责任编辑 陈宏光 E-mail:lszk99@126.com

每有引人关注的社会事件、法律问题发生,律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法 律解析,让您不用出家门就可享受"律师服务"。

盲盒有瑕疵只换不退?

律师:质量问题应修理、重作、更换或退货

据《现代快报》报道, 盲盒深 受年轻人喜爱, 但是盲盒购买后拆 开发现有瑕疵退换难怎么办? 市场 监管部门表示, 若最终消费者和商 家无法调解,消费者可以采取司法 途径解决。律师则表示, 盲盒不是 "免退金牌",对瑕疵商品拒绝退换 的商家需承担相应民事责任。而江 苏省消保委则建议,消费者在门店 购买最好当场拆装检验, 防止因瑕 症成因问题告成举证困难。

投诉:

盲盒有损坏商家不肯退

"没想到退换个盲盒这么困 难。"小希(化名)是个盲盒爱好者, 然而她购买盲盒的经历却并不愉 快。近期,她在南京一家盲盒商店购 买了12个盲盒。然而,回家拆开后 却发现盲盒质量存在问题, 几乎每 个都多多少少有些瑕疵,有一个盲 盒公仔的头甚至已经掉了下来。

气愤的小希找到店家要求退货 退款,店家表示,按照其售后规定, 可以给顾客讲行换货, 但满足不了 退货的要求。此外,按照该店"商品 销售说明"上的规定,对于严重瑕疵 的盲盒更换方式为换同款商品一 个,更换周期为7-30天左右,节日 款、限量款系列盲盒,停止销售三个 月后将不能再进行更换。

由于沟通协商无果, 小希拨打 了 12345 热线投诉。

南京市雨花台区市场监督管理 局铁心桥分局副分局长裴志华告诉 记者,接到投诉后,他们进行了调查 核实。该盲盒商店内设有购买须知 公告牌,按照商家的售后规定,可以 给顾客进行换货,但满足不了退货 的要求。由于商家无法满足消费者 全额退款的诉求,最终拒绝调解。

裴志华表示,依据《市场监督管 理投诉举报处理暂行办法》,经雨花 台区市场监督管理局认定终止调 解,建议诉求人通过司法途径解决。

探访:

店内公告只换不退

近日,记者探访了南京线下的



资料图片

几家盲盒店后发现,有的在显眼处 设有"售后处理政策"和"商品销售

说明"的公告牌,而有的店内却没有

相关的销售提示、提醒。记者询问如

位店员表示, 出现质量问题消费者

可以通过线上官方微信公众号和小

程序申请售后。"按照我们的规定,

店内,记者看到,在不同货架上至少

共摆放了 4 个"盲盒商品销售说

明",销售说明中提到:"盲盒系列商

品属于艺术潮玩, 在工艺制作中出

现涂色不均,轻微划痕,掉漆或气泡

等小瑕疵,均属正常现象。"另外,销

售说明也注明了,如果有瑕疵问题

处也设有相关说明提示牌,消费者

购买后收到的收据小票上也附有相

关"温馨提示"——商品若是遇到严

重瑕疵问题,可申请同款换货,商品

如需退货,请在原购买店铺办理。店

内工作人员告诉记者, 盲盒属于特

殊商品,非质量问题不退不换,若出

现质量问题可以返厂换同款,并且

在买单时也会主动向消费者告知这

看到有盲盒出售,但是对质量问题

和售后并没有明确的提示说明。

记者在新街口的其他潮玩店也

此外记者注意到,该店在收银

可由请同款换货。

在新街口附近的几家盲盒专卖

可以换货换同款,但是不能退货。

果购买后发现质量问题怎么办,一

盲盒不是"免退金牌"

对于购买的盲盒拆开后就发现有 瑕疵的情况, 钟山明镜律师事务所的 律师吕金艳分析称:"根据《消费者权 益保护法》,对于存在缺陷的商品,商 家对消费者提出的修理、重作、更换、 退货、补足商品数量、退还货款和服务 费用或者赔偿损失的要求, 故意拖延 或者无理拒绝的需要承担民事责任。 虽然盲盒在购买前存在一定的未知 性, 但是商家应该保证其质量没有问 题,可以满足消费者的购买目的。

"如果商家拒不退换有质量问题 的盲盒商品,那么消费者有权对商家 提起诉讼,"吕金艳告诉记者,"即使是 '拆开概不退换'的盲盒商品,也必须 根据法律规定,对商品的质量负责。

而江苏省消保委相关工作人员表 示,"盲盒"只是商品售卖的一种形式, 并不改变其商品本质和经营者的义 务,经营者存在质量保障的义务.应当 保证提供的商品的实际质量与其产品 说明、实物样品一致。"购买盲盒后发 现存在质量瑕疵, 仍可以依法要求退 换,商家不得拒绝。"江苏省消保委提 醒,为降低维权风险,建议消费者购买 后当场拆装检验, 防止离柜后因为瑕 疵的成因问题造成举证困难。

(李纯纯 江楠 季雨)

促销季遭遇短信"轰炸"

律师:发送必须经接收方明确同意

据《检察日报》报道, 一"促销期间,很多人频繁收 到商家发来的优惠活动短信,引 发大量投诉。那么, 商家能频繁 给用户发送优惠促销活动短信或 通过电话推销产品吗?记者采访 了相关专家。

未经同意不能擅发

记者了解到, 10月25日, 工业和信息化部就规范电商平台 "双十一"短信营销行为召开行 政指导会。会议要求, 电商平台 要立即全面自查自纠零售、金融 等相关产品的短信营销行为,不 得未经消费者同意或请求擅自发 送营销短信。

"其实,这种提前打好'预 防针'的举措已不是第一次,自 2008年起工信部便多次组织开 展垃圾短信治理专项行动。"北 京志霖律师事务所副主任、中国 政法大学知识产权研究中心特约 研究员赵占领日前接受记者采访 时表示,对于营销电话、垃圾短 信扰民问题,我国已有诸多相应 的法律规范。

2012年通过的《全国人大 常委会关于加强网络信息保护的 决定》中规定,未经接收者同意 或者请求,不得向其固定电话、 移动电话发送商业性电子信息。

今年1月1日起实施的《民 法典》规定,除法律另有规定或 者权利人明确同意外, 任何组织 或者个人不得以电话、短信、即 时通讯工具、电子邮件、传单等 方式侵扰他人的私人生活安宁。

11月1日起施行的《个人 信息保护法》强调,个人信息处 理者要保障消费者的知情权和选 择权,并规定了个人信息的处理 规则, 包括收集个人信息需要告 知处理目的、处理方式、处理的 个人信息种类等等, 并经过用户 同意……

"从这一系列法律规定不难 看出,企业平台、商家未经消费 者允许发送营销短信的行为侵害 用户权益,已经触犯了法律。' 赵占领说。

注册即同意不合法

"有的商家有恃无恐地发营销 短信,是因为这些商家认为获得了 用户的同意。"赵占领告诉记者, 有些平台默认注册用户"同意"直 接发送营销信息,而这些"同意" 条款通常需要后翻几页, 且无醒目 的显著提示,新注册用户通常还没 注意到就点击了"确认", 所以商 家就能利用这一漏洞发送营销短

"目前,这种规则漏洞已经被 刚刚实施的《个人信息保护法》堵 住了。"赵占领说。为了避免消费 者在不知情的情况下"被同意", 个人信息保护法第十四条规定,基 于个人同意处理个人信息的,该同 意应当由个人在充分知情的前提下 自愿、明确作出;第二十三条规 定,个人信息处理者向其他个人信 息处理者提供其处理的个人信息 的,应当向个人告知接收方的名称 或者姓名、联系方式、处理目的、 处理方式和个人信息的种类, 并取 得个人的同意。

虽然相关法律法规已对个人信 息保护、垃圾短信管理等作了规 制,但令人不胜其烦的营销短信仍 "营销短信屡禁不止, 主要是因为执法上的过度宽容,鲜 有平台或商家因此受到处罚,违法 成本太低变相放任了这些违法行 为。"赵占领表示。

对此,上海政法学院教授张继 红建议,对违法商家严格执法的同 时, 更要大力提高对违法短信息服 务提供者的处罚力度, 让其痛到不 敢再犯。记者了解到,一些检察机 关已在积极尝试把个人信息保护纳 人检察公益诉讼领域。

"作为检察公益诉讼新领域之 个人信息保护不能单打独斗。" 在浙江省温州市鹿城区检察院检察 官林爽看来,要形成"公益诉讼+ 跟进监督+治理建议+专题调研+协 作机制"的个人信息闭环保护模 式,有效治理非法获取个人信息用 于商业营销甚至违法犯罪的乱象, 切实维护民众的合法权益。

(张子璇 李瑞)

律师提示:小心品牌"旗舰店"是"李鬼"

据《北京晚报》报道,双十一 前夕,"尾款人"还在向购物车里 添加各种宝贝,"旗舰店"尤其受 到青睐。在大众认知中, "旗舰 店"犹如品牌官网一般,往往是人 们的放心之选。然而你以为的那家 店,真的就是那家店吗?

买名牌遭遇"同名山寨款"

最近,喜欢看美妆视频的晓菲 看上了一款美国 ColourPop 高光, 在购物网站上搜索一番后, 她惊喜 地发现了同名旗舰店, 价格也可以 承受, 于是不假思索下了一单。

然而, 高光到手后粉质并不如 想象中细腻。经过仔细比对, 她发 现这压根儿不是自己本来打算购买 的那个美国潮品美妆,只是顶着同 样名字的"另一款"产品而已

记者询问 colourpop 天猫旗舰

店客服,对方并不讳言,称店铺为国 内品牌直营,产品也均在国内生产。 营业执照信息显示,店铺经营主体 为"东莞市卡泡贸易有限公司"。

对此,美国 ColourPop 公司注 册了新浪微博,在其置顶微博以及 英文官网页面中提示,品牌在国内 没有淘宝/天猫/京东旗舰店、微信 微店、中文官网或是开设线下店 铺, 仅可通过英文官网或支付宝小 程序等渠道购买

既然二者毫无关系, 国内公司 为何可以开出同名"旗舰店"? 北 京国标律师事务所主任、资深互联 网法律服务律师姚克枫分析,知识 产权具有地域性特征,海外品牌进 入中国市场时,需要在我国注册本 地商标。"并不是在美国拥有了这 个商标,在中国就能够自然拥有。"

那么,只要先于尚未进入国内 的品牌抢注本地商标, 商家即可向 电商平台提供商标注册证或商标受 理通知书, 从而自行注册品牌旗舰 店。哪怕被抢注的品牌想要入驻电 商平台, 也要换成别的名字才能注 册。如日本品牌 MUJI, 若直接搜 索"无印良品旗舰店", 跳转出来 的是一家国内商铺页面。而"你以 为的"那家店,只能加上各种限定 语,组成"无印良品 MUJI 官方旗 舰店"的名称,以此作为区分。

企业应加强知识产权意识

"旗舰店斗不过山寨店被迫改 名""这些旗舰店其实不是你想找 的那家店" ……某生活方式 App 中,不少博主盘点了易被搞混的旗 舰店,列出"防踩雷指南"为消费 者预警

姚克枫介绍, 商标抢注纠纷在 知识产权领域十分常见。最近律所 便承接了某欧洲奢侈品牌因被抢注 了商标,准备维权的案子。"之前我 们还为客户成功做了一个撤销商标 的案子,商标抢注方大量去抢注、囤 积商标,最终被认定为恶意抢注。

而购物网站上的这些"山寨" 旗舰店, 虽然钻了商标注册的漏 洞,但在流程与资质上并不违规, 也没有声称自己就是"那个牌子" 不能称之为虚假宣传。以现行的政 策规则, 很难令其关停

姚克枫认为, 商标抢注纠纷一 定程度上体现出品牌在知识产权方 面的意识不足。即便暂时未有进入 某些国家地区市场的计划, 也应充 分考虑全球商标布局, 先行做好准 备以免陷入被动。"不只是国外品 牌'引进来',如果知识产权意识 不强, 国内品牌'走出去'也是会

只是名字一样的话,消费者未

必会那么容易被迷惑。记者对比多家 "山寨"旗舰店,发现它们与被抢注 品牌所售产品相比,风格、款式都极 为相近。以 ColourPop 土豆泥单色眼 影为例,美国官网为白色小圆盒包 装,粉面有蜂窝状压痕,定价为6美 元 (人民币约 38.4 元)。colourpop 天 猫旗舰店的眼影也叫"土豆泥",从 包装到蜂窝压痕都如出一辙, 售价更 极为"精准"地定在38元。

"如果产品的外观外貌、文案功 能等与知名产品做得很像,品牌方可 以考虑以构成不当竞争为由进行维 权,证据相对是比较好获得的。"姚 克枫称, 但若权利人不维权的话是没 有办法的,即所谓"不告不理"

面对"看上去差不多"的状况, 消费者可以点击"企业资质"旁边图 标,输入验证码查看店铺经营者的营 业执照信息,以对该店究竟出身何处 有准确判断。