

□ 记者 章炜

春节期间,黄金饰品销售火爆。1 月 31 日,中消协发布《2023 年全国消协组织受理投诉情况分析》。分析指出,“一口价”黄金计价模式不透明,经营者在销售时故意隐瞒黄金首饰克重或置换限制条件等,存在诱导消费、价格欺詐等问题,相关投诉也大幅增加。数月前,王先生花费 13015 元在“中国黄金”门店购买了手镯。购买时,店员承诺“买的时候多少钱,以后来换也值多少钱”,但之后他想调换产品时却被告知要支付 20% 的折旧费。多次沟通无果后,王先生起诉至法院。

消费者:销售过程中利用话术误导消费

2023 年 3 月,王先生想购买黄金饰品,于是来到上海市浦东新区久金广场的“中国黄金”门店。王先生诉称,当时销售人员极力推销店内销售的一口价黄金产品。“销售人员说一口价黄金商品保值,买的时候多少钱,以后来换也值多少钱,没有任何折旧费和损耗费用。买这款产品相当于人民币,可以换店内所有的东西。”

王先生诉称,见他还将信将疑,销售人员进一步说:“不信的话,你可以现在买,然后马上换,你看我给不给你换。”他询问黄金克数,店员也一直未告知。在店员的话术和推销下,他最终购买了一个足金古法手镯(高工艺),商品价格 15312 元,实际支付 13015 元。

2023 年 5 月 1 日,王先生又来到该门店,想调换产品,但发现自己相中的款式根本换不了。销售人员表示,只能换同种类产品,如果想换其他按克重的黄金需要 20% 的折旧费。

“这与购买时宣传销售话语不一致,感觉被忽悠了。”王先生对此非常不满,第一是店员没有明确告知一口价产品的克重信息;第二是店员做出虚假承诺,诱导消费,让他蒙受金钱损失。由此,王先生向 12345、上海市消保委进行了投诉,但多次交涉均无果。为维护自身的权益,王先生起诉至法院,要求商家退货退款,并赔付三倍价款。

门店:柜台放置“调换须知”且消费者有购买经验

王先生诉称,根据《消费者权益保护法》规定,“中国黄金”作

诉讼实录

买黄金套路多 “中国黄金”诱导 消费虚假承诺?

刻意隐瞒首饰克重
想换设置限制条件

为经营者与消费者进行交易,并未遵守诚实信用、诚信经营的原则,向他提供商品及商家信息不真实、不全面,作虚假以及引人误解的宣传和承诺。销售人员在初次提供销售服务时,采用欺詐、虚假承诺,诱使王先生购买其商品,然而更换时却告知只能换同类型一口价产品,想换其他的产品需要扣 20% 折旧费,与销售时所說的可以换店内所有商品大相径庭。

由此可见,该门店在销售商品时故意采用欺詐、虚假承诺方式及手段欺騙、诱导消费,其行为严重违反诚实信用、诚信经营的社会主义商业经营原则,严重损害消费者的合法权益,故应当根据《消费者权益保护法》第五十五条第一款之规定予以处理。

庭审中,商家辩称,门店在柜台处放置了黄金“调换须知”,其中第七条载明:凡本店购买的特价古法黄金凭质保单可按卖价调换,每件首饰需补差 20% (缺金另算,可调换原价以上门店任意一口价产品)。购买当天,门店工作人员为王先生开具了质量保证单一张,质保单上注明:同类产品增值 20%,王先生在质保单上签字确认。同日,门店为王先生开具了增值税普通发票(No09170779),价税合计 13015 元。

商家还指出,王先生曾于 2020 年 8 月 23 日在“中国黄金”金桥国际店购买 3D 硬金足金挂坠及玛瑙手链。因此,王先生有过一口价黄金商品的购买经验,知晓一口价商品的调换规则。所以,公司不存在欺詐、虚假承诺等情形。

法院:争议焦点在于被告是否存在欺詐行为

上海市金山区人民法院认为,根据《消费者权益保护法》之相关规定,消费者基于经营者违约提起三倍惩罚性赔偿的构成要件如下:一是经营者和消费者存在消费合同关系,即以书面或口头等形式表现出的各类消费合同;二是经营者存在欺詐行为。

本案中,双方当事人对于存在消费合同关系并未持异议,争议的焦点在于被告是否存在欺詐行为。如果一方当事人故意告知对方虚假情况,或故意隐瞒真实情况,诱使对方当事人作出错误意思表示的,可以认定为欺詐行为。原告对于被告商品的质量未

提出异议,其主张被告在销售时承诺一口价黄金商品可以调换门店内任意商品且无需另行支付任何折旧费和损耗费用而未遵守系欺詐行为,而被告则认为其从未作出该承诺,其在柜台处放置的“调换须知”明确载明一口价商品的调换规则。

根据举证规则,原告应当就被告存在该承诺进行举证。原告所提供的视频,系其事后补录的,无法倒推购买时的情形,且被告在柜台醒目处放置着“中国黄金”方面的“调换须知”,质保单上亦注明着同类产品增值 20%,被告尽到了必要的提示义务,何况原

告有过一口价商品购买的经验。

据此,法院无法认定被告在销售时作出一口价黄金商品可以调换门店内任意商品且无需另行支付任何折旧费和损耗费用的承诺,故而无法认定被告在销售商品时存在欺詐行为,故对原告基于被告存在欺詐行为而提起的全部诉讼请求,法院不予支持。据此,依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第九十条、《中华人民共和国民事诉讼法》第一百四十五条及第一百六十五条第一款之规定,驳回王先生的全部诉讼请求。

消息树

1 月 31 日,中消协发布《2023 年全国消协组织受理投诉情况分析》。分析显示,投诉热点涉及直播抽奖花样多兑现难。

分析指出,直播抽奖活动主要存在以下几个方面的问题。

一是中奖后不兑现。消费者中奖后,经营者以各种理由不兑现或故意拖延并长时间不发货。

二是中奖概率不明。经营者在直播间醒目位置宣传中奖概率 100%,但实际上中奖概率极低或奖品多为虚拟商品。

三是虚标奖品价格。经营者对直播间抽奖奖品标注价格远高于相同商品实际价格。

如,2023 年 4 月 21 日,消费者高先生向浙江省杭州市上城区消费者权益保护委员会投诉,其于 2023 年 3 月 30 日晚在杭州某文化传媒有限公司直播间参与免费抽奖(无任何附加条件,中奖即包邮到家)。中得某品牌老花小水桶包一个,主播表示抽中的奖品 48 小时内发出,但至消费者投诉当天已经过去半个多月时间,该公司仍然没有将中奖兑现,其间消费者多次私信联系该公司账号,该公司一直以各种理由不发货。现在该公司微信账号直播抽奖送包,而且该包在其公司微店也有销售。消费者认为该商家在公众平台直播带货,利用不正当有奖销售行为聚拢人气提高销量,宣传承诺不兑现,欺騙消费者,要求立刻发货。

再如,2023 年 12 月 14 日,消费者向深圳市消费者委员会投诉,其被某直播平台商家诱导消费进行抽奖,一次花费 100 元,抽中奖品为 1 元钱,商家称奖品是随机的。消费者又选择一次花费 1500 元的抽奖,抽中金额还是 1 元钱,并且商家宣传的精品手办奖品到手后发现也是一些做工粗糙的伪劣产品。消费者认为中奖概率完全由商家后台控制。

中消协建议相关部门严格落实《规范促销行为暂行规定》。直播抽奖经营者应当清晰准确公示抽奖奖品名称、数量、中奖率、真实价值等,杜绝虚构奖项、奖品、奖金金额等违法行为。消费者在参与直播抽奖活动时,要保持理性,不盲目充值、打赏。

(综合澎湃新闻等)

直播中奖概率极低或多为虚拟商品

中消协:直播抽奖猫腻不少