



核心报道

保护消费者权益

消法修正案草案昨天二审,规范“后悔权”制度等五大修改引关注 报纸杂志不享无理由退货 欺诈消费者有望“退一赔三”

完善法律,助消费者维权

26日提请十二届全国人大常委会四次会议进行第二次审议的消法修正案草案在草案一审稿的基础上作了修改,其中完善“后悔权”制度、加大惩罚性赔偿力度、强化虚假广告责任等五大修改颇受关注。

据新华社

[几类不适用无理由退货的商品]

消费者定做的;鲜活易腐;
消费者拆封的音像制品、计算机软件;
交付的报纸、期刊
其他根据商品性质不宜退货的



消费者权益保护法

打破垄断,给消费者实惠

车价“3倍怪象”不能继续“玩”下去 现行政策被不当利用 商务部:将修改进口车政策

自7月28日,新华社首发质疑国内市场上进口车销售涉嫌垄断高价、垄断渠道等突出问题的报道以来,国内外媒体跟进调查,并引发了社会强烈反响。

针对这一问题,商务部新闻发言人23日明确表示,有必要会同有关部门对《汽车品牌销售管理实施办法》进行修改完善。



2013年7月29日快报相关报道

关注 1 “后悔权”能否任意用? 报刊杂志不享无理由退货

[现象]书一两天读完后,就利用“七日内无理由退货”的政策反复退换;结婚要用红色的手帕,婚礼用完了就来退货;退回来的衣服明显穿过,不予退货便以“给差评”威胁……

[修正案]2013年4月进行首次审议的消法修正案草案亮点之一是赋予消费者“后悔权”,即消费者有权自收到商品之日起七日内退货。这一规定,受到舆论普遍肯定。然而生活中也出现了因网购环境尚不成熟、恶意退货等影响经营者利益的现象。

草案二审稿明确了几类不适用无理由退货的商品:消费者定做的;鲜活易腐;消费者拆封的音像制品、计算机软件;交付的报纸、期刊以及其他根据商品性质不宜退货的。同时明确退货运费由消费者承担。

[点评]全国人大常委会委员冯淑萍指出,无理由退货也该对消费者有制约。消费者退货应该保证商品的完好无损,双方的权利和义务要兼顾。

关注 2 惩罚性赔偿该不该再“狠”些? 欺诈消费者,退一赔三

[现象]1994年,正式实施的消法规定,消费者被欺诈可获双倍赔偿。第二年,为获赔偿而专买假货的王海走进北京隆福大厦。

[修正案]消法修正案草案二审稿提高了对有欺诈行为的经营者的惩罚性赔偿,规定增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或接受服务费用的三倍;此外还规定,经营者明知商品或服务存在缺陷,仍然向消费者提供的欺诈行为,造成消费者或其他受害人死亡或健康严重损害的,受害人有权要求所受损失三倍以下的民事赔偿。

二审稿这一修改中增加赔偿“三倍”金额,均比一审稿增加了一倍。

[点评]上海泛洋律师事务所高级合伙人刘春泉认为,从“退一赔一”到“退一赔三”,在实践中将有效提升法律的威慑力。也有不少人认为惩罚力度还显不够。北京政法职业学院消法研究中心教授刘远景指出,惩罚性赔偿应采取“上不封顶,下要保底”的原则,如果是十倍的惩罚赔偿,不法商家欺诈的情况可能会大大减少。

关注 3 虚假广告代言人要不要担责? 明星为虚假广告代言负连带责任

[现象]目前,大量虚假广告充斥电视节目、明星代言产品质量参差不齐等损害消费者权益的情况时常出现。

[修正案]草案初审稿与二审稿均强化了虚假广告发布者的连带责任。二审稿还强调:广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或服务的虚假广告,造成消费者损害的,与经营者承担连带责任。同时增加一款规定:社会团体或其他组织、个人在前款虚假广告中向消费者推荐商品或服务的,同样负连带责任。

[点评]全国人大常委会有关负责人解释,这意味着广告代言人对虚假广告也应承担民事责任。



CFP供图

其他关注

经营者制假售假等 有望记入信用档案

经营者违法经营、制造售卖假冒伪劣商品、进行虚假宣传,严重损害消费者权益的一个重要原因是诚信缺失。

草案二审稿决定保护消费者权益要体现加强社会诚信建设的精神,除规定经营者“应当恪守社会公德,诚信经营”外,还针对经营者掺杂、掺假,以假充真,以次充好,以不合格商品冒充合格商品,虚假宣传等行为,除依法予以处罚外,“由有关部门记入信用档案,向社会公布”。

各级政府 应当支持消协履职

草案二审稿明确:消费者协会履行的是“公益性职能”,各级政府支持消协履职应当予以必要的经费等支持。

不过对于草案将消费者协会定为唯一可以对侵害众多消费者权益提起公益诉讼的团体,即将其定为公益诉讼主体,仍有不同意见。

3倍怪象 进口汽车国内零售价比国外高

记者发现,在国内销售的进口车定价中,存在着“3倍怪象”:即在中国市场上的一些豪华进口汽车销售价格,达到了一些国外市场上零售价的约3倍。譬如,某品牌的进口车在国内售价118.8万元人民币,海外售价折合人民币仅为31.34万元,在国内零售价甚至比国外的三倍还高出很多。罕见的“暴利”,也成就了这些豪华进口车在华卖出“全球最高价”的事实。

“3倍怪象”也揭示出另一个事实:长期以来汽车厂商误导消费者

国内汽车价格贵是由于税负高的说法,根本站不住脚。

从事20多年进口汽车经营的上海汽车进出口有限公司整车进口事业部总监高济华介绍,我国进口汽车关税为25%,增值税为17%,消费税分7档,最高为40%,即使以排量4.0升以上、税额最高的情况测算,一辆进口车应缴税额为车价的1.4375倍,国内销售很多进口车价格是国外同款产品的3倍,显然价格存在很大的水分,也就是暴利。

重要根源 现行政策被进口汽车厂商不当利用

记者经过长期调研发现,当前国内进口汽车市场存在的价格畸高问题背后,还存在诸多问题,但重要根源之一,就是现行有关政策已经严重不适应市场发展的现状,并被一些进口汽车厂商不当利用,变相实施涉嫌垄断的市场策略。

2005年我国相继出台了《汽车产业政策》和《汽车品牌销售管理实施办法》(简称《办法》)。在进口汽车流通经销服务领域,目前普遍实施4S店为基础的单一模式。近年来,随着进口量暴增,现行销售管理办法与市场自由竞争之间的矛盾日益突出。

记者调查发现,一些国外车厂充分利用了《办法》存在的漏洞,涉嫌在华垄断经营,各种问题突出:

首先,客观上造成了境外厂家强势地位。《办法》实际上赋予各品牌汽车厂商、境外总经销商对国内

销售商的最高控制权,包括定价权、零部件供应、后期市场服务等,在国内的授权4S经销商无法自主掌握经营业态。

其次,国外厂商控制定价权牟取暴利。由于独家经营,国外汽车厂商掌握了中国市场定价权并获取暴利,即使在进口汽车关税不断下调的背景下,国内消费者依然无法获益。

第三,资源浪费严重。进口汽车销售普遍实施4S店为基础的单一模式,不但要高昂的投资,关键还要占用大量土地。极大浪费了土地资源。

第四,相关产业链的风险正在积聚。近年来,一些国外汽车厂商大量发展经销商,并且不断向经销商压库。有的单一品牌,国内4S店多达160多家,目前很多经销商都在承受每年少则几千万,多则上亿元的亏损,显然难以为继。

商务部回应:将修改进口车政策

近期国家发展和改革委员会反垄断部门表示,密切关注进口和合资汽车领域的价格问题已经不下两年。商务部新闻发言人沈丹阳明确表示,根据我国《反垄断法》,如果汽车供应商存在违法行为,将依法予以处罚。

商务部还明确表示,正在积极研究修订《汽车品牌销售管理实施

办法》。首先是要把切实维护消费者合法权益放在优先位置,细化有关条款,进一步规范企业经营行为。其次,在收取建店保证金、压库搭售等方面对供应商进行必要的限制,推动建立稳定的供应商、经销商关系,引导构建节约型汽车流通网络,促进汽车品牌销售健康发展。

据新华社新媒体专电

关注商标法

“国歌”“军歌” 不能用作商标

26日提交第十二届全国人大常委会第四次会议审议的商标法修正案草案规定,同我国“国歌”“军歌”相同或者近似的标志禁止作为商标标志使用。

商标法修正案草案三审稿,将现行商标法规定的侵犯注册商标专用权的法定赔偿额上限从50万元提高到了300万元。另外,规定,商标代理机构有违反商标法规定行为的,除依法追究其法律责任外,由工商部门记入信用档案。