障,购物浏览时务必看清网站域名,拒绝点击卖家发过来的其他链接。其次,要注意看经营者是否有营业执照,网购到货后,要注意看食品外包装是否标明了商品名称、QS标识、配料表、净含量、生产日期等内容。消费者选择卖家时,不要单纯看其信誉度,还要注意每条来自买家的评价是否真实有效,是否达成了真实交易。要注意选择有信誉的第三方支付平台付款,这样出现产品质量等争议时,消费者采取拒绝付款等措施相对会主动些,有利于问题及时有效地解决。

(据每日甘肃网)

## 网购化妆品 超两成是假货

据“中国化妆品真品联盟”近日发布首个《中国化妆品安全指数》报告称,根据100多个著名化妆品商公布的供应在中国互联网销售的总数量与实际销售数量相比,可推算出有超过两成的网络销售化妆品为假货。

某品牌销售人员告诉记者,高端化妆品小样在网上卖得很便宜,其实就是赠品,很多消费者在品牌实体店购买化妆品,并不知道是否有赠品,因此有的专柜导购就把赠品“私吞”,用十几元甚至是几元的价格私下卖给网店。

那么,网购化妆品如何辨别真假?某品牌化妆品柜台的销售人员告诉记者,首先看包装,如果外包装印刷的图案文字不清晰的话,仿货的几率比较大,而且假化妆品外包装上打印的编码容易被手抠掉。

其次闻味道,一般的正品护肤品味道很小,很自然,香味雅致,淡雅清新,仿货的话香味比较浓,比较香,有一种劣质香水的味道。

第三看做工,有的化妆品比如洗面奶之类的需要挤压的产品,整个产品如果鼓鼓的话,仿货的几率比较大。第四看条纹,膏状体化妆品上端封口处的条纹是比较均衡清晰的,而仿品则参差不齐。

(据《兰州晨报》)

## 网购三大“谎言”

### 价格不实 明降暗涨

网上购物的一大优势在于低价,但是消费者千万不能贪便宜,促销期间一定要多看多比较,在“低价”的同时力求“物美”。所谓明降暗涨,一般有两种方式:一是在“节日”来临之前先调高价格,再宣称“大打折扣”,而实际价格相差不多;二是偷梁换柱、以次充好,将库存产品甚至已经淘汰下市产品拿出来销售。“节日”期间,很多电商会以“低价格高性能”来调动消费者的购买欲望,但消费者要有意识地控制消费冲动,不仅要货比三家,还要注重

产品质量,谨防促销买到“垃圾货”。

### 下单一货“超卖”卖光

“节日”期间,消费者根据商家活动规则下单支付货款后,商家却以“系统出错造成超卖”、“商品无货”、“工作失误”等理由取消订单、拒不发货,甚至有个别的商家要求消费者加价后才发货。电子商务时代,商品存储、销售、运输全程皆有数据可查,“超卖”甚是令人费解。消费者要提防这种现象,不要空欢喜一场,被不能及时退款等问题搞得心情沮丧。

### 快递不快 沟通不畅

许多快递公司显然对“节日”期间

的大业务量缺乏合理预估,电商销售量激增致使部分快递公司超负荷运转,快件配送滞留,快递变慢递,甚至出现了消费者苦等了一周仍未收到货品的情况。电商和快递公司之间也缺乏有效的沟通协作,消费者向销售商交涉时得到的答复多是“找快递公司”、“过几天就送到”等推辞之语,快递公司则对送货延误采取不解释的消极态度,相互推诿加剧了消费者的不满。消费者对“节日”期间的特殊因素应当有所预计,如果购买时限性较强的商品,最好预留一定的收货时间。

(据《解放日报》)