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"。

www.shfzb.com.cn

快递野蛮装卸理赔难

据《北京晚报》报道,明明为 快递做了保价,物品损坏后快递公 司却不按保价协议赔偿。记者走访 发现,野蛮装卸、拖延赔付等老问 题还没完全解决,保价赔付条款不 明、双方对协议的理解分歧又来了 ……怎样正确理解保价协议, 谁来 监督快递公司,再次成为消费者热 议的话题。

物品损坏理赔难

国家邮政局发布的《快递业务 操作指导规范》中明确规定,快件 分拣脱手时, 离摆放快件的接触面 之间的距离不应超过30厘米,易 碎件不应超过 10 厘米。记者走访 发现,不少站点在分拣、装车等环 节都没有严格遵守指导规范的规

因为要搬家, 王先生为电视安 装了加固木架、放好了泡沫塑料, 还在外面套了一层硬纸箱, 才将快 递寄到了新家。"寄出去的时候好 好的, 我还特意叮嘱快递员轻拿轻 放。结果收到货后,电视屏幕的-角还是出现了破损,边框也破碎 王先生无奈地说。

"我也咨询了品牌售后,售后 说屏幕价值 3070 元; 边框全部报 废,整套更换需要1000元,上门 维修还要手工费 400 多元。但问题 是,这款屏幕已经停产,边框目前 没货, 所以根本没法修。"最令王 先生气愤的是, 当他去找快递网点 理赔时,看到工作人员时不时就把 小件快递随手一扔, 明显很沉的快 递也只有一个人搬,很容易脱手 "不是不理解快递小哥的辛苦,可 快递属于服务行业,客户和快递员 需要互相尊重。慢一点、稳一点很 难吗?"王先生说, "无论寄什么 物品,我都希望能收到完整的物 件,像电视这种贵重物品我更希望 能平安到达。相对于快,这才是我 作为消费者的最基本要求。

和物品损坏相比,投诉无门 理赔难以兑现更让人无奈。林女士 向上海快递了一台电脑, 电脑在上 海滞留两个月未能送出,又按照林 女士的要求原路返回北京。谁知当 林女士再次看到电脑时,发现两层 包装竟然都被水浸泡了。 "害怕快



递拆开后很难说清楚是谁的责任, 当时我就拒签了,要求理赔。"林 女十说。

因电脑绝大部分功能完好, 林 女士和快递公司达成赔付协议, 快 递公司发短信通知她,将在走完流 程后赔付。然而林女士一等再等, 直到一个月后快递公司关闭了理赔 申请,并显示"您的理赔申请已完 结",却没有人再联系过她。

"期间我多次打理赔电话,他 们就说有人在跟进。向官方客服询 问,客服让我联系站点赔付。联系 站点,站点称不清楚此事。"林女 士气愤地说,快递公司一直在"踢 皮球",如今已经过去近4个月了, 现在她都不清楚电脑的下落。 果消费者不主动联系, 电脑是不是 就归快递公司所有了?

赔偿不能一方说了笪

很多人在快递贵重物品时,都 会为物品做保价。但实际理赔的过 程中,却很难如愿拿到赔偿。

记者从多家快递公司了解到, 保价的额度只是最高理赔价格,具 体理赔由快递公司根据物品的实际 价值和破损程度决定赔付多少钱, 除非快递全部损毁或丢失,才有可 能按照最高保价赔付

北京中闻律师事务所律师李斌 介绍,根据《邮政法》,保价的给 据邮件丢失或者全部损毁的, 按照 保价额赔偿:部分损毁或者内件短

少的, 按照保价额与邮件全部价值的 比例对邮件的实际损失予以赔偿。 但李斌认为, 由快递公司决定赔

付金额是不合理的。"快递公司是当 事一方,不能既当运动员又当裁判 员。当赔偿金额出现矛盾分歧时,应 委托双方都认可的第三方公司进行评 估,才公平合理。"

另外,不少快递条款中,都会规 定若未选保价,货物出现损失时,会 按照三、五或七倍运费的限额进行赔 偿。李斌说,这类条款属于限额赔付 条款,如果是快递公司因故意或重大 过失造成寄送货物损失的, 比如暴力 装卸致快递损坏, 违背了职业应尽的 审慎义务,不应适用限额赔付条款。

针对快递赔付时遇到的纠纷扯 李斌建议消费者在邮寄贵重物品 时要有风险防范意识,要了解保价规 则;同时也要有证据留存意识,留好 物品的购买凭证、与商家的沟通记录 等。快递公司也要在交付全过程做到 合法合规, 使合同条款经得起法律检

需要注意的是, 快递公司有明确 提示消费者注意像保价规则、限额赔 付等与其有重大利害关系条款的义 务。提示方式可以是快递员主动告 知,也可以在手机下单时,通过显而 易见的方式展示,比如不阅读就不能 进入提交订单环节,可以认定履行了 提示义务。如果条款是一个链接,不 打开也不影响提交订单,这就不能视 为尽到了提示义务。

(师悦 黄品超)

火车乘客能否跨车厢充电?

律师:《铁路旅客运输规程》明确"不能"

据"央广网"报道,近日在 南宁至上海的一辆列车上,买了 硬座票的女孩到卧铺车厢充电, 被卧铺车厢内的一位中年女子拔 掉了充电器,双方因此发生争

对此,铁路部门一名工作人 员表示,充电设备属于配套设施, 票价不同则配套设施不同。专家 称,对于铁路运输产品和服务来 说,不同铁路运输产品享有不同 服务。如果铁路管理部门对服务 空间进行严格区隔和管理,而且 在充电设备上满足旅客的充电需 求,可以避免类似冲突发生。

跨车厢充电引发矛盾

网上视频显示,在南宁至上 海的一辆列车上, 一名硬座票女 孩到卧铺车厢充电,被卧铺车厢 的一名中年女子拔掉充电器后, 双方产生争吵。卧铺车厢的中年 女子认为, 硬座车厢的乘客没有 权利到卧铺车厢充电,并表示该 硬座车票的女孩已经充了 70%的 电,而自己手机只剩1%的电。 前来调解的列车员称"所有人都 可以充"

北京浩天律师事务所律师王 鑫月表示,根据《铁路旅客运输 规程》第三十二条规定,除特殊 情况并经列车长同意外, 持低票 价席别车票的旅客不能在高票价 席别的车厢停留。 "手机没电" 原则上不算"特殊情况"。因此, 女孩持硬座车票到卧铺车厢充电 并长期停留的行为,违反了铁路 相关规定。

北京交通大学北京综合交通 发展研究院教授李红昌分析称, 对于不同的铁路运输产品,比如 不同座席, 对应的服务设施和服 务质量则不同。铁路管理部门需 在物理空间和管理规定上讲一步 精细化管理,对服务空间讲行严 格区隔,制定和完善相应的铁路 旅客列车设施管理规则。

交通运输部管理干部学院发 展研究中心主任张柱庭表示,普 通硬卧的充电装置应当由卧铺乘 客优先使用,其他乘客使用应当

得到列车乘务人员、优先使用人的 同意, 但出门在外, 大家应互谅互 让,不要因为小事而激化矛盾。

王鑫月认为, 从乘客向承运机 构购票成功的那一刻起, 乘客与承 运机构的客运合同就已经生效, 购 买车票时选定的车次座位就是合同 条款, 乘车就是履行了合同, 如果 强占了其他乘客的座位或其他乘客 座位附属资源,这属于侵犯了其他 乘客的合法权益。严重的可认定是 一种治安违法行为。

王鑫月表示,《治安管理处罚 法》第二十三条,有下列行为之一 的,处警告或者 200 元以下罚款; 情节较重的,处5日以上10日以 下拘留,可以并处 500 元以下罚 款: (三) 扰乱公共汽车、电车、 火车、船舶、航空器或者其他公共 交通工具上的秩序的。

可提供租用充电宝服务

随着互联网发展, 手机已是每 个人出门在外必不可少的工具,在 一些长途列车上,乘客或多或少有 充电需求

铁路部门一名工作人员告诉记 者,目前,部分列车因设计较早, 很多硬座车厢没有充电插孔, 而卧 铺车厢的充电插孔也不是每个铺位 都有。如果在车厢内安装插座,那 么车体里的线路都要改造,成本较 高。另外,每个插头还要安装稳压 设备,这还有一定消防隐患。

张柱庭表示,公共交通工具及 场站过去没有安装插座等充电设备 的标准,现在也在逐步完善中,一 些列车已开始具备"一人一插孔" 的能力。但老式列车的改装也需要 一个过程,在资源有限的情况下, 乘客可以根据自己的出行需求携带 充电宝。

李红昌认为,从国内外实践来 看, 随着铁路设备的完善和人们生 活水平的提高, 火车提供充电插 座、WIFI等日益普遍。因此,消 、铁路管理部门可以进行调研和 综合考虑, 火车可以提供租用充电 宝服务,满足旅客的临时需求,避 免手机关机,影响旅客出行和通 (郭佳丽)

明星"带货"出问题?律师提示维权途径

据《北京青年报》报道, 随着 电商直播行业的迅速发展, 不少明 星及人气主播"带货"行为日益兴 起。主播辛巴近日爆料众多网红 明星卖过假燕窝, 明星戚薇也被网 友质疑直播间卖假货, 相关话题冲 上热搜。

当直播销售的商品出现问题 "带货"的明星是否应该承担 一定的法律责任呢?对此,北京京 讼律师事务所主任付璐律师表示 对于广告代言人所承担的法律责任 问题,我国已有相应法律规定。根 据我国《广告法》规定,关系消费 者生命健康的商品或者服务的虚假 广告,造成消费者损害的.其广告 经营者、广告发布者、广告代言人 应当与广告主承担连带责任。

前款规定以外的商品或者服务 的虚假广告,造成消费者损害的, 其广告经营者、广告发布者、广告 代言人, 明知或者应知广告虚假仍 设计、制作、代理、发布或者作推 荐、证明的,应当与广告主承担连 带青任

根据此条规定,广告代言人代 言的商品或服务如果与消费者生命 健康相关,只要告成了消费者损 害, 其代言人就需要承担连带责 任; 但如果是其他的商品或服务造 成消费者损害的,代言人则需要在 明知或者应知该广告是虚假的情况 下依旧代言的,才需要承担连带责 任。但网络直播带货与广告代言毕 竟有所区别,要判断明星直播带货 "翻车"是否需要承担责任的问题 就需要明确明星带货的性质。

根据 2021 年 5 月开始实施的 《网络百播营销管理办法(试行)》 规定,直播间运营者、直播营销人 员发布的直播内容构成商业广告 的,应当履行广告发布者、广告经 营者或者广告代言人的责任和义 务。综合这些规定,我们可以认定 明星的"带货"行为所需要承担的 责任义务与广告代言人并无差别, 直播"带货"也属于代言人身份。

明星直播间的合作模式多样, 如何判断明星需承担的责任?

对此付璐律师表示,消费者在 买到有问题的商品时, 既可以依据 买卖合同向电子商务经营者 (销售 商家) 追究违约责任, 也可以依据 侵权法律的规定追究电子商务经营 者(销售商家)和生产商家的侵权

直播间带货的明星是否可以被 认定为销售者呢?付璐律师认为在 司法实务中,一般不将直播"带 货"明星认定为销售者身份。因此 如果消费者购买的商品出现了问 题,不能直接向明星索赔,付璐律 师在此也提醒大家, 在购物消费时 一定要理性选择, 切勿因为明星效 应而盲目消费,还是应当尽量选择

有口碑有质量保证的商品

付璐律师提醒, 无论是不是在 明星直播间购物, 当购买到有问题 的商品,消费者都可通过相关法律 来维护自己的正当权益。维权需要 明确两个问题,一是索赔对象;二 是维权方式。

首先要明确索赔对象。通常来 说, 消费者在明星直播间购物都属 于网络购物,根据《消费者权益保 护法》规定,消费者通过网络交易 平台购买商品或服务, 其合法权益 受到损害的可以向销售者或者服务 者要求赔偿,网络交易平台提供者 不能提供销售者或者服务者的真实 名称、地址和有效联系方式的,消 费者也可以向网络交易平台提供者 要求赔偿; 网络交易平台提供者作 出更有利于消费者的承诺的,应当

履行承诺。 同时,在明星直播间购物的消 费者皆有受广告影响的因素, 因此 消费者可以要求广告发布者、

者提供商品经营者的有效联系方式同 时请求行政主管部门予以惩外发布虚 假广告的广告经营者和发布者。如果 该商品涉及消费者的生命健康或是广 告经营者、发布者不能提供商品经营 者的有效信息和联系方式的情况下, 那么也可以向广告经营者、发布者索 赔,要求他们承担相应的责任。

关于索赔方式的问题,根据法律 规定,可以有以下几种途径解决:

首先,与经营者协商解决。其 次,请求消费者协会或者依法成立的 其他调解组织调解。再次,向有关行 政部门投诉。最后,消费者也可以通 过诉讼的方式进行维权。

此外付璐律师提醒,广大网友在 直播购物消费时,一定要理性选择, 切勿因为明星效应而盲目消费。如果 买到涉嫌假冒伪劣产品,一定要及时 采取录音、录像等措施,保存好聊天 记录等相关证据,依法维护自己的合 法权益 (李奎)