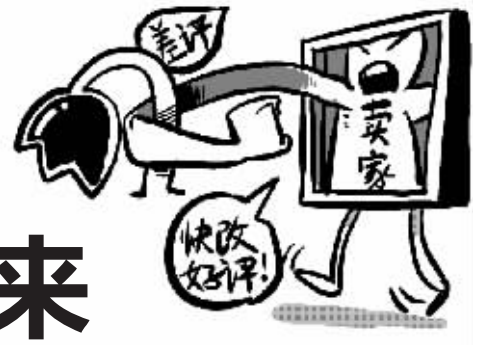


杭州出台国内首部网络交易规章,网购达人都能“沾光”

强迫买家改好评最高罚2万 新办法能把淘宝卖家都管起来



漫画 俞晓翔



网购中,不少买家都被卖家软磨硬泡改过好评,甚至还出现过给买家寄灵位的极端逼迫方式。近日,杭州出台的国内首部网络交易政府规章《杭州市网络交易管理暂行办法》(以下简称“暂行办法”)规定,从今年5月1日起,如果卖家再强迫买家改好评,最高或面临2万元的罚款。南京工商相关人士昨天接受现代快报记者采访时表示,由于淘宝注册地在杭州,因此杭州的“暂行办法”其实对淘宝卖家有普遍约束力,如果南京消费者在淘宝上买东西被卖家恐吓改好评,投诉到杭州当地的监管部门,也能参照这个办法进行处罚。

实习生 匡郁华
现代快报记者 朱蓓 张瑜

网购不满意给了中差评,被卖家威胁改好评

网购时,买家看不到商品实物,会参考其他买家的评论,所以网络卖家特别重视商品的好评率。不过,在网络交易中,不少买家都遭遇过被软硬兼施改好评的情况。

“@NC摩卡”在微博上分享了她的经历。她曾在淘宝买了一双鞋,收货后不太满意,就给了卖家中评,结果收到了骚扰短信,对方自称是被店家雇佣的修改中差评师,告诉她店家同意退10元,让她改成好评,如果不修改的话,则会对她进行一系列骚扰,包括电话骚扰、发布电话信息到色情网站、寄送秽物物品等。“@NC摩卡”无奈之下向淘宝小二投诉,才终止了这场闹剧。

除了骚扰威胁,“利诱”也是卖家管用的改好评手段。就读于南京某大学的姜同学告诉现代快报记者,他还不止一次遇到过卖家逼迫把差评改好评的情况,有的卖家通过短信和电话骚扰,有的则是用优惠券或返还现金的“糖衣炮弹”。“只要我觉得不是很离谱的,一般也就给好评了,实在不想和他们纠缠。”姜同学说。

杭州出台网购新规,不准强迫买家给好评

不管卖家是通过恶意骚扰的方式,还是“糖衣炮弹”利诱,如果买家违心修改了商品好评,就可能影响其他买家对商品的判断。对于这种情况,杭州出台的“暂行办法”做出明确规定:网络交易经营者不得以任何方式骚扰或者威胁消费者,迫使其违背意愿作出、修改商品或者服务评价。

“暂行办法”在禁止这种行为的同时,还明确了处罚措施,如果卖家存在骚扰或者威胁消费者,迫使其违背意愿作出、修改商品或者服务评价的,责令改正,并处以2000元以上2万元以下罚款。

现代快报记者注意到,杭州出台的这一新规将从5月1日开始实施。需要提醒的是,南京的消费者在淘宝网购物,遇到被逼着改好评的情况,这一规定也是适用的。

杭州的“办法”对淘宝卖家有普遍约束力

昨天,南京市工商局市场处处长王荣接受现代快报记者采访时表示,杭州出台的“暂行办法”结合了

当地实际,与淘宝这个巨大的电商平台在杭州有很大关联。如果南京消费者在淘宝买东西被卖家骚扰改好评,投诉到杭州当地的监管部门,也能参照这个办法进行处罚。

王荣解释说:“这个新办法对于淘宝卖家具有普遍约束力。”他表示,工商总局去年发布的《网络交易管理办法》中有明确规定:“对于通过第三方交易平台开展经营活动的经营者,其违法行为由第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖。第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖异地违法行为有困难的,可以将违法行为人的违法情况移交违法行为人所在地县级以上工商行政管理部门处理。”

他说,按照这条规定,淘宝上的卖家如果出现违法行为,那么淘宝所在地杭州的工商部门就可以首先管辖。由他们管辖处理的话,就能参照杭州当地的新办法进行处罚。“当然,如果他们进行了移交,移交到卖家所在地的工商部门,就不能参照杭州的办法来处罚,而应该参照工商总局的《网络交易管理办法》。”

南京市工商局相关人士建议,遇到类似于淘宝卖家恐吓、威胁要

求改好评的情况,最好还是投诉到杭州当地的工商部门,作为电商平台所在地的监管部门,他们能更快地掌握卖家的一些技术信息帮助监督,同时,当地出台的新办法也能有效地对违法卖家进行处理。

消协人士:违法成本仍偏低,间接损失不可估计

对强迫买家改好评的卖家进行罚款,可以说在维护消费者权益上又“加码”了。但南京市玄武区消协秘书长孙育浩认为,对于卖家来说,2000元以上2万元以下的罚款,违法成本仍然偏低。

他表示,卖家掌握着买家的电话、住址等信息,采取威胁、恐吓等方式强迫买家把差评改成好评,会干扰消费者的正常生活,甚至带来精神压力,进而产生其他损失。

孙育浩还表示,针对这项问题的规定应该延伸,“如果涉及刑事责任,应该转到刑法上去。”孙育浩说,杭州出台规定,是因为淘宝在杭州,C2C的模式出现卖家强迫改好评的情况比较多,而B2C的平台上出现这种情况相对较少,而南京的电商平台大多是B2C模式,所以,近几年他们基本没有接到类似的投诉。

红酒厂家来宁打假 一次告了21家销售商

去超市买红酒,如果不是对红酒特别了解的话,光从名称、包装来看,可能有不少人“傻傻分不清”。有商家正是利用这一点,生产与名牌相似的产品,来增加销量。南京六合一家超市进了一箱红酒,因为跟王朝公司生产的红酒相似,昨天下午,超市老板坐上了被告席。现代快报记者了解到,这次该红酒厂家共状告21家店维权。对于这些“仿冒”商品,因为查找生产厂家存在困难,正品厂家大多选择起诉卖家来维权。

通讯员 陆研 实习生 刘浩 现代快报记者 张玉洁

【维权】王朝盯上“百年王朝”

孙先生在六合开了家超市,卖日用百货,其中包括烟酒。前不久,他收到一张传票,因为销售一款红酒成了被告。原来,孙先生进了一箱叫“百年王朝”的红酒,乍一看与中法合营王朝葡萄酒有限公司(以下简称“王朝公司”)生产的红酒差不多,其实当然不一样。

王朝公司的打假人员发现后,在公证员的陪同下购买了一瓶,并以此为证据,提起诉讼。他们认为,“百年王朝”侵犯了王朝公司的商标权。昨天下午,这起案件在六合法院开庭审理。现代快报记者了解到,除了孙先生的超市,六合另有20家超市或酒类专卖店成为被告。

在法庭上,王朝公司的代理律师拿出在孙先生超市买的红酒,解释说,这瓶红酒包装上的英文字母、商标、生产商的名字,都与王朝公司的产品非常相似,但王朝公司并没有一款叫“百年王朝”的红酒。而且,律师提到,这瓶“百年王朝”的生产地是烟台,而王朝公司生产厂家在天津。

律师认为,孙先生卖的酒有“傍大款”的意思,而这会给王朝公司的品牌声誉造成影响。因此,他们要求孙先生赔偿王朝公司3万元的损失,以及为维权产生的四千多元费用。

对此,孙先生有自己的看法。他提出,王朝公司的红酒英文是“DYNASTY”,而他卖的“百年王朝”,英文是“DAINTY”,并不一样。另外,孙先生说,供货商送货来,他们作为卖家,只认OS标志,对红酒品牌并没有辨别能力。他认为,即使“百年王朝”侵权,王朝公司也应该找生产商维权,

而非他的超市。

王朝公司代理律师则表示,从对消费者负责的角度讲,超市应该进正品,而不应以缺乏鉴别力为由,购进仿冒商品。

昨天法院听取了双方意见,当庭没有宣判,双方表示愿意调解。据了解,另外20起案件,也将在近期陆续开庭。

【疑问】为何不起诉生产商?

据孙先生说,他店里只进了一箱“百年王朝”,共6瓶,卖出去3瓶,其中包括被王朝公司打假人员买走的那瓶。他很纳闷,王朝公司能为了这6瓶红酒打一场官司,为什么不向生产红酒的厂家维权?王朝公司的代理律师表示,他们也想找到生产商,但是孙先生并没有提供进货来源。

记者注意到,“百年王朝”的包装上写明生产地在山东烟台,按照这个地址来找,难道不能找到生产厂家?对此,律师解释,除了六合,他们在全国其他地方也有维权案例,但以往的经验显示,酒瓶上写明的地址,往往是不存在的。他们只好通过起诉销售店家的方法,希望能够找到生产厂家,再来维权。

【类似案例】法院判停止侵权

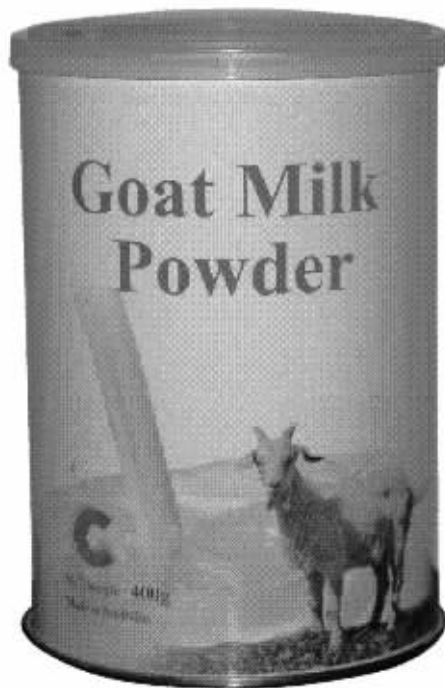
其实红酒商标侵权的案例,并不少见。去年9月4日,六合法院开庭审理了一起类似案件,那次来南京维权的,是烟台张裕葡萄酒股份有限公司,被告超市因为销售了一款叫做“解百纳”的红酒,被要求停止侵权并赔偿。

法院审理后,前不久作出判决,被告超市停止销售侵权的红酒,并赔偿对方经济损失及合理开支共1.1万元。

德基广场澳洲Cobayer概念店 澳洲原装进口羊奶粉新鲜到货

引爆精英层关注 引发高端市场抢购

羊奶有“奶中之王”荣称。国际权威专家认为,羊奶是营养最全面的食品之一。羊奶中的脂肪颗粒体积仅为牛奶的三分之一,更利于人体吸收。欧洲鲜羊奶的售价是牛奶的7倍,被誉为“贵族奶”。



健康之乡

澳大利亚国土辽阔,气候宜人,生态优越,不容污染。人口密度低。澳大利亚医疗保健先进,药品、健康食品标准高,生产检测制度严。健康指数全球领先,心血管与癌症发病率最低。人均寿命81.4岁,世界第二。

科技之乡

澳大利亚科技成就令世人瞩目。医疗研发及生产是澳大利亚最为重要的产业之一。其产业在世界上始终处于领先。良好的研发环境与严格的生产环节以及完善的经营制度,使其美誉度与信任度都是世界上最高的。自澳洲一流天然健康食品康培尔落户南京以来,其旗下各类健康食品均受到广大追求健康消费者的青睐:橄榄叶提取液、南极深海鱼油、OMEGA-3、澳洲牛初乳、山羊奶粉、澳洲塔斯马尼亚羊木蜂蜜、速溶奶粉、有机奶粉、澳洲果醋系列等天然食品甚至多次销至断货。

澳洲康培尔概念店:
德基广场二期负一层C158店铺(BHG超市旁)

咨询热线: 025-86777030