

李春海 vs 王海:道不同亦宽容

8年前,李春海说王海是“假冒消费者”,王海状告李春海
8年后,他们在继续坚持己见的同时,都提到“宽容”

王海淡出公众视线已有五六年了,在新浪的“王海专题”中,有关他的最后一条新闻发表于2001年2月27日,整整六年前。

王海退出了“个人打假”,却引来了众多的效仿者。再用百度搜王海,得出的结果往往被打上了引号,且前面多冠以各地的地名:“南京王海”、“兰州王海”等等,不一而足,归之以“王海现象”并不过分。

对于这些追随者,王海的评价是“有很大社会价值”。1999年差点被王海告上法庭的原秦淮法院消费者权益庭庭长李春海法官,今天仍然认为王海不是消费者。

李春海

身份:原秦淮消费者权益法庭庭长



1,关于打假人

“我认为王海是一个假冒消费者,王海现象的实质是‘知假购假,购假索赔’……”“我知道他们的存在,我认为,他们的存在有着极大的社会价值。”

2,关于态度

“需要宽容地看王海,他对规范商家的行为还是有促进作用的。”

王海

身份:全国知名“职业打假人”



“这是没有办法判定的,买了十块钱的是消费者?买了一百块钱的就不是消费者?”“不是因满足个人或家庭需要购买的,就不是消费者。”

“我们是应该以宽容的心对人和事。”

王海“打假”上规模了

“在2000年前后,我就慢慢地脱离了媒体宣传。”前晚,身在北京的王海在电话里说。记者与他的约访,分在两个晚上完成。他现在俨然是个大忙人——记者昨天下午打通他电话时,手机里传出了一个压低了的声音:“我在开会”,并随即挂断了电话。

王海说,自己现在做的事分两大块。“一是公司部分,我有两家公司,主要从事企业品牌保护,二是非盈利项目的运作。”

所谓的品牌保护,王海解释说,就是替其他公司打假,“帮助客户企业取缔市场上的假货,如果发现客户的产品在市场上被假冒,我们就做前期调查,再协助执法部门取缔。”

王海说,这实际上是他从1996年就开始运作的项目,“之前媒体没有报道,他们的注意力都集中在我个人打假这件事情上。”

而他所说的另一个“非盈利项目”指的是,“与别人合作,如学术界和法律界,就一些课题展开专题研究,以及参与公益诉讼。”

而公益诉讼部分,王海参与了一起针对某“早孕测试剂”的诉讼。“这家企业在包装上打上了短消息防伪查询系统,但并没有注明短消息是收费的,结果导致了消费者莫名其妙地多掏钱。”王海现在基本上不参与“一对一”的打假或维权诉讼了。

王海眼中的“王海们”

事实上,王海有着越来越多的追随者。

“我知道他们的存在,我认为,他们的存在有着极大的社会价值。”王海说,自己当年的打假,客观上起到了非常好的普法效果。“假一赔二”的消法规定,因之得到了广泛宣传,深入人心。

但他评价现在的“王海们”起的作用却是源于维权环境的恶劣,“现在在中国消费欺诈的专业化、产业化远不是当时我所处年代所能及。”以前打假时,碰到的是一个一店一的单一产品,“但现在,一些商业欺诈行为有了相当的专业性,而且成了产业。”

他以游医作比,“以前的游医,无非就是承包医院的科室,再承包一个电台节目,有点常识的都能分辨,但现在,这些人盖起了大楼,办起了医院。”在组织化、集团化的商业欺诈行为面前,普通消费者的维权能力很弱。“大部分消费者觉得麻烦,势单力薄,往往放弃了维权,这时候,职业打假人的执着就有了相当的对抗能力。”

因此,王海对“王海们”的评价是“社会价值极大”。

“二海之争”仍难平息

李春海与王海的“二海之争”在当年名噪一时。李春海时任秦淮法院消费者权益庭庭长,1999年3月15日,南京一媒体在头版刊登了《“红脸”法官李春海》的专访。

李春海在接受记者采访时说:“我认为王海是一个假冒消费者,王海现

象的实质是‘知假购假,购假索赔’……”

王海认为,李春海的言论侵犯了他的名誉权,遂提起了针对李春海的诉讼。法院最终驳回了王海的诉讼请求。

时过境迁,李春海庭长现已头发花白,年近花甲。在昨天上午到快报做客时,李庭长还坚持自己的观点:“以索赔为目的的知假买假、购假索赔,其不能定位为消费者。”

但谈到王海时,李春海认为:“需要宽容地看王海,他对规范商家的行为还是有促进作用的。”

而身在北京的王海听到了记者转述的李春海的话后,报以一笑:“我们是应该以宽容的心对人和事。”但他也固执地强调自己的看法:“这是没有办法判定的,买了十块钱的是消费者?买了一百块钱的就不是消费者?实践中是行不通的。”

李春海随即给记者传真了一份国家标准,这份编号为GB5296.1-1997的《消费品使用说明总则》国标的3.1条写着:“消费者的定义:为满足个人或家庭的生活需要而购买、使用商品或接受服务的个体社会成员。”

李春海以这个国家标准的定义为推论:“不是因满足个人或家庭需要购买的,就不是消费者。”

双方的意见显然仍难统一,王海在夹杂着骂声的纷争中一夜成名,李春海在维护消费者权益的岗位上十年如一日,而数以亿计的中国消费者从越发透明和完善的消费环境中受益。

快报记者 言科

“中国第一消庭”幕后故事

“高尔宝”案 法院“倒贴”了10万

1993年3月13日,全国首家保护消费者权益法庭在秦淮法院成立。14年来,我国的消费者权益保护法从无到有,消费维权庭全国遍地开花。秦淮法院消费维权庭的这段历史,就是我国消费者权益的发展史。

“消费庭”成为全国创举

现在的李春海已经满头白发,目前担任着秦淮法院审判庭庭长的职务。1993年3月,李春海因具有多年审判经验,被委以首任保护消费者权益法庭庭长的重任。

“当时秦淮区是南京商业‘重镇’,特别是夫子庙地区,小商品经济发达,这也导致了消费纠纷增多。”现任秦淮法院院长王忠义在接受记者采访时说,消费庭的建立,跟秦淮当时的商业氛围、经济特点很有关系。

“为老百姓做点事情,这就是我们当时的想法。”李春海回忆说。秦淮的这一举措,成为全国的一个创举。以后的8年内,中央电视台每年举办“3·15”晚会,都邀请消费庭的法官到北京去。

“假一罚十”不能玩假的

1996年,江苏省颁布了《江苏省实施〈消费者权益保护法〉办法》,其中第四条规定,经营者作出承诺的,应当履行承诺的义务。这对规范商家的销售行为有了可执行的依据。这个办法实施后不久,秦淮法院就接到了杨先生的诉状,原来他购买了一台电脑,但电脑老是出问题,他要求退货并赔偿。在案件审理过程中,法官发现了电脑里面价值1600多元的CPU是假冒产品,而商家曾打包票称“假一罚十”。为此,消费庭根据消法和江苏的相关实施办法,除了让商家退还购物款,还判商家兑现承诺,赔了16000多元。

这个判例在当时的南京可谓满城轰动,并在全国引起巨大反响。

为办一宗案法院倒贴10万元

而让王忠义院长印象深刻的是,在处理消费纠纷时,无论是消费者、商家,还是他们法院,都更加倡导和谐。

“高尔宝”事件便是个典型。”王忠义说,“高尔宝”系列产品夸大宣传,称自己的产品可以增高5厘米~10厘米,但是消费者在使用之后却没有效果。为此,上百人冲砸高尔宝的办公室。秦淮法院主动把这些受害者往诉讼方面引,免掉他们的任何诉讼费用,法院还自己贴了10多万元的办案经费,成功为这些受害者维权。快报记者 朱俊俊 宗一多

消费和谐 服务诚信

——长虹服务甲天下

前天,笔者在朋友家做客,正好遇见长虹服务人员上门。经过朋友的介绍,才了解到长虹人员的上门并不是维修电视,而是依据用户的预约,专门为用户的平板电视进行升级保养的。笔者在现场观察到,长虹服务人员从敲门开始到保养结束,始终表现得非常礼貌和规范。不仅给电视进行了升级保养,还为用户详细介绍了使用保养知识,临走并赠送了礼品。家电巨头也能做到如此贴近用户的人性化服务!笔者不仅有了进一步的了解长虹服务的想法。

经过联系笔者走访了长虹江苏省级客户服务中心的黄森主任。据介绍:长虹秉承“以用户为中心,用心服务,创造完美”的服务理念,想用户之所想,急用户之所急,力争为用户提供专业、快捷、规范的服务。目前,江苏全省共建立了以南京为中心、126家授权服务商为网点,覆盖全省县市及大型乡镇的形

象统一、服务规范的“阳光服务网络”。建立了拥有50个坐席,24小时为消费者提供服务的长虹4008呼叫中心,开通了4008-111-666全国统一特服电话;2007年为了提高服务的快速反应和对服务需求的跟踪处理,再造以客户为核心的服务流程,长虹公司斥巨资打造CRM客户关系管理系统,建立长虹客户信息化管理平台,为客户管理、呼叫中心、服务资源、备件供应、技术支持与培训提供了一个功能强大的平台,直接针对消费者需求,形成闭环的服务模式,创造更加和谐、良好的消费环境。例如正在进行的长虹平板升级保养服务活动,就是通过4008111666呼叫平台与用户进行互动预约的。

另外,为了配合长虹平板的升级保养活动,长虹电视和长虹空调还在3·15期间推出了各种盛大的优惠活动,回报广大长虹用户。

1330起消费官司 消费者仅输了1起

今天是消费者权益保护日,记者在素有“中国第一消庭”之称的南京市秦淮区人民法院保护消费者权益法庭了解到,去年该法院共受理消费案件1330件,其中一般消费案件15件,其余则都是集体诉讼。令人惊讶的是,在这么多的案件中,消费者败诉的案件就一宗,主要原因在于其没有证据。

2006年4月,市民李女士在城南一家超市里,经促销人员推荐购买了染发用品。使用后,她出现了明显的脱发现象,经医院治疗后才痊愈。5月,李女士便带着商品找到了超市的促销人员,促销人员承诺向公司反映后予以解决,并要回了李女士的购物小票和剩余染发品,但却一直没有给李女士满意的答复,直至后来连促销人员也无影无踪了。无奈之下,李女士将超市告上法庭要求赔偿医疗费。案件审理中,由于李女士无法提供购物凭证和商品,也无法证明脱发与使用了该商品形成因果关系,最终法庭依法驳回了李女士的诉讼请求。

2006年,秦淮法院受理一般消费案件15件,较2005年下降了57%,集团消费纠纷案件共1315件,呈现大幅上升的态势,主要原因在于“高尔宝增高系列产品”质量问题,涉及消费者人数众多。

2006年7月19日,77名因购买“高尔宝”增高系列产品受骗而蒙受损失的消费者,在秦淮法院共获得5万多元赔偿款。

通讯员 秦法 快报记者 宗一多

升达携刘翔 健康创和谐

SDF升达地板

升达地板

健康5重喜

- 一重喜:抗菌地板,特价76元/m²(全包价)
- 二重喜:8.8折购三层实木、多层实木、竹地板
- 三重喜:购健康强化地板,送精美水晶工艺品
- 四重喜:购三层实木、多层实木,送刻制签名足球
- 五重喜:健康护理免费送

3.15
全国促销激情进行中...

诚招代理商

招商电话:
025-58073122 58073117 (江苏)
0551-4468937 13968741959 (安徽)

本活动仅限在升达地板所有 更多信息,敬请登录升达公司网站: www.shengdafloor.com

● 活动时间:2007年3月15日至2007年3月31日 活动地点:江苏、安徽各专卖店 ● 礼品以现场实物为准,数量有限,赠完即止