

今年的3月15日,是修订后的《消费者权益保护法》实施一周年。3月12日,中国消费者协会秘书长常宇坦言,在处理消费者投诉的过程中,全国消协组织遇到了难题。与此同时,审理消费纠纷案件的法官们也面临诸多困惑。

# 新消法实施周年 还有哪些问题亟待解决



(图为3月15日,工作人员在郑州火车站向旅客讲解真假饮品的鉴别方法。)

## 个人信息保护仍然举步维艰

新消法第29条规定,“经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息,应当公开其收集、使用规则,不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。”

法律一声令下,让人们看到了保护个人信息的重要性。但如今,个人信息保护不力却成为消协组织最头痛的问题。

“关于个人信息保护的法律在现实中很难起到威慑作用。”作为原告,上海泛洋律师事务所律师刘春泉显然比一般人更了解这一问题。

过去的一年,为了打赢一场个人信息保护战,刘春泉与中国工商银行股份有限公司上海市分行(以下简称工商银行上海分行)对簿公堂。刘春泉是工商银行信用卡客户,近年来不断收到工行发的商业信息,这让他不堪其扰。从2013年开始,刘春泉三次与工商银行客服交涉,要求其停止短信发送,但都无效。

为此,刘春泉起诉工商银行上海分行,要求其停止发送短信,并支付5万元赔偿。

“工商银行表示已经在合同中说明有权利向信用卡客户发送和信用卡有关信息,但按照新消法的规定,经营者未经消费者同意或者请求,或者消

费者明确表示拒绝的,不得向其发送商业性信息。”刘春泉表示。

该案最后一审判决刘春泉胜诉,禁止工商银行再发送短信,并支付1000元的公证费。面对这样的判决,刘春泉并不满意,尽管已经搭上了半年多时间,前后耗资近两万元,就连同事都不支持他继续打下去,但刘春泉仍然提出上诉。“法院虽然判我胜诉,但遏制不了工商银行的任性,因为没有实际的经济赔偿,判决根本不可能起到威慑作用。”

作为新消法实施以来,上海市第一例胜诉的个人信息保护案件的当事人,刘春泉备受关注。然而,刘春泉更希望大家关注的是,为何法律实施后,一直没能有效解决个人信息保护问题。

去年,中消协开展的相关研究表明,尽管新消法对“消费者个人信息保护”作了规定,但在实际执行中缺乏操作规定及保护措施,以致损害赔偿难以落实。

“消费者个人信息保护面临防范难、举证难、索赔难等问题,需要尽快从制度、法律、措施、企业责任、消费者自我防范等多方面解决。”中国消费者协会秘书长常宇表示。

## 如何界定欺诈行为存争议

除了个人信息保护这个难点,新消法中规定的三倍赔偿类案件的调解难度也不小。

新消法第55条规定,“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍”。

在常宇看来,惩罚性条款有利于保护消费者权益,加大对商家的警示作用。但是,在实际操作过程中,消协组织发现此类案件的调解难度加大。

事实上,难度也已扩展到了司法领域。

北京市第三中级人民法院曾受

理过消费者起诉经营者欺诈并要求赔偿的案件。

该院民三庭庭长侯军举了两个案例。一个案件是某消费者购买的商品价签上标注的产地和实际产地不符,消费者以商场存在欺诈为由,要求其赔偿。另一个案件,是某消费者在某商场购买休闲裤若干条,发现该商品吊牌标识面料的成分比例与消费者委托质监检验站进行检验的结果不符,消费者以商场存在欺诈为由要求其三倍赔偿。

侯军说,如何认定经营者是否有欺诈行为,司法界对此存在争议。

“在民法上,构成欺诈的条件是行为人有欺诈之故意。那么在消费者权益保护案件审理中,是否仍要求确认经营者有欺诈故意?对此,存在不同认识。”侯军说,一种观点认为,消费者权益保护中的欺诈应当适用《中华人民共和国民法通则》若干问题的意见第68条规定,即构成消费者权益保护法中的欺诈,要求行为人主观上必须具有故意,其目的是使对方陷入错误认识,从而获得某种利益。

而另一种观点则认为,在消费领域内,欺诈的认定不以经营者是否存在主观故意为构成要件,经营者存在可以避免的过失即可认定欺诈,无论经营者此种行为是否能够为其带来更多利益。

不同的看法可能会导致不同的判决结果。“在案件审理过程中,如何认定欺诈行为,是每一个法官都会遇到的难题。”北京市朝阳区人民法院民二庭法官闫伟伟说道。

在对外经贸大学法学院助理教授傅广宇看来,新消法第55条规定有点抽象。“规定认为只要经营者有欺诈行为的话,就适用后面注明的惩罚性赔偿条款。那从‘有欺诈行为’这五个字里,我们能解读出什么?它的要件需怎么理解?很明显(这样的规定)目前还不够(细化)。”(据《中国青年报》)

## 民众“最烦心”个人信息泄露

“您在过去一年内个人信息是否曾被泄露或窃取?”

当2052份《2014年网民个人信息保护状况调查问卷》被收回的时候,有大约2/3的调查者,在这个问题下面回答了“是”。

这项调查是中国消费者协会联合360互联网安全中心于2014年12月30日~2015年1月4日发起的。

据统计,此次调查受访人群的年龄大部分集中在21~40岁之间,所受教育程度在大专以上。调查结果显示,56.58%的人不满意当前个人信息保护现状,消费者对于互联网个人信息保护现状满意度低。

在现实生活中,个人信息被泄露的现象极为普遍。2/3认为个人信息曾被泄露或窃取的受访者中,72.12%的人表示被泄露或窃取的个人信息是身份证号、电话号码等“个人基本信息”,其次是“个人网络行为信息”“个人设备信息”“个人隐私信息”“个人账户信息”以及“个人社会关系信息”。

当个人信息被泄露或窃取后,八成受访者受到广告(电话、短信、邮件等形式)的骚扰,大大妨碍了他们的正常生活,而33.14%的受访者遭受过经济损失和人身伤害。

不可规避的是,当前,我国消费者个人信息自我保护意识也令人担忧。

在现实生活中,个人信息被泄露的现象极为普遍。2/3认为个人信息曾被泄露或窃取的受访者中,72.12%的人表示被泄露或窃取的个人信息是身份证号、电话号码等“个人基本信息”,其次是“个人网络行为信息”“个人设备信息”“个人隐私信息”“个人账户信息”以及“个人社会关系信息”。

调查显示,受访人群普遍认为,“调查取证难”“赔偿数额、惩罚力度不足,即使维权成功,也不能遏制个人信息侵权行为”“难以确定侵权人”是维权难的最主要原因。(据中新网)

## 网购可享“反悔权”:拆封不影响7日无理由退货

3月15日是新修改的《消费者权益保护法》实施一周年,同时也是又一保护消费者权益的新规——《侵害消费者权益行为处罚办法》开始实施之日(以下简称《处罚办法》)。

### “反悔权”将获得更多保障

“去年3月15日开始实施的新《消法》的亮点之一就是赋予网购消费者‘反悔权’:除特殊商品外,网购商品在到货之日起7天内无理由退换货。”国家工商总局消费者权益保护局局长杨红灿说,消费者的“反悔权”在实际执行中仍面临不少问题,社会各界对新《消法》“七日无理由退货”规定的适用范围和具体执行标准存在不同理解,一些电商企业和网店经营者恣意扩大不适用退货商品范围,单方制定的退货标准过于严苛,损害了消费者的合法权益。

为保障消费者“七日无理由退货”的权利,《处罚办法》细化了新《消法》的有关规定,列举了采用网络、电视、电话等方式销售商品的经营者不依法履行“七日无理由退货”义务行为的具体情形。杨红灿说,比如出现未经消费者确认,以自行规定该商品不适用无理由退货为由拒绝退货或者以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货等情形并超过15天的,视为经营者故意拖延和无理拒绝,工商部门将依照新《消法》第五十六条予以处罚。

此外,“霸王条款”是近年来社会关注的热点,《处罚办法》将格式条款、通知、声明、店堂告示中侵害消费者权益的行为进行了细化,对相关行为按照行政规章的权限设定了处罚,处罚的条款与《合同违法行为监督处理办法》一致。今后,在惩治“霸王条款”时将按照合同违法行为处罚。

### 《处罚办法》有三大亮点

“首先是强调处罚与教育相结合。”杨红灿说,《处罚办法》规定了综合运用建议、约谈、示范等方式实施行政指导,督促和指导经营者自觉履行新《消法》规定的法定义务。同时,对严重侵害消费者权益的行为规定了严厉的行政处罚。

二是对欺诈消费者的行为予以明确。“对欺诈行为的规定,对于解决消费纠纷、保护消费者合法权益具有重要的参考作用。”杨红灿说。

三是针对消费者反映的有关服务业经营者侵害消费者权益行为缺乏相应的处罚依据问题,《处罚办法》对相关侵权行为也作了规定。

(据中国新闻网)