

2018 年 315 特刊特聘法律指导机构



上海市申房律师事务所

申明执法为民

房系百姓冷暖

地址：上海市恒丰路 399 号达邦协作广场 32 楼

电话：021-63546661 传真：021-61481553

网址：www.shenfanglaw.com

沪13.8%老人消费保健品超万元

市消保委提醒：警惕“免费诱饵”、“亲情攻势”等消费陷阱

保健品消费超子女估计

根据市消保委的调查报告显示，近四分之三的老人面临健康问题，68.1%的老人一年内曾购买过保健品，说明老人对保健品的需求是存在的。

在实际消费上，自述有过购买保健品或保健器械经历的老人中，有 13.8%的老人表示，一年内保健品消费超过 1 万元，与之相对应，只有 9.8%的子女表示，父母购买保健品年花费超 1 万元。老年人非理性购买保健品的实际消费已超出了子女的估计。而非理性消费往往与年龄、健康状况、子女关系等有密切的联系。

保健品销售点和广告可用“无处不在，无孔不入”来形容。89.9%的老人表示，家附近就有销售点，主要集中在菜场周围(36.6%)、小区门口(23.3%)等。其中信箱小广告成为最大的广告来源，占 71.8%，其次为实体店体验(41.5%)。

以“免费”为诱饵最常见

针对保健品市场中的诸多问题，市消保委提醒，以“免费”为诱饵，诱使老年人上当受骗的手法最为常见。不法商家通过发放信箱广告，以免费旅游、免费抽奖、免费聚餐等吸引老年人参加，再通过免费体检编造各种“疾病”诱使老人掏钱高价购买保健品。而老人使用后，往往没有效果还可能引起副作用，想退货却遭遇没有发票、

□法治报记者 季张颖

近年来，一些保健品厂商利用老年人渴望健康的心理，设置消费陷阱、牟取非法利益的情况时有发生。根据上海社科院社会学研究所与上海市消保委此前发布的一份调查报告显示，过去一年，上海 13.8%的老年人在保健品上消费超过 1 万元，44.9%的老年人有非理性消费保健品倾向。为此市消保委发布消费提示，提醒广大老年消费者，在购买保健品时要警惕消费陷阱。



新侯路健康生活馆内老人们在等“讲师”上课，不迟到早退的可以奖励“富硒”蛋。

记者 王湧 摄

商家无售后服务等窘境。

如消费者蔡老伯投诉称，他参加了某保健品公司组织的“免费旅游团”，该团全程推销保健品。盛情难却下，蔡老伯购买了一大堆据称有特殊功效的保健品，但在食用后出现了脑梗塞现象。蔡老伯提出

对剩余未拆封部分作退货处理，可手中只有一张没有公司名称的红色收据，销售单位无从寻觅。

骗取老人信任转而推销

与此同时，不法商家还会利用

老年人渴盼交流、渴望亲情的心理搞“感情促销”。销售人员对老年人热情招呼、上门陪伴，甚至帮忙做家务等，待取得信任后开始推销价格不菲的保健品。但当老年人提出退货退款要求时，原本热情的态度即发生转变，甚至再也无法取得联系。

如消费者刘老太是位独居老人，一日在去菜场的路上遇到两个年轻人说免费赠送某报刊 3 个月，于是提供了自己的电话与地址。小李经常上门来“探望”她，陪她聊天、帮做家务。

半年内，刘老太陆续在小李处购买了数万元的保健品。然而，食用后并没有任何效果，当刘老太提出疑问时，小李突然变得没有耐心，再也不来探望了。

打“专家”旗号蒙蔽老人

市消保委指出，有的不法商家打着“公益旗号”，如以康复协会、疾病防治中心、防治工作站等名义骗取老年人信任；有的不法商家邀请各类“专家”前来授课，谎称“国家重点扶持项目”，再以“负离子”“超声波”“微循环”等高科

技名词包装制造假象；有的不法商家雇佣“托儿”，用写感谢信、送锦旗、现身说法等方式蒙蔽老年人。

如消费者郑先生接到某康复协会工作人员电话，邀请他参加一场大型活动。会上，一位自称从海外归来的博士带着“高科技项目”回国，当众将该保健品与“敌敌畏”掺在一起一饮而尽，以示其强大的解毒威力。经不住煽动的言语以及现场的热情，郑老先生“心甘情愿”地掏腰包购买了 2 个疗程，共计 15800 元。使用后，郑先生并没有感到效果，于是提出退款。商家以“非质量问题不予退货”为由予以拒绝。

高收益诱惑设圈套推销

此外，不法商家还会推销项目投资、现金购股，以高收益诱惑老年人进行投资理财，如“低价购买原始股”“项目投资后可返利”等，实则设置圈套推销保健品。

如消费者潘老先生接到某公司电话，邀请其参加讲座。讲座中，该公司称某著名医药公司即将上市，5000 元可购买 5000 股原始股，待上市后可获得丰厚收益。潘老先生很心动，当即支付 5000 元，被邀前往位于四川成都的总部进行考察并领取认购证。

随后，潘老先生一行人乘飞机前往成都，他们发现根本不是什么考察，而是给予 5000 元保健品预购券。潘老先生当即觉得上当受骗，要求退款未果。

上海共享单车去年投诉量呈爆发式增长

享骑、摩拜和OFO位居前三

【调查】

退押金难且计费异常 消费者权益受到侵害

对比各家共享单车来看，去年 1 月 10 月的数据显示，享骑的投诉量增长明显，达到 3771 件，远高于其他共享单车企业。问题主要集中在押金退还拖延、系统计费异常等方面。统计数据还显示，去年 1 月至 10 月，消保委共受理相关投诉 7147 件，而 2016 年同期仅 68 件，增幅非常明显。市消保委透露，投诉主要集中在以下问题：

一是押金退还拖延，沉淀资金管控存隐患。消费者通过互联网安装 APP 使用车辆之前需要支付一定的担保金额，目的是确保单车在租赁期间被正当合理使用。投诉普遍反映，消费者申请退押金后，在承诺时限内甚至数月后仍未收到退款。目前，共享单车的使用群体激增，投放区域不断扩大，且保持扩张趋势，大量资金沉淀于经营方账户，其使用情况并未得到有效监管和合理披露，一旦经营出现状况，消费者权益将受到侵害。

□法治报记者 季张颖

伴随“互联网+”繁荣兴起，共享单车已日渐成为人们不可或缺的交通方式。然而，在为市民解决城市出行“最后一公里”难题的同时，共享单车退款难、计费异常等问题也日益凸显。根据上海市消费者权益保护委员会此前披露的共享单车投诉情况，去年以来，本市共享单车投诉量呈爆发式增长，其中投诉量位居前三位的分别是享骑、摩拜和 OFO。

二是系统计费异常，侵害消费者财产权。租金是用户使用共享单车的租赁价格，是按分时租赁来定价的。投诉普遍反映，扫码开锁后的车辆，因故障或电量不足致无法正常使用，虽及时还车仍被扣费；使用途中临时锁车被他人骑走，因无法找回车辆或采取有效措施造成持续扣费。此类问题看似金额微小，但车多人众，累积金额较大，直接侵害消费者财产权。设备故障、系统故障与功能不完善属于技术问题，公司理应提高技术手段予以尽快解决。

三是处置问题推诿，售后管理配置不足。据悉，目前共享单车运营企业均设立了 400 客服电话和 APP 在线回复，投诉普遍反映，客服电话难接通、在线无人回复。当遇车辆故障或人身伤害等紧急情况

时，客服难以取得联系。企业对售后服务的配置明显不足，导致管理混乱、效率低下的情况频现。

【提示】

信息公示需明确细化 鼓励消费者监督资金

上海市消保委认为，借助互联网分时租赁交通工具逐渐成为常态化的出行消费方式，作为城市交通运输网络的有效补充，当前仍需要运营企业和监管部门共同推动。

一方面，企业要主动优化信息化系统，并切实承担售后服务的法定义务。根据实际情况修复和完善系统运行中出现的问题，同时完善售后管理机制。售后服务配置要与市场扩张速度相匹配，使消费者在

使用操作过程中享受到更加智能化、人性化的服务体验。

另一方面还要明确和细化沉淀资金的监管措施，急速扩张的市场造成沉淀资金大量集聚，存在较大的风险。

近期上海出台了鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见，明确了各方监管职责，但市消保委认为，对共享单车运营企业预付资金专用账户的监管以及信息公示措施仍需明确和细化，要鼓励消费者借助信息化手段对运营企业的预付资金管理情况进行监督。

第三方支付监管方式 企业破产优先退押金

针对共享单车押金监管的问

题，有业内人士表示，在法律上，押金属支付消费者所有，不属于共享单车公司的财产，资金必须进行风险隔离。如果押金没有第三方监管，大量退押金会导致单车公司资金流动性不足，无法按照事先约定退款，一旦个别单车企业经营不善倒闭，其中的风险不容忽视。

同时该业内人士还认为，押金滞纳不能排除被挪作他用的可能。对于其中存在的风险，政府可参考央行对于第三方支付公司的监管方式，建立备付金至指定账户，由地方金融监管机构开展监管，在管住钱的同时向社会披露使用信息。

“对侵权行为，《消费者权益保护法》目前只是做出了罚款与吊销执照的规定。”法律人士表示，如果共享单车企业已经破产了，这种处罚就没法操作。建议企业通过收取押金汇集的资产必须跟企业的自有资金分开。应当在将来制订《电子商务法》时明确：消费者押金不属于破产财产，如果被企业挪用，在破产清算时，应该优先退还给消费者。