

维权周刊

Right-protection Weekly

本刊主笔：金 勇

简 讯

徐汇区生态环境局启动“双随机、一公开”抽查工作

□记者 金勇

本报讯 近日，徐汇区生态环境局举行了2021 年污染源日常环境监管“双随机、一公开”工作启动仪式。通过上海市随机抽查系统2148 家企业（重点企业 23 家、特殊 107 家、一般 2018 家）中，随机抽出本年度第一季度86 户被检查对象，并随机选派匹配了执法检查人员。

今年“双随机、一公开”抽查更加突出针对性、专业性和科学性，结合往年抽查工作经验，科学调配执法检查力量，动态完善随机抽查“两库”，更新固定污染源数据库，制定抽查事项清单，根据辖区环境质量、监管对象、污染源数量、排污状况和群众来信来访等，充分依托移动执法系统，重点对工业源、汽修、餐饮、加油站、干洗店、实验室、诊所等企业加大随机抽查力度，提高抽查比例，要求执法人员使用移动执法设备对检查过程实行全过程记录，做到执法全过程留痕和可回溯管理。

虹口区城管执法局检查农贸市场垃圾分类

□记者 金勇

本报讯 农贸市场是百姓生活不可或缺的场所，人流量大、垃圾产量大是其特点，加之新冠肺炎疫情突发病例不断，加强农贸市场这一特殊区域垃圾分类管理尤为重要。近期，虹口城管广中中队协同街道各部门开展针对菜市场垃圾分类联合执法行动。

本次联合执法行动由城管、市监、街道管理办、平安办、网格中心等多方力量组成，针对广中辖区内的广中菜市场、广灵菜市场、花园菜市场、天通庵路菜市场、中广菜市场等区域进行垃圾分类联合执法。重点检查菜市场内的垃圾分类投放情况、集中投放点垃圾收集容器设置规范、收运台账等情况，以边执法边普法的方式，进一步推动落实垃圾分类检查长效工作，全面提升菜市场内垃圾分类管理执法力度和成效。通过此次联合执法行动，各大菜市场都做到生活垃圾按类投放、垃圾分类收集容器设置规范、收运台账完整等要求，菜场整体环境卫生干净整洁，达到了预期执法效果。

黄浦区民政局组织开展公益基地创建培训

□记者 金勇

本报讯 根据市民政局关于在全市民政系统推广使用“公益上海”平台要求，近日，黄浦区民政局组织开展公益基地创建培训。民政领域是志愿服务的重要阵地，黄浦区民政局积极推动局属事业单位、局管社会组织创建公益基地、使用“公益上海”招募志愿者、开展志愿服务记录与证明等工作，确保“公益上海”在民政域内率先使用、全面覆盖，为其他领域推广使用“公益上海”平台作出示范。黄浦区民政局始终依法规范志愿服务工作，保障志愿服务组织、志愿者和志愿服务对象的合法权益，并在各相关部门和街道的配合支持下，加强公益组织的培育力度。

主播退款承诺套路多 产品拆封竟拒绝退款

投诉人：李女士等多名消费者

投诉时间：2020 年 12 月

随着“颜值经济”的进一步发展，美容护肤市场进一步扩大，其中美妆个护类商品更是表现突出，尤其是曾经只能出现在美容

机构中的美容仪，非常受消费者追捧。

近日，浦东新区消保委收到大量女性消费者的投诉，无一例外都是通过一家电子商务公司的直播间购买了某品牌的美容仪。直播中，主播宣传使用该款美容仪会有提拉紧致、再生胶原、淡化法令纹的效果，于是众

多爱美女士纷纷下单购买这款产品。

购买后，很多消费者发现，该品牌实际使用效果并没有宣传的那么强大，甚至还出现皮肤过敏红肿的现象，部分消费者要求商家退货遭拒。淘宝客服介入后，商家却以产品已拆封，影响二次销售为由拒绝退款。

◆处理过程及结果

收到投诉后，浦东新区消保委工作人员当即与消费者们取得联系，包括李女士在内的几位消费者都是通过某直播平台关联的链接购买的美容仪，在直播间听主播口述不满意可以退款，而几位消费者事实上也仅打开了包装，并未实际使用。消费者们还反映，现如今再去商品页面，才发现最下面有一行小字写着“产品一经使用不作退换”。

消保委工作人员联系到经营者，经营者表示在直播中，主播的退款承诺并非消费者所理解的，仅仅指的是“买贵退款”，即当消费者拍下来之后到其他平台去对比价格，价格卖高了可以申请退款，其他退货承诺均

未提及。

工作人员认为，根据《消费者权益保护法》第二十六条“经营者在经营者活动中使用格式条款的，应当以显著方式提醒消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强

制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”消费者通过直播平台链接直接跳转到付款页面，并没有看到商品详情及退货规则，经营者不得以格式条款拒绝消费者的退货申请。同时根据该法第二十五条的规定，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。网购七天无理由退货是法律赋予消费者的正当权益，经营者的“买贵退款”是不能对抗法律的。

经过浦东新区消保委与商家的多次协商后，经营者已为消费者退货退款。

◆律师说法

上海翰鸿律师事务所合伙人金玮律师分析认为，“直播带货”适用“七天无理由退货”，商家所设置的“退货”门槛于法相悖，“霸王条款”不成为合同的内容，消费者仍有权要求退货，商家应依法自收到退回商品之日起七日内退还消费者支付的商品价款。

“除法定或根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品外，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者均有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。”金玮律师表示，《消费者权益保护法》第二十五条对此已作明确规定，但同时也需提醒注意的是，根据该条规定，消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起七日内退还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。

“就消费者的遭遇而言，网络主播介绍该款美容仪的话术或有夸大的成分，有虚假

宣传之嫌。”金玮律师表示，根据《网络直播营销行为规范》第五条的规定，网络直播营销活动应当全面、真实、准确地披露商品或者服务信息，依法保障消费者的知情权和选择权；严格履行产品责任，严把直播产品和服务质量关；依法依约积极兑现售后承诺，建立健全消费者保护机制，保护消费者的合法权益。第十七条的规定，商家发布的产品、服务信息，应当真实、科学、准确，不得进行虚假宣传，欺骗、误导消费者。涉及产品、服务标准的，应当与相关国家标准、行业团体标准相一致，保障消费者的知情权。商家营销商品和服务的信息属于商业广告的，应当符合《中华人民共和国广告法》的各项规定。

同时，金玮律师也指出，根据《电子商务法》第十七条的规定，电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。

一周 打假

北京查获假专供“茅台”酒

近日，根据举报人提供的线索，北京市朝阳区市场监管局联合区检察、公安机关以及茅台酒集团工作人员，查获销售假冒专供“茅台”酒 100 箱。

根据线索，区市场监管局执法人员在高碑店某商户内查获了总计 100 箱共 400 瓶带有“飞天茅台”标识的白酒。现场销

售负责人员无法向执法人员提供涉案商品的进货来源。

现场执法人员注意到，该“茅台”酒不同于普通茅台酒，盒身上印有“中央军委联合参谋部”“警卫局接待用酒”以及带有“八一字样的红色五角星”图案，酒瓶不同于普通茅台酒的白色瓷瓶，而是金黄色瓷瓶，瓶身外观样式与正品茅台酒一模一样，区别就在瓶身正面的标识中央醒目位置印有红色的“中央警卫局”，右下

角印有“接待用酒（专供）”“中央军委联合参谋部”字样，左上角还印有茅台特有的注册商标飞天图案。经茅台酒集团工作人员现场辨认，上述涉案商品属于侵犯其注册商标专用权的假冒商品，现场共 100 箱，每箱 4 瓶，共计 400 瓶，每瓶售价 1500 元，货值金额 60 万元。

目前，该案已通过行刑衔接程序移送公安机关，嫌疑人被公安部门依法关押审讯，涉案商品被公安机关扣押。

主笔 闲话



如今，在衣食住行、教育、医疗等民生领域，到处都有互联网和资本叠加的影子。这种模式的融合的确是一种产业创新，在很多方面给消费者带来了不小的便利。然而，有利必有弊，本期“权威曝光”就揭开了互联网资本化“成长的烦恼”，其带来的阵痛很有可能对基本民生产生一些负面影响。

不能放任互联网资本化“野蛮生长”

当互联网资本做大之后，其必然的结果就是某些方面的“垄断”，再加上前期为抢占市场拼命烧钱，一旦占领市场，必然会“反噬”。世上没有白吃的馅饼，羊毛终究还是出在羊身上，由于市场地位和信息不对称，资本最终会阻碍公平竞争获取超额收益，并滥用市场向下剥削，以此达到利益最大化，填补前期的“损失”。而在这个过程中，还有不少互联网资本由于资金链的断裂会引发各种金融风险，即

使“成功”占领市场还可能出现大量的结构性失业问题，影响社会的基本稳定。如此种种，都意味着不能放任互联网资本“野蛮生长”，否则很可能在未来造成难以弥补的损失。

新事物必然有风险，关键在于如何防控风险。这就需要国家层面通过法律法规予以强有力的规制，执法行政部门进行“贴身”的监督，否则，资本一旦脱离缰绳，后果不堪设想。

金勇