

七日无理由退货 哪些情况不适用

韩某在网店购买了50余件盲盒“福袋”商品,花费2万余元。随后,在完成线上“拆袋”,未收到货的情况下,韩某申请了“七日无理由退货”。商家表示,韩某购买的商品为“福袋”类商品,店铺在商品详情介绍、消费者下单购买等过程中,均设置了明显的提示——“完成拆‘福袋’后,不支持七日无理由退货”。根据活动规则,韩某已完成线上“拆袋”,不适用“七日无理由退货”的规定。遭到商家拒绝后,韩某起诉到北京互联网法院。

根据消费者权益保护法,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,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,但消费者定作的,鲜活易腐的,在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品,交付的报纸、期刊等商品除外。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,不适用无理由退货。

“商家在商品销售页面已经对‘不适用七日无理由退货’进行明确提示,且消费者在购买前已表明明确知晓。”北京互联网法院综合审判二庭庭长张连勇介绍,考虑到涉案商品的特殊性质,盲盒商品已线上“拆封”。在内容被知晓的情况下,其商品价值已实现,此时要求盲盒经营者接受无理由退货,必然会影响到盲盒销售的常规状态,法院判决驳回了韩某的全部诉讼请求。

自2018年建院以来,截至2023年12月31日,北京互联网法院共受理涉网络消费领域案件23792件,其中涉“七日无理由退货”消费纠纷案件679件,案件数量总体呈上升趋势。“通过梳理案件发现,对于‘七日无理由退货’的规则适用范围引发的争议增加。”北京互联网法院副院长赵瑞昱介绍,对于盲盒等新型商品,是否可以界定为根据商品性质“不宜”退货的商品,成为争议焦点。同时,部分经营者对普通服饰、鞋类商品等非“不宜”退货商品,通过在销售页面标注“不支持七日无理由退货”,随意扩大不适用“七日无理由退货”适用范围。

根据最高法院相关司法解释规定,消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好,电子商务经营者以商品已拆封为由主张不适用无理由退货制度的,人民法院不予支持。实践中,经营者和消费者对退货商品是否“完好”这一问题容易出现争议。部分经营者以电子产品拆封、家具进行过组装、鞋盒破损等情况影响商品价值为由,拒绝消费者的“七日无理由退货”申请,致使消费者权益受损。

吕某在某公司经营的店铺购买一件羽绒服,在收到羽绒服同日向该公司提出退货申请,该公司以吕某退回的涉案羽绒服水洗标和扣子磨损、商品并非完好为由,拒绝了吕某“七日无理由退货”申请。

“对退货商品是否完好这一待证事实,经营者和消费者容易陷入举证僵局,如何处理?”该案审理法官介绍,结合日常生活经验判断,吕某从收货到退货发出时间间隔仅17小时,涉案羽绒服被吕某长时间穿着或经过多次水洗而造成磨损的可能性较低,某公司提供的现有证据不足以证明涉案羽绒服存在的磨损问题是由吕某造成,不应据此认定吕某退回的商品并非完好,法院判决支持原告退货退货的诉讼请求。

因网络购物特点,消费者购物前无法切实了解商品特性,易出现冲动消费。部分消费者冲动购入商品后,即申请无理由退货甚至拒收,增加了经营者的成本;部分消费者未能做到诚信消费,在对商品不满意时,未根据实际情况选择恰当的退货退款模式,存在试用后未保持商品完好而申请退货等滥用“七日无理由退货”规则的现象,甚至抱有短期使用后退货退款、恶意申请“仅退款”的“薅羊毛”心态,侵害了经营者利益,背离了“七日无理由退货”规则的初衷。

“规范‘七日无理由退货’规则适用标准,维护诚信公平的市场秩序,切实保护经营者和消费者合法权益,是审理相关案件中坚持的基本裁判导向。”赵瑞昱提示,消费者购物前应尽到审慎注意义务,充分了解“七日无理由退货”政策、平台关于“七日无理由退货”规则的适用条件,依法理性维权,同时,要诚信文明消费,不可滥用“七日无理由退货”规则。

本报综合消息



首饰金价格逼近每克700元,还会再涨吗?



上周,纽约商品交易所主力黄金期货价格在仅有的四个交易日内实现四连涨,并连续两天刷新收盘历史新高。截至3月28日收盘,纽约商品交易所主力黄金期货收于每盎司2238.40美元。整个3月份,纽约黄金期货累计上涨近8%,创2022年11月以来最大月度涨幅。

国内首饰金价格逼近700元/克

近日,国际金价强势冲高,国内黄金零售市场的价格也“水涨船高”。3月30日,多家品牌金店的首饰金挂牌价达到每克686元,逼近每克700元。高价之下,消费者如何选择?

3月30日上午,记者在北京多家黄金门店走访时发现,部分品牌挂牌价格已经达到每克686元。虽然金价上涨,前来购金的消费者依然不少,但他们普遍感慨近期金价涨势太快。

随着金价飙升,黄金消费及投资的趋势也出现了一定的分化,一部分消费者比较谨慎,决定观望为主,或选择一些克数较低产品,但一部分消费者面对疯狂的金价反而有“越涨越买”的心理。北京市消费者:现在黄金价格每天一个价,我是比较稳健的投资心态。

金价的上涨使得黄金回购业务也开始火热起来,一位还在上高中的“00后”小消费者告诉记者,他前来进行黄金变现,一共赚了1000多元。北京市某黄金首饰公司高级黄金投资分析师李洋:从今年三月份开始,国际金价最高涨幅达到了9.3%,从国内价格来看,整个三月份,国内金价每克上涨了将近50元,涨幅达到了10%,周五(3月29日)这一天,国内的黄金价格每克涨了将近11元至12元。

近二十年国际金价稳步上行

世界黄金协会在日前发布的《全球黄金需求趋势报告》中指出,全球黄金ETF(交易所交易基金)资金进出变化,体现了投资人对黄金的态度。2023年,中国市场黄金ETF流入资金约50亿元人民币,总规模增至290亿元人民币,创历史新高。

国泰君安期货贵金属高级研究员刘雨萱:近20年来,国际金价呈现出稳步上行的态势,从20年前的428美元每盎司,一直截止到最新的3月28日,国际金价创出2254美元每盎司的历史高位。20年来,金价的涨幅超过了400%,相较于其他的铜、原油、铁矿石等大宗商品,黄金长期呈现出稳步上行的态势。

对于金价后市表现,不少业内人士认为,短期来看依然有很多不确定因素,使得金价可能会出现短线回调行情。

中信建投期货贵金属首席研究员王彦青:美联储并未确认降息时点,给未来的降息路径带来不确定性。但市场对降息预期的交易十分强劲,给黄金带来了极强的支撑。与此同时,过度的提前交易预期也可能积累一些风险,可能会出现黄金短线回调。

业内人士还告诉记者,虽然短期看有一定回调风险,但长期来看,金价继续震荡上涨的概率较大。

中信建投期货贵金属首席研究员王彦青:长期来看,美国货币政策由紧转松是大势所趋,叠加地缘政治风险加大,各国央行正在持续增持黄金,黄金后市仍将易涨难跌。

本报综合消息

儿童安全坐垫真能替代安全座椅?

央视记者调查发现:20款样品无一合格

儿童安全座椅,是目前公认的儿童乘车时最有效的保护方式。记者近期在江苏、湖南、浙江、上海等地进行调查采访,发现大部分家长都会给孩子配备儿童安全座椅。

但调查中,记者也注意到,一些家长在车内为孩子安装的,是一种“儿童安全坐垫”。不少家长表示,这种儿童安全坐垫是在网上买的,相比儿童安全座椅,占用车内空间小,价格也便宜得多。

那么,儿童安全坐垫是否真能替代儿童安全座椅?记者跟随中国玩具和婴童协会对儿童安全坐垫进行了专项调查,在京东、天猫、抖音三个电商平台购买了20个样品。

“人”直接飞了出去 织带和带扣完全断裂

在网页上,这类产品的名称五花八门,有的叫便携式儿童安全座椅,有的叫通用简易车载婴儿坐垫,还有的叫儿童安全座椅垫子。

那么其安全性真的像他们宣称的那样吗?负责这次检测的两家检测机构依照儿童安全座椅国家标准开始了专项检测。打开样品后工作人员发现,9件产品8件上面没有任何标识,另外一家检测机构收到的11件产品绝大部分也没有任何标识。

检测中最直观判断产品安全性的就是动态试验,它是模拟车辆发生碰撞后,产品能否起到保护作用的关键测试。在没有标识、没有安装说明书的情况下,检测人员只能按照样品网店上的视频进行安装。而测试结果令人震惊。产品从座椅上完全分离,整个假人是直接飞出撞到了前面保护假人的网上面,也就是在真实的车祸中,儿童会飞出去

撞挡风玻璃,导致伤残跟死亡。

另外几款样品也同样没有通过动态测试。用来连接车内座椅、固定孩子的织带和带扣属于直接关系安全的核心部件,此次抽样的儿童安全坐垫网店页面上大都宣称带扣稳固,安全可靠,实际上呢?

测试显示,织带强度只有700牛顿左右,而国家标准是不低于7200牛顿;带扣测试强度只有400牛顿,远远低于国家标准规定的10000牛顿。通过视频可以看到,织带和它的扣具是完全断裂的。

20个样品 12个CCC认证涉嫌冒用

记者了解到,按照强制性产品认证管理,儿童安全座椅这类产品必须获得CCC认证证书之后才能出厂销售,此次调查的20个样品在包装上都没有CCC认证标志,但有12个样品在网店页面上展示了CCC认证编号,在抖音这家店铺,带货主播多次强调自家产品通过了CCC认证。

在抖音平台名为童哆智的店铺产品参数页面上,记者找到了这个尾号0495的CCC证书的编号,生产企业为宁波吉曼儿童用品有限公司。进一步查询后记者发现,除了童哆智网店,还有四家不同网店的儿童安全坐垫也都声称产品通过了CCC认证,而且和童哆智网店展示的是同一张认证证书。记者随后前往这家公司进行调查。

宁波吉曼儿童用品有限公司是一家专门生产、销售儿童安全座椅的企业,公司技术质量部经理孙立峰表示,编号为2016092207000495的CCC认证

证书的认证委托人确实是他们公司,但五家网店销售的产品都不是该公司生产的。

孙经理还告诉记者,这张CCC证书对应的产品款式因为比较旧,去年已被企业注销,没想到作废的证书还有人在冒用。“我们统计了一下,查到有26家天猫店盗用了我们的证书。”

在记者的调查中,这似乎不是个例,通过对查询,记者又发现有三家店铺的产品页面显示的CCC认证证书的编号完全一致,认证委托人为麦克英孚婴童用品有限公司。记者随即前往调查,公司产品总监桂林林明确表示:“这个品牌和我们公司都没有任何关系,还有这家也是。CCC证书被人冒用了。”

记者随后对显示CCC证书的另外四家网店逐一进行了核对,发现都存在涉嫌冒用CCC证书。也就是说在此次调查的20个样品中有12个样品在网店页面上展示的CCC认证编号都涉嫌冒用。记者随后向国内有资质对儿童安全座椅进行CCC认证的几家机构进行核实,这些机构都表示目前没有收到任何儿童安全座椅产品的认证申请。

调研报告已呈送给相关部门

根据这20款样品的产品标称,记者了解到,目前这些产品销量已超过13.6万件,严重威胁了儿童的安全出行。

为保护消费者合法权益,中国玩具和婴童用品协会已将相应的专项调查报告呈送给相关政府监管部门,同时也将报告发送给了相应的电商平台,督促这些平台采取相应措施进行下架处理。

本报综合消息