

法治周刊

责任编辑:卢越
新闻热线:(010)84151683
E-mail:grbly@163.com

新技术带来哪些消费新“雷区”?

编者按

近段时间,上海迪士尼“禁止自带饮食”被质疑是“霸王条款”,事件持续引发社会关注。“酒店禁止自带酒水”“一经售出概不负责”“最终解释权归本店所有”……对许多消费者来说,“霸王条款”这一概念并不陌生。

不过,随着移动互联网等新技术的发展,新业态催生新消费模式,也出现了新的“网络霸王条款”,频频侵犯消费者的合法权益。其本质还是网络商家为了免除己方责任或加重消费者责任或排除消费者主要权利,而制定的明显不公平、不合理的条款,但因其表现形式更隐蔽、网络服务跨地区等原因,让消费者维权更难。我们应当警惕这类“网络霸王条款”,与此同时,“天霸”呼唤更细的立法、更严的执法,和更较真儿的消费者。



点餐时需要下载客户端、在线预订不接受退货退款、APP不交出个人信息就不提供服务……

谁给了网络商家当“霸王”的权利?

本报记者 柳姗姗

“我在团购网站上买的商品团购券只有三天有效期,还未使用就过期了,没想到要求退款却被平台拒绝,我觉得这就是霸王条款!”近日,李先生在消费投诉平台“聚投诉”上投诉称,平台方应在团购券未使用的情况下退款。

在移动互联网、人工智能、大数据等新技术飞速发展的当下,新模式、新业态、新产业接踵而至。与此同时,新的消费纠纷不断涌现。

点餐时需要下载客户端、在线预订没享受到服务却遭遇商家不退款、APP不给授权就不提供服务……这类“网络霸王条款”让很多消费者措手不及、心塞不已。

让人措手不及的消费新“雷区”

“去饭店吃饭,为啥非得让扫码点餐?既要关注公众号,还要微信给授权,谁知道会不会被偷走个人信息、影响账号安全?”长春的小李在某饭店点餐时,服务员告知得先扫码。

移动互联网时代,很多餐饮店都开始用手机替代纸质菜单,但问题随之出现。小李告诉记者,点餐时关注的公众号如不及时取消,就会时不时推送各种广告,手机都变成了商家免费投放广告的平台。

许多手机用户都有这样的经历:手机下载或使用APP时,往往会被要求各种信息授权。如果觉得其信息授权范围过大而拒绝授权,则无法下载或使用APP。

有消费者发出质疑:如果用户在获取互联网工具使用权时,必须无条件地服从企业所提出的个人信息让渡条件,这是否是“霸王条款”?

还有不少消费者遇到的问题是在线预订的票,没有使用的情况下,为啥就不能退?

8月23日,一位打算在国庆期间带全家人出游的网友通过某旅游平台预订了酒店两间房间。订完酒店后告知他两间房不在一个地方,可以帮助调房,但需要补差价。该网友不接受这个处理结果,要求退款。结果酒店和平台方都不同意退款。

“本来就是一家人出行,早知道房间不在同一个地方,我肯定不会订。而且离国庆还有一个多月,为啥就是不能退款?”这位网友说。

无独有偶。吴女士花8132元在票务网站购买了4张演出门票,在距开赛还有3个多月时,提出退票遭平台拒绝,并被有意指引在其他平台转手出售。吴女士认为,票务网站在售票时标注的“一经售出不退不换”属于霸王条款,不应具有法律效力。

宋女士在线旅游平台消费时也遇到了类似情况。她购买上海往返东京机票后,由于行程变更,提前三个月提出改期或退票要求,且愿意支付一定差价或合理退票费,却均被告知:不能退不能改。

抢到电商平台优惠券,却无法使用,咨询商家客服,却被告知参加优惠商品限量,而“商家享有最终解释权”;从APP平台得到的奖励金不能提现,只限下次在平台继续消费时抵扣;在网上借贷平台申请贷款,还款时才知道借贷平台捆绑了保险销售,而自己借贷时对此毫不知情……

记者梳理黑猫投诉、聚投诉等网络投诉平台,各种与新技术、新消费手段相关的,针对“网络霸王条款”的投诉层出不穷。

新老霸王条款“换汤不换药”

根据全国消协组织受理投诉情况统计,2019年上半年服务类投诉有21.4万余件,占投诉总量的50.8%。在服务类投诉中,投诉量居前三位的是远程购物、网络接入服务、经营性互联网信息服务,这些都与新技术有关。

“新技术涉及的消费领域特别广泛,而消费者对新技术的适应能力、对‘霸王条款’的分辨能力不及

其发展速度。”长春市消费者协会秘书长钟萍说,“商家的逐利性驱使他们在销售商品、提供服务时,设定相关限定条件,将不平等消费条款强加给消费者,以更多地转嫁责任。信息不对称下,消费者很容易陷入进去。”

“霸王条款”是一些经营者单方面制定的逃避法定义务、减免自身责任的不平等格式合同、通知、声明和店堂告示或者行业惯例等。消费者对传统的“霸王条款”表现形式并不陌生,比如“最终解释权归商家所有”“一经售出概不退换”“贵重物品丢失概不负责”等。与此相比,新技术发展下的“霸王条款”则表现得更加隐蔽,很多消费者还未反应过来就已中招。

据分析,不管“霸王条款”形式新旧,都有相同特点,如逃避经营者应尽义务,违反法律规定任意扩大经营者权限,排除、剥夺消费者权利,利用模糊条款掌控最终解释权等。

“移动互联网时代在带来便利的同时,信息真假更难分辨,这些新问题迫切需要相关立法、管理部门的前瞻性研究。”钟萍说,消费升级是好事,但更需要有良好的保障措施来坚定消费者的消费意愿和信心,市场经济才能得以健康快速发展。

“天霸”还须合力攻坚

“目前消协收到的投诉还是以传统形式的为主,有关这种‘网络霸王条款’的投诉并不多,这与实质性损失相对较少、消费者不愿较真儿有关。”钟萍说。

据介绍,在消费纠纷中,消费者往往占据弱势地位,如果损失未超过一定程度,可能会自认倒霉。同时,新技术发展下的“网络霸王条款”,因表现形式更隐蔽、经营者地点跨地区等原因,维权更难。

“随着技术的变革,会引起整个经济社会发展形态的变化,包括商业模式的变革。但一些企业自身的商业伦理和价值观还存在很大问题。”中国网络文

化传播研究会理事于天罡说。于天罡说,面对这种现象,一方面消费者应该加强辨别能力,自觉维护自身合法权益。但在消费市场中,面对商业模式升级和部分商家的无良行径,消费者仍处于相对弱势地位,这就需要靠政府能有新的作为。

于天罡认为,首先政府要认真研究由科学技术变革发展带来的新的经济形态和商业模式,并且要研究有针对性的新的规范和伦理。“第二,在新的规范没有形成之前,通过判例的形式,对违法企业给予严肃处理,以达到威慑作用。比如吊销执照、停业整顿、比较重额的罚款、行业准入限制等,这样能够使商家在新的经济转型和商业模式升级过程中,保护住新的商业文明。”

根据消费者权益保护法第24条规定,经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定,或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任;国家工商总局《合同违法行为监督处理办法》规定,对使用“霸王条款”的经营者视情节轻重,分别给予警告,处以违法所得3倍以下,但最高不超过3万元的罚款,没有违法所得的,处以3万元以下罚款。

“不管‘霸王条款’的表现形式如何,本质上都侵犯了消费者的知情权和选择权。但目前,相关立法和行业监管还相对滞后于行业发展速度,内容更加细化的立法迫在眉睫。”广东广和(长春)律师事务所王雨琦说。

王雨琦建议,应加快对于新型行业的立法与行业监管进度,同时整合社会资源,在消费者保护领域努力实现社会共治。细化立法中应明确“霸王条款”的各种形式,加大处罚力度,使相关监管和执法部门有法可依,对违法者形成有效震慑作用。

“消费者也应提高警惕,提升自身‘免霸’能力。”王雨琦说,“一旦合法权益受到侵害,应敢于维权、依法维权,助力维护健康、有序的消费秩序。”

一位法学在读博士的经历——

本报记者 张子渝

27岁的周扬(化名)是北京某大学的法学在读博士。此前,他有个闲置很久的APP账号想要注销,可前后忙了好几天,与客服经过多次“无效”沟通后,最后以“个案处理”的方式得以解决。

根据现行的网络安全法、《电信和互联网用户个人信息保护规定》等法律法规的规定,用户终止使用电信服务或者互联网信息服务后,有权要求运营方停止对个人信息的收集和使用并删除已收集的信息,运营方必须为用户提供注销号码或账号的服务。

周扬很不解:“注册一分钟,注销好几天。这中间商家究竟设置了多少‘隐形霸王条款’?”

第一关:提供真实姓名和身份证号码

APP注销账号要求接收短信验证码二次验证。但周扬注册账号的旧手机号码已经不再使用。在线客服要求他通过账号申诉,重新绑定手机号码。

“申诉表格要填写账号注册时间、历史登陆地点、使用过的密码等信息,有些信息真的记不起来了。其实这些都还好,可是下面有一栏竟然要求填写真实姓名和身份证号码。”周扬说。

“注册账号时已经基于实名登记的移动电话

号码进行过实名认证且曾经绑定过银行卡,注册后能够正常使用APP的功能就说明实名认证是成功的。注册账号时都未曾填写个人敏感信息,为什么申诉或者注销却要填写?”周扬不解。

“掰扯了大概两天吧,实在没办法了,只有按他们要求填写个人信息了。”周扬对此颇感无奈。在按照平台要求填写完毕申诉信息几个小时后,周扬终于重新绑定了手机号码。

第二关:代金券必须使用且无法转赠

周扬进入APP账号注销程序后,几项“任务”又让周扬犯了难。《工人日报》记者在该APP账号注销说明里看到,注销账号必须要满足账号已实名认证,账户电子钱包不存在余额、卡券,外部第三方账号已经解除绑定等5个前置条件。

周扬的账号曾经收到过平台赠送的供在APP内消费的代金券。“之前账号的代金券还有两年才过期,客服说只要代金券没有使用或者作废我就不该注销账号,同时代金券无法转赠他人。这不就是霸王条款吗?”周扬告诉记者。

第三关:必须解除所有第三方账号绑定

与外部第三方账号解除绑定是周扬需要闯过的另一关。“确实不记得绑定过哪些账号了。”周扬认为,解除绑定账号并无意义,“我既然已经决定注销账号,难道还会去登陆第三方账户吗?”

在朋友的提醒下,周扬在一家可以付费查询注册记录的平台上找到了一些“蛛丝马迹”。他向记者解释:“一些APP,网站在使用第三方账号登录后仍然需绑定手机号码,这算是变相用手机也注册了其账号。”在与4个外部第三方账号解除绑定后,APP注销二次检测仍提示,周扬的账号存在与第三方账号绑定关系。真的就没招了吗?周扬不甘心。

第四关:找到管理人员“正面刚”

周扬尝试拨打了APP服务热线,直接要求别的高级人工客服介入处理。

“客服的回答只是更礼貌、更官方,还说即使再高一层的管理人员介入,仍无法按照我的要求来满足。”周扬说。

随后,周扬在社交网站搜索到了APP开发商部分管理人员的账号,逐一向他们发送了注销账号的诉求。“我痛斥了客服的不负责,告诉他们如果诉求得不到满足就要找媒体曝光,并留下了联系方式。”过了两天,周扬就接到了客服回电。

客服在电话里详细询问了周扬的诉求,告知周扬因为情况较为特殊,可以为周扬申请作“个案处理”,账号注销成功后会再次回访周扬。

“接到电话第二天,我就收到了注销成功短信,随后又接到了回访电话。客服再次表达了歉意,希望有机会我还能使用他们的APP。”但周扬说,自己肯定不会再使用“流氓APP”了。

“较真儿”的周扬最终得到了“个案处理”,成功注销账号。但他发出疑问:如果碰到“软柿子”用户,或者更加“流氓”的APP,注销账号还会这么容易吗?总不能每次注销账号,都指望“个案处理”吧?

8月29日,记者致电该APP开发商客服。客服告知,目前注销账号的程序已经优化,注销前置的几项条件大部分已取消,只要用户在注销风险告知中选择勾选愿意承担注销带来的风险即可注销账号。

对于违规收集个人信息的APP们,目前的处罚方式主要是点名批评和发整改通知。有学者就坦言“我国已经有多部法律、法规、规章涉及个人信息保护。但从实践看,未能明晰过度采集行为及其应当的责任范围,使得大量APP仍有空子可钻。”

可喜的是,堵漏洞的相关规定已经在制定过程中,比如交通部发布《交通运输新业态用户资金管理办法(征求意见稿)》就明确,用户申请退还押金时,相关机构应于当日(至迟次日)原路退还给用户。国家网信办发布的数据安全管理暂行办法(征求意见稿)则规定了网络运营者违反本办法规定的具体处罚办法。

不论是哪一类侵犯消费者权益的现象,与曝光相比,巨额罚款、停业、吊销执照以及追究刑事责任等更为严厉的处罚或许才能让侵权者感受到处罚力,也才能让心里敬畏消费者。否则,仅仅是点名批评、自行整改,恐怕只会让那些侵权者认为,处罚也不过如此,从而导致“侵权成本低、维权成本高”的情况出现。从这个角度看,警惕新技术下消费领域出现的违法、侵权现象,制定行之有效的法律法规,让违法、侵权者受到严惩,才能让消费者真的享受科技带来的便利,而不是被迫地“以权利换便利”。“(压题图片:东方IC供图)

新技术不该让消费权缩水

张伟杰

当人们已然习惯手机支付、在线下单等各种新技术带来的便利之时,一些隐隐约约的变化也让人颇感困惑和焦虑。比如,点餐必须下载餐馆客户端或关注公众号、在线预订后无法退款、APP不“交出个人信息”就不提供服务……这是本记者在采访中,一些消费者向其吐槽的新网络霸王条款现象。

事实上,在消费领域,因为网络技术发展带来的消费新雷区还远不止上述现象。

比如,商家拒收现金。曾听一位老人说,有一天去排队买煎饼,结果到了跟前却被告之“现金概不收取,只能微信、

支付宝”。老人不会这两种支付方式,幸亏遇到好心人帮助,用现金换取别人帮忙支付,才买到俩煎饼。为了别再找麻烦,老人从此不敢再去。

又比如,交时容易退时难的共享单车押金。据报道,ofo单车退押金的用户排到了1000多万号。从数据看,想拿到押金,不遇上几年恐怕是不可能的了。

幸而,这些让消费者烦心的新雷区并没有逃过监管部门的眼眶。

拿商家拒收现金来说,今年4月25日,央行营管部就易车生活、星美影院等5家因拒收人民币现金的公司予以了警告处罚。

对于共享单车退押金一事,今年2月交通运输部相关负责人表示,将督促相关运营企业畅通退押金渠道,优化退押金流程,加快线上退押金进度。

对于当前公众关注的APP过度收集个人信息问题,更是引起了监管部门的高度重视。

8月28日,来自国新办的信息显示,在中央网信办、工业和信息化部等四部门联合开展的APP违法违规收集使用个人信息专项治理行动中,已向其中100多家问题比较严重的运营者发送了整改通知,督促其整改。

当然,面对网络新技术带来的诸多新问题,监管似乎显得相对乏力一些。

以拒收现金现象举例,央行4月份对几家公司进行了警告处罚,但这样的处罚显然没有警醒到所有商家。在7月和8月,分别有江西、青海的媒体报道了南昌某连锁制粉店和西宁的快餐企业、便利店拒收现金的情况。

这些“网络霸王条款”你中招了吗?

首先来看看,什么是“霸王条款”

在传统消费领域,“霸王条款”主要界定为:经营者单方面制定的逃避法定义务、减免自身责任且消费者一般只能被动接受的不平等的格式合同。“网络霸王条款”实际上是“换汤不换药”,都侵犯了消费者的知情权和选择权。

以下这些常见的“网络霸王条款”,你熟悉吗?中招了吗?

“商家享有最终解释权”

合同法第41条规定:对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的,应当作出有利于提供格式条款一方的解释。

“办理A业务必须捆绑办理B业务”

捆绑销售也是典型的“霸王条款”,违反了合同法第4条当事人依法享有自愿订立合同的权利,任何单位和个人不得非法干预的相关规定。

“经营者不承担损坏责任”

商家滥用免责条款,免除自己应承担的责任与义务,违反了合同法第40条,提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效的相关规定。

“一经售出,概不退换”

我国消费者权益保护法第25条对网络交易7日内可无理由退货作出了规定。网络平台规定商品一经售出,一概不退不换,涉嫌强制消费,具有“霸王条款”性质。

“不授权就无法享受服务”

网络交易平台获取消费者个人信息有两个要求,一是有权获取,二是获取的必须是相关信息。无权获取或获取他人个人信息,是侵权行为;有权获取他人个人信息,但是超出合法合理范围而收集与交易不相关的个人信息,同样也是侵权行为。

值得注意的是

依据合同法第39条:采用格式条款订立合同的,提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务,并采取合理的方式提请对方注意免除或者限制其责任的条款,按照对方的要求,对该条款予以说明。

在合同订立时采用足以引起对方注意的文字、符号、字体等特别标识,并按照对方的要求对该格式条款予以说明的,应当被认定为“采取合理的方式”。

遇到“霸王条款”,可以这样投诉

- 1 拨打12315投诉电话
- 2 向经营者所涉行业主管部门投诉
- 3 涉及侵权的,可向法院提起诉讼

策划:卢越|制图:肖健舒