

利用漏洞“薅羊毛”能否要求商家发货

□ 王伟

面对激烈的市场竞争，各电商平台纷纷推出促销活动，而消费者也热衷于搜索优惠活动，通过叠加红包等方式，以较低的价格买到心仪的商品与服务，这种行为被形象地称为“薅羊毛”。但也有些人动起了“歪脑筋”，利用平台的漏洞“薅羊毛”。

那么，利用平台漏洞“薅羊毛”能否要求商家发货呢？

哪些“薅羊毛”行为是合法的？

消费者邓某发现某商贸公司经营的微信小程序进行白酒促销活动。虽然商品销售页面写明“每满 1199 元扣减 100 元”。

然而，邓某发现如果将商品反复加入购物车，就可以领取多张 100 元的优惠券，此后再返回商品销售界面点击购买，订单金额就会自动按照销售价格扣除购物车中所有优惠券的计算方式结账。

于是，邓某采取该方法以 499 元和 599 元的价格购买了原价 1199 元的白酒共计 20 瓶。

邓某要求商家发货，遭到商家的拒绝，邓某向法院提起诉讼，要求商家交付 20 瓶白酒。

那么，这种利用平台漏洞“薅羊毛”的行为合法吗？

我们日常生活中购买商品是一种买卖法律关系。买卖合同成立，需要交易双方就商品的价格等主要合同条款达成一致。



商家在促销活动中采取的打折、赠送、满减等优惠措施应当视为就合同价款的一种真实意思表示；消费者遵循诚实信用原则，自愿接受商家的打折销售规则，购买商品或者接受服务，应当视为双方就合同条款达成了一致，双方的合同关系成立并生效。如果商家违反“优惠”约定，消费者可以要求商家履行该承诺，发货或者承担相应的违约责任。

消费者通过平台正规渠道获得的优惠券、积分以及遵守“仅限本人使用”等规则购买商品和服务，为合法的“薅羊毛”行为。

司法实践中，判断“薅羊毛”行为是否合法的标准为：是否存在真实交易、是否遵守活动规则以及是否以非法占有为目的。

正常的“薅羊毛”行为，消费者得实惠，商家拓销路，平台聚人气，形成了多方共赢的健康市场生态，是受法律保护的正常交易活动。

利用平台漏洞“薅羊毛”是否受法律保护？

生活中，有一些消费者利用平台的漏洞和技术故障等下单“薅羊毛”，对于这种行为应当如何定性呢？

比如，前面讲到的邓某，采取反复加载购物车的方式叠加优惠券。因商家出售白酒的价格为 1199 元减 100 元，即 1099 元，该意思表示明确，而邓某则是以 499 元、599 元的价格购买，双方就涉案商品的价格并未达成一致，故双方之间的买卖合同并未成立。

因此，邓某要求商家发货的诉讼

请求无法得到法院的支持。

对于反复注册新账号套取新人福利、利用系统延迟重复下单退款等，可能会在发生纠纷后，根据案情被认定为合同不成立、可撤销或者无效，并最终无法得到法律的支持与保护。

此外，通过虚假交易、伪造身份信息等方式骗取平台补贴，通过技术手段篡改数据，比如使用外挂软件、脚本程序批量抢购优惠商品，或篡改订单金额、物流信息等“薅羊毛”行为可能构成犯罪，甚至将面临严重的刑事处罚。

合法“薅羊毛”应注意哪些事项？

消费者在享受优惠时，遵守平台规则、诚实守信，完全可以在合法范围内“精打细算”。

为此，我们提醒消费者注意以下几点：

首先，仔细阅读活动规则。参与任何优惠活动前，务必了解适用条件、使用限制、有效期等条款，避免因误解规则而误入歧途。

其次，不滥用技术工具。不使用外挂、脚本、虚拟定位等工具干扰平

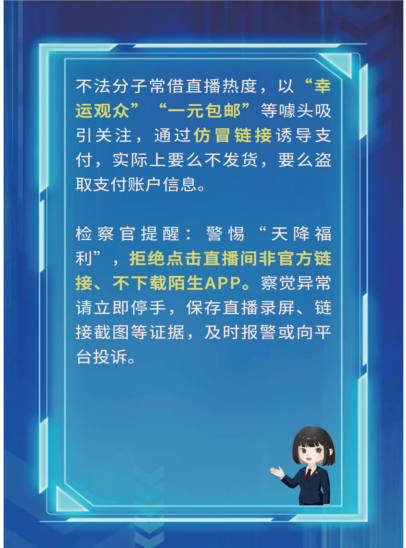
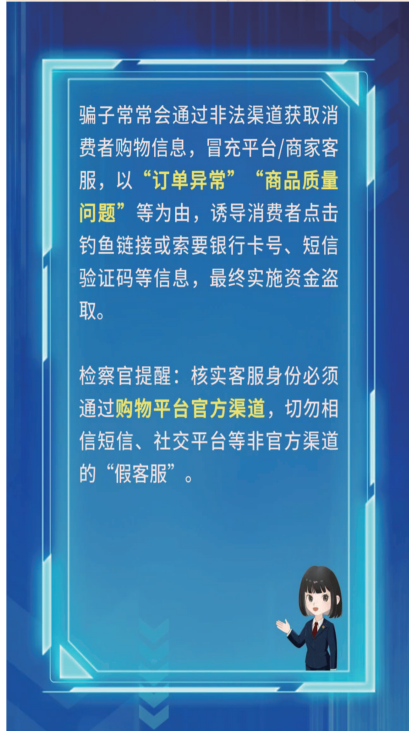
台正常运营。

最后，不伪造身份或信息。不得冒用他人身份注册账号、刷单或套现。

同时，我们也呼吁电商平台完善风控机制，及时修补系统漏洞，明确活动规则，从源头减少争议发生。只有平台、用户、监管多方协同，才能构建健康、诚信的网络消费生态。

（作者为上海市第二中级人民法院民庭审判团队负责人 来源：“上海二中院”公众号）

谨防网购“补偿”“福利”骗局



（来源：“浦东检察”公众号）

“游戏爆料”小心侵权

作为某款游戏的死忠粉，覃覃意外获得内测独家物料——新角色建模、限定皮肤、隐藏场景全部解锁。满心欢喜的他直呼“好东西要分享”，剪辑后以“全网首发”为题在社群平台分享爆料。正当覃覃沉浸在“流量红利”中时，却被游戏的著作权人告到了法院。法院审理后认为，覃覃通过其视频账号发布涉案视频，系未经过著作权人许可，侵害了原告就涉案美术作品享有的信息网络传播权。覃覃虽称未就此牟利，但“以盈利为目的”并不是构成著作权侵权的前提，只要实施了“未经许可向公众传播”的行为，就有可能构成侵权。

（来源：“上海杨浦法院”公众号）



扫一扫看视频