



网络让信用更透明 信用让消费者更放心

3.15

网络让信用更透明 信用让消费者更放心



天宁区市场监督管理局
天宁区消费者协会
天宁区放心消费创建办

2019 年消费维权年主题

“信用让消费更放心”



为贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，落实中共中央、国务院《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》和中央经济工作会议精神，切实履行消协组织法定公益性职责，着力推动消费领域信用体系建设，营造放心消费环境，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定 2019 年消费维权年主题为“信用让消费更放心”。

一、年主题涵义

近年来，我国消费市场规模不断扩大，消费水平日益提升，消费结构日渐改善，消费成为经济发展最强劲的推动力，基础性作用日渐突出。与此同时，消费领域假冒伪劣、虚假宣传、支付风险、信息泄露、霸王条款等损害消费者权益的情况仍时有发生，经营者信用缺失的现状依然不容乐观，消费者的安全权、

知情权、公平交易权、监督权等还得不到充分实现，在很大程度上影响着消费者满意度和消费信心，制约着消费潜力的进一步扩大。2019 年消费维权年主题“信用让消费更放心”，是对消费领域信用体系的呼唤，也是对放心消费环境的期盼。

“信用让消费更放心”有以下几个方面

的涵义：

一是呼吁加快消费领域信用体系建设，通过政府主导、社会参与、行业自律，尽快形成公正、科学、公开的信用评价体系，发挥信用对经营者的激励约束作用，从而营造安全放心消费环境。

二是倡导经营者依法诚信经营，自觉完善诚信经营行为，虚心接受消费者评价意见，尊重和保护消费者的监督权，用诚实守信打造品牌形象，赢得消费者的信赖和认可。

三是鼓励引导消费者依法主张自身权益，积极行使监督权，主动参与消费后评价，主动投诉、举报失信经营行为，同时呼吁形成重视、鼓励、保护消费者监督权的社会氛围，让消费者敢监督、愿监督、能监督，为实现消费市场良币驱逐劣币尽一份努力。

四是发挥消协组织商品和服务监督职责作用，推动调查体验、比较试验等评价信息及消费者投诉信息与经营者信用评价机制的对接，助力建立消费领域信用体系。

二、年主题依据

第一，信用体系建设是高质量发展的必然要求。当前我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，人民美好生活需要日益广泛，居民消费需求实现由“从无到有”向“从有到好”迈进，对商品及服务的质量、安全、效能等方面的要求不断提升。长期以来，我国消费市场部分经营者片面追求经济利益和扩张速度，诱发了一些信用缺失和信任危机，侵害了消费者

权益，损伤了消费信心，成为制约消费市场高质量发展的重要原因。推动消费领域信用体系建设，发挥信用评价对经营者的激励约束作用，有利于经营者更加注重产品和服务质量，更加注重保护消费者权益，有利于消费潜力释放，有利于建设强大的国内市场，使消费者愿消费、敢消费，享受消费市场高质量发展的成果。

第二，建立消费领域信用体系是营造放心消费环境的首要任务。2018 年 9 月 21 日，中共中央、国务院出台的《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》（以下简称《意见》），是推动发挥消费在经济发展中基础作用的纲领性文件。《意见》提出“消费生产循环更加顺畅”“消费结构明显优化”“消费环境更加安全放心”的总体目标。其中指出“消费环境更加安全放心”是“消费社会信用环境明显改善，市场监管进一步加强，消费者维权机制不断健全，重要消费产品和服务标准体系全面建立，消费产品和服务质量不断提升，消费者满意度显著提高。”《意见》明确将改善消费信用环境放在首位，凸显建设消费领域信用体系对营造安全放心消费环境的重要性和紧迫性。

第三，消费者和消协组织是建立健全消费领域信用体系的重要力量。消费者是商品和服务的最终使用者和直接感知者，对经营者信用最具发言权，并依法享有对商品和服务的监督权。消协组织是依法成立的对商品和服务进行社会监督的社会组织，掌握大量消费者投诉信息和消费监督评价信息。消费者和消协组织是经营者信用形成机制的重要主体。消协组织应

当充分发挥消费维权协同共治的平台作用，依法履行社会监督的法定公益性职责，通过鼓励引导广大消费者积极参与监督，完善消费者意见收集评价机制，探索建立消费者投诉公示制度，开展科学客观的调查评测，综合形成对经营者的消费后评价，引导行业企业规范自律，提高消费者自主理性选择意识，在推动建立健全消费领域信用体系中发挥积极作用。

三、年主题的目标

一是通过广泛宣传，倡导诚实守信依法经营，通过优秀典型宣传和典型案例曝光，在全社会营造重视企业信用、打造企业信用、提升企业信用的良好风尚。

二是履行法定公益性职责，完善社会监督评价机制，规范评价手段，构建系统、科学、真实反映消费者意见的消费后评价体系，建立富有消协组织特色的企业信用信息数据库。

三是畅通消费者诉求反映渠道，鼓励消费者主动监督，开展投诉公示制度试点工作，探索建立失信企业黄黑榜，督促行业合规自律、企业诚信经营。

四是加强与政府部门联动，开展与有关部门的信息互动和维权联动，逐步实现与现有信用体系的对接，发挥消协组织在信用建设和信用约束中的积极作用。

五是搭建沟通平台，发挥桥梁纽带作用，在重点行业联合行业企业开展“信用让消费更放心”活动，推动建立适应不同行业特点的消费后评价机制，推动行业自律，提升消费者满

意度。

四、年主题重点工作

围绕“信用让消费更放心”年主题，中消协和全国消协组织将开展以下工作：一是围绕年主题大力开展宣传活动，动员联合重点行业企业，结合“3·15国际消费者权益日”及年主题专项活动，倡导强化企业信用监督，营造诚信经营的消费市场氛围；二是以预付式消费、个人信息保护、惩罚性赔偿公益诉讼为重点，加强消费维权理论研究。加强对住房装修、健康旅游、网络订餐、教育培训等重点行业企业信用缺失情况的监督，从严格法规标准和强化监管的角度，呼吁完善强化企业信用监管的制度体系。三是大力开展消费教育活动，尤其是针对农村消费、老年消费、网络消费等重点领域，持续开展多种形式的消费教育系列活动，提高消费者识假辨假等自我保护能力。四是充分发挥全国消协组织消费维权志愿者作用，针对中高端和智能产品、儿童青少年消费产品等，结合《电子商务法》贯彻落实情况，开展体验式调查和比较试验，为消费者选择信用评价高的产品和服务提供参考，为政府强化信用监管提供意见建议。五是提升投诉便利化程度，加快推广电商消费维权绿色通道和网上直通车平台，更好地化解消费矛盾和纠纷。探索开展投诉公示制度和建立失信企业黄黑榜，加快向政府有关部门推送企业失信信息，为推动信用体系建设发挥积极作用。

中消协发布 2018 年十大消费维权舆情热点

顺风车安全问题

★ 社会影响力：85.25

● **事件：**2018年，相继发生“郑州空姐滴滴顺风车遇害案”和“乐清女孩滴滴顺风车遇害案”，滴滴出行及其旗下的顺风车业务因此被推上舆论的风口浪尖，其运营理念与管理方式遭到舆论诟病。顺风车安全也引发舆论担忧与质疑，成为消费者关注与讨论的热点话题。针对上述事件，交通运输部联合公安部以及北京市、天津市交通运输、公安部门，对滴滴出行开展联合约谈，责令其立即对顺风车业务进行全面整改。随后，滴滴出行在全国范围内下线顺风车业务，并新增了一键报警、安全中心入口、分享行程至紧急联系人、全程录音等功能。

● **舆论观点：**舆论认为，恶性案件的发生，不法分子固然应该承担法律责任，但是滴滴作为平台方存在重大过失。《消费者权益保护法》第七条规定，“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利”，因此平台方必须将消费者的安全放到首位。滴滴出行不能因为忙于追逐



市场利润，疏于对入驻司机的资质审核及服务质量的监管，更不能放弃平台方对于消费者负有的安全保障义务。网约车作为全民性、高频次的消费产品，在给大众带来便利的同时也遭遇了安全质疑，舆论表示对于新生事物仍需包容审慎，期待网约车安全、服务升级，为消费者出行提供更多选择。

个人信息保护缺失

★ 社会影响力：74.04

● **事件：**2018年，消费者个人信息泄露成为网络安全领域的关键词，网络时代的个人信息保护问题受到广泛关注。6月，圆通被曝10亿条快递个人信息被挂到外网上公开售卖。8月底，华住酒店被曝出集团数据泄露，事件涉及1.3亿个人信息与5亿开房数据。11月28日，中消协发布《100款App个人信息收集与隐私政策测评报告》。报告显示，在测评的10类100款App中，91款App存在过度收集用户个人信息的问题，近半数App的隐私条款内容不达标。

● **舆论观点：**尽管过度收集行为已经侵犯了用户的隐私，信息泄露更是给用户造成了不可挽回的损失，但是相关法律规定过于笼统缺乏可操作性，责任主体违法成本过低，给消费者带来了更高的个人信息泄露风险。要真正保护好“大数据时代”的个人隐私，需要完善法律、法规和强化监管。9月7日，十三届全国人大常委会立法规划公布，旨在强化企业主体责任、解决相关问题的《个人信息保护法》与《数据安全法》被列入第一类项目，有望使个人信息保护早日进入法制化轨道。

大数据杀熟普遍

★ 社会影响力：73.31

● **事件：**2018年3月，“大数据杀熟”一词开始进入大众视野。事件起因于一名网友晒出自己的亲身经历，表示其长期在某网站预订价格在380元至400元之间的酒店房间，可实际使用朋友账号查询就会发现同一房间显示为300元左右。事件在网上发酵之后，许多人纷纷晒出类似经历的证据。网民反映，一些知名互联网平台提供的打车、在线票务、酒店预订等服务，均存在大数据杀熟问题。

● **舆论观点：**这种“杀熟”的销售方式不仅侵犯了消费者的知情权、公平交易权和隐私权等权益，也严重背离了市场经济的公平诚信原则。数据利用得当可以创造更多的经济效益，但对技术的使用不得将侵害消费者的合法权益。

共享出行押金难退

★ 社会影响力：66.08

● **事件：**2018年，共享汽车Togo途歌、共享电单车享骑、共享单车ofo先后爆出挪用押金、企业倒闭、退款难等问题。押金难退再度成为共享经济的投诉热点。12月初，中消协公布的《2018电商行业消费数据报告》指出，共享经济的投诉量在2018年呈现上升趋势，主要集中在共享出行领域。其中，共享单车投诉量占比最多，达67.5%，在共享单车投诉中，问题最多的是“退押金难”，占比高达71.8%。

● **舆论观点：**共享经济作为一种创新经济模式，创业者试错、资本市场博弈不可避免，但不能让消费者成为最终的受害方与买单方，无论什么原因，挪用用户押金都属于违法行为。从共享单车出现伊始，实现用户押金的有效监管，一直是消费者组织

关注的焦点，并坚持呼吁加强押金监管，提倡免押骑行。完善相关法律法规，加强市场监管力度，从制度层面对押金的保管和使用进行管控势在必行。



网购平台售假问题

★ 社会影响力：66.06

● **事件：**网购平台的假货问题向来是消费维权的舆情热点。拼多多等平台快速发展的背后，各类“物美价廉”的高仿商品或傍名牌产品引发舆论关注。2018年，淘宝、天猫、京东、网易考拉等众多网购平台也被曝存在售假、真假混卖等问题，网购环境仍待提高。

● **舆论观点：**电商平台给消费者带来更优惠的产品和更便利的服务，这点值得肯定。但是，摒弃假货、诚信经营，是电商平台的责任与义务，也是商业行为的底线。中消协指出，安全 and 质量是网络交易的底线要求，平台经营者应当切实履行法定义务和责任，加强对平台内经营者的资质审核、对广告发布和商业促销的监督、对商品服务展示信息的检查、对自营进货渠道的控制、对平台内经营者的进货指导、对消费者评价信息的管理、对知识产权的保护、对消费者投诉的分析处理、对违法行为的举报制裁等。

预付式消费现“套路贷”

★ 社会影响力：62.27

● **事件：**2018年5月起，“租金贷”“装修贷”问题频频曝出，一些长租公寓公司、互联网装修平台发生资金链断裂、经营者跑路，导致租户无房可租、装修合同无法履行、消费者仍需偿还贷款。10月，多家英语培训机构被指通过提供课程贷款服务，让学员为课程背负网贷平台的十几万元“培训贷”。

● **舆论观点：**办卡容易退钱难，伴随着预付式消费的“霸王条款”“卷款跑路”等老问题仍然存在，还衍生出培训贷、租房贷、美容贷、用车押金等新问题。由于投诉涉及的企业和机构众多，被投诉的企业还存在互相推诿等现象，消费者维权的难度较大。中消协指出，预付式消费群体纠纷频发已经成为当前消费者投诉与权益保护的重点，相关部门有必要尽快采取措施，控制上述行业与金融链直接对接可能引发的金融风险。消费者也要提高警惕，谨防被预付式消费“套路贷”。

移动支付安全漏洞

★ 社会影响力：59.36

● **事件：**2018年，移动支付安全问题引发公众担忧。8月初，豆瓣网友“@独钓寒江雪”将自己“睡一觉醒来钱全被转走”的经历放在网上，揭露新型高科技盗刷骗局，引起微博热议。9月起，部分苹果手机用户遇到了Apple ID被盗号、资金遭盗用的情况。据悉，此次被盗刷的用户大多设置了免密支付，并且没有设定免密支付的频次和额度。苹果公司表示，“对受害者表示同情，但是无法退款”，其原因在于免密支付的扣款流程合理，苹果公司无法确认只开通免密支付但没有设置双重认证的用户，一

定是他人恶意盗刷而不是用户个人所为。

● **舆论观点：**盗刷事件折射出移动支付行业存在的重大安全漏洞。一旦出现资金或个人信息被盗刷、泄露的情况，消费者的财产安全将面临巨大威胁，甚至在维权、索赔的过程中被各平台之间来回“踢皮球”。中消协表示，苹果公司应正视安全责任和存在的安全问题，对于提出损失要求赔偿的消费者，经营者及第三方支付平台没有足够主证据反驳，均一视同仁进行足额赔偿。移动支付安全存在的严重隐患，仍需要引起监管部门的重视。各支付平台也必须明确自身法律责任，切实保障消费者支付安全。

销售广告诚信问

★ 社会影响力：58.35

● **事件：**2018年世界杯前夕，华帝公司一则“法国队夺冠、华帝退全款”的营销广告引发舆论关注。这本应是一个投资小、回报大、商家与消费者双赢的经典营销案例，却因为退款环节的走样，引发舆论争议。无独有偶，三大电信运营商的“流量不限量套餐”也因为广告对消费者造成严重误导，被指属于虚假广告。

● **舆论观点：**中消协于7月18日通过微博要求华帝切实履行承诺，19日对外公开征集消费者关于“法国队夺冠，华帝退全款”活动的投诉，24日约谈华帝公司，督促其重视社会关切和消费者合理诉求。在各方的关注与督促下，华帝逐步完成后续退款工作。8月2日，湖南省工商局行政约谈三大电信运营商，认为“流量不限量”广告违反《广告法》，属于虚假广告。中消协、工信部等多次要求三大运营商积极整改广告宣传问题。10月，三大运营商“流量不限量”的广告先后被叫停。

高额机票退改签费乱象

★ 社会影响力: 56.90

● **事件:** 2018年, 高额机票退改签费的问题再次受到舆论关注。根据江苏省消保委4月24日发布的《江苏省消费者飞机票退改签情况调查报告》, 30.7%的消费者遇到过提前很多天改签, 但仍被收取高额改签费用的情况; 23.5%的消费者有过退票费用比机票价格高的经历, 其中最高的一例退票费, 竟然是机票价格的3倍; 特价机票基本不退不换, 或者只退机场建设费、燃油附加费。舆论认为, 高额的退改签费用, 明显不合理、不公正, 特价机票的不改签、不退票, 让旅客手中的机票完全作废, 是航空公司的霸王条款。

● **舆论观点:** 有分析指出, 机票退改签乱象的根源, 在于收费标准的缺失。目前国内并没有统一的退票费用规则, 实际操作中都由各航空公司单方面决定。一些代理企业的各种不合规操作, 更是推波助澜。机票退改签乱象急需相关规则约束。为此, 江苏省消保委在5月份约谈了南航、东航、国航、海航等8家航空公司, 以及携程、去哪儿、飞猪、同程等OTA平台, 认为上述企业涉嫌利用经营者优势地位, 侵犯消费者的公平交易权。广东省消委会也在6月约谈了携程。7月17日, 在充分听取中消协、江苏省消保委等消协组织意见的基础上, 中国民航局发布了《关于改进民航票务服务工作的通知》, 要求航空公司制定机票退改签收费“阶梯费率”, 不能简单规定特价机票一律不得退改签, 并明确规定互



联网在线旅行社平台及其销售代理企业严禁在退改签服务中向旅客加收额外费用。



首例惩罚性赔偿公益诉讼胜诉

★ 社会影响力: 49.16

● **事件:** 2018年, 引人关注的广东假盐系列公益诉讼案终于结案。5月, 广州市中级人民法院对其3起诉讼案进行一审判决, 判令3案共8名被告共须支付赔偿金167480元, 成为首例胜诉的惩罚性公益诉讼。9月, 广州市中级人民法院对最后1起食盐案进行一审判决, 判令彭某胜等7名被告支付赔偿金共1146463.3元、在省级以上媒体公开道歉等。该案成为赔偿金额最高的消费维权公益诉讼案例。

● **舆论观点:** 此次惩罚性赔偿公益诉讼的胜诉具有极强的破冰与标杆意义, 带来的正向引领作用与后续示范作用, 对于震慑不良商家、规范市场秩序、维护消费者合法权益等具有“一子落全盘活”的积极意义, 将“推动我国公益诉讼进入高级阶段”。把惩罚性赔偿制度引入公益诉讼领域, 发挥其惩戒作用, 这种创新值得期待。要用公益诉讼放大惩罚性赔偿的威慑力和社会效益, 还得继续完善相关法律法规和制度。一方面, 要进一步扩大消费者组织公益诉讼主体的范畴, 给予其更多政策支持; 另一方面, 要保障受害消费者从赔偿金中获取应有的救济份额。

十佳案例

定好的货物不想要了, 定金怎么办?

案情简述

9月初, 赵先生来电反映在青龙辖区内某家具店支付2500元定金订购一个总价5000元的床, 现由于个人原因不想要了, 要求退定金遭拒, 请求消协帮忙协调。

处理结果

经消协工作人员多次现场调解, 商家同意减免部分床价, 最终退还消费者2000元。

消费提示

定金是合同签订后, 为了保证合同的履行, 当事人按照合同资金额度的一定比例, 预先给对方的金钱或者其他替代品。履行债务后, 定金应当抵作价款或者收回。给付定金的一方不履行约定债务的, 无权要求返还定金; 收受定金的一方不履行约定的债务的, 应当双倍返还定金。本案中, 作为交付定金的一方, 消费者赵先生因个人原因违约, 无权要求返还定金。但根据《中华人民共和国担保法》规定, 定金的数额不得超过标的额的20%, 此次交易, 双方谈好5000元的价格, 商家顶多只能收取1000元定金, 2500元显然超过了标准。因此, 商家应退回多收的1500元, 并另退还消费者500元。

消费者购买商品或接受服务, 考虑不成熟不要轻易下定金。如确需下定金, 不要轻易接受经营者单方面设定数目, 具体数目最好与经营者协商。下定金前, 不但要对所购买的商品或所接受的服务有充分了解, 还应仔细阅读将要签订合同、协议的内容是否暗含霸王条款。在消费维权时, 提升自身法律素养, 理性维权。

(开发区分局)

定制商品的烦恼

案情简述

2018 年 11 月，吉林省长春市的淘宝买家孙某通过 12315 投诉，称他在茶山片区某网络卖家店定做棉衣工作服被骗了，不能正常使用且质量有问题，店方不给退货，希望消协帮他维权。

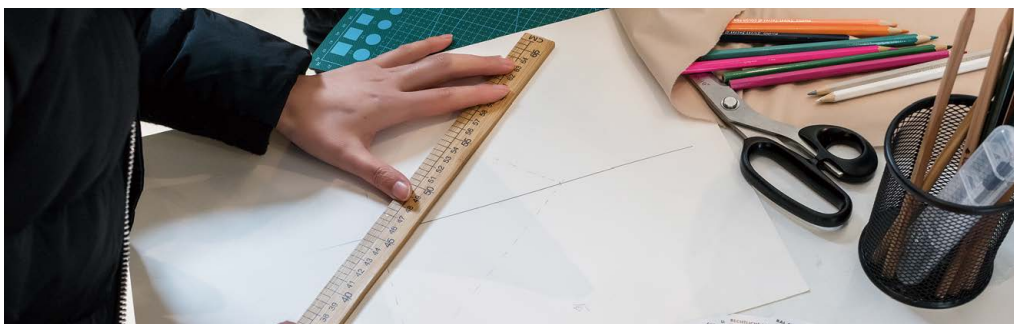
处理结果

经调查，消费者通过网络要求定制刺字的棉衣工作服。由于对棉衣概念的差异，孙某认为的棉衣和卖家寄给他的棉衣有很大的出入。于是以网购商品七天无理由退货为由提出退货，店方以衣服为定制商品为由不予理睬。经我局工作人员耐心沟通，最终消费者表示留下该棉衣不需要退货。

消费提示

根据《消费者权益保护法》第二十五条规定：经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：（一）消费者定作的；（二）鲜活易腐的；（三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；（四）交付的报纸、期刊。除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。因此，如果定制的商品没有质量问题，消费者的退货会影响商家的二次销售，所以消费者在定制产品时一定要考虑清楚，明确定制要求，不能轻信商家的口头承诺，签订定制合同，明确双方责任，发生消费纠纷时要及时收集证据，保证后续维权的顺利进行。

（茶山分局）



公司关门，交的钱咋办？

案情简述

2018 年 8 月 14 日，我局不断收到消费者投诉称：在某母婴护理公司定制了月子服务，交了服务费用后，该公司关门且无法提供月子服务，请求消协帮助，退还支付费用。截止到 2018 年 8 月 16 日，已接到消费者投诉 9 起，涉及金额 43 万余元。

处理结果

在接到投诉后，工作人员第一时间赶往现场，查看了该母婴护理公司所在地，发现该公司确已关门。经询问周边群众，也无法得知该公司具体情况。通过该公司登记资料，找到法人代表周某的联系电话，并向周某了解情况。周某称：目前公司因资金链断裂，无法再提供月子服务，公司股东也已在商议处理消费者的钱款问题，请消费者们耐心等待。在了解情况后，工作人员按个跟消费者联系，并告知目前的状况。

经过 1 个多月的调查，发现该公司无法处理消费者的钱款问题。我局决定召集消费者和商家进行当面调解。在调解中，该公司法人周某表示，此次资金链断裂是由于公司大股东未能及时将资金注入公司，所以导致目前这种状况，其作为法人，也希望能够通过破产程序对公司进行清算，以便能够及时退还消费者的钱款。通过调解，该公司目前仍无法退还消费者的钱款。在与消费者、公司法人沟通后，我局终止调解，让消费者及时通过诉讼来解决问题。

消费提示

①谨慎选择服务对象。消费者在选择服务，特别是此类月子服务时，一定要对服务提供者的相关资质、服务质量、服务口碑等情况进行初步的了解，最后再作出选择。

②签订合约。在月子服务过程中，由于涉及金额较大，消费者在购买服务的时候，一定要与服务提供者签订协议，并仔细审查协议条款。

③及时维权。消费者在消费过程中出现问题时，一定要及时向商家反映情况，同时，也可以及时向消协反映，以便在法定期限内帮助消费者维护权益。

④以诉讼为最后的手段。由于消费者协会本身的局限性，在调解的过程中，并不能一定可以帮助消费者解决问题。消费者在消费调解的过程中，一定要保持克制和理性，除去消费者协会这一途径，还可以通过法院诉讼的形式维护自身的权益。

（天宁分局）

锲而不舍紧盯不放，理财款项终于追回

案情简述

2017年5月份及8月份，钟先生、吴女士、庄女士等先后到我分局反应，在兰陵某投资理财公司投资的共计45万元理财产品期限已到却无法兑现，公司已人去楼空，所有公司人员均无法联系，这事另他们寝食难安，希望消协能帮忙联系追回他们血汗钱。当时我们到现场后发现公司倒闭，房东已准备转租，证照预留电话均无法联系，后通过房东，找到在曾在该公司工作的离职人员，顺藤摸瓜，顺源而上，联系到该公司南京总部的负责人及法人等，不卑不亢，紧盯不放，主动积极与他们保持联系，督促他们依法按合同期限履行兑现约定。同时建议消费者向法院等其它部门寻求帮助。

处理结果

经努力：经营者已于2018年2月15前将投诉到兰陵分局的计45万元的资金陆续转入各消费者的帐户，消费者也分别来电来人到兰陵分局表示感谢。

消费提示

如今，市面上理财产品增多，百姓理财渠道增多，同时投资风险也随之增大，特别是P2P网贷行业投资存在鱼龙混杂的乱象，投资过程中会出现各种不同的风险。一是市场风险。市场情况瞬息万变，是投资最大的变数也是很大的风险，市场行情对投资来说是规避风险的很好方法。二是流动性风险，即投资者投资过程中资金的流动性，遇到突发情况急需撤回资金进行套现的风险，这种风险是随机的，一般发生的可能性不大。三是操作风险，金融管理人员在理财过程中因为一些小小的失误而影响了资金的动向，出现理财错误造成投资者出现亏损的现象。四是信用风险，投资者在对理财产品进行投资的过程中因为该产品出现的信誉问题而影响该产品的收益造成投资者的亏损，同时理财产品发行方有没有诚实经营，很多人都是以诈骗为目的发行理财产品，时不时曝光的跑路、不合法集资等新闻，选择产品时不得不防。

（兰陵分局）

商品标价低于结算价格，你该怎么办？

案情简述

2018年9月，消费者孙某某向我局反应一起商家结账算错价的案件，具体情况如下：消费者2018年9月5日在某超市购买典美韩式学生爱心碗，发现结账金额与标价签不符，标价签为10元，结账金额为19.9元。消费者发现后，要求该店内管理人员按其店内服务价格承诺给与差价10倍的赔偿，遭到商家拒绝。商家认为该标签已经过期，但未及时撤下，属于工作失误，愿意将商品差价补偿给消费者，双方争执不下。

处理结果

经我局会同双方协调，商家同意赠送礼品，并赔偿30元。针对此案

消费提示

《消费者权益保护法》第八条规定：消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受的服务的真实情况的权利。该法第十条还规定：消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。消费者在遇到商品标价与结账不符情况，可以退货不买，如果商家有相应承诺，消费者仍可要求商家履行。

其次，《消费者权益保护法》第二十条规定：经营者向消费者提供有关商品或者服务质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务质量和使用方法等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。经营者提供商品或者服务应当明码标价。

本案中商家标价与结算价格不符，属于欺骗消费者行为，最后经过我局会同双方协商，商家同意按差价给予3倍的赔偿。消费者在遇到此类情况，保留证据，向市场监管部门投诉，依法维权。

（红梅分局）

台胞深陷美容卡“陷阱”

案情简述

2018年9月18日台湾同胞张女士在某商场一楼的一家美容院，商家中途推销做一套由专家做清理血液里的杂质的护理收费42800元，当天该女士一共付近2万元，第二天其发现并没有商家说的效果，要求商家退款，由于张女士第一次来内地，对当地的情况不了解，不知道如何处理此事，就自行找商家协商解决，但商家一直以各种理由拒绝和拖延，张女士称由于听了很多的内地负面假消息，害怕商家报复，一直让此事悬而未决，后通过当地的同事建议才拨打了投诉电话，希望有关部门介入调解帮其退款。2018年10月20日接到该女士的投诉后，兰陵分局消协的工作人员第一时间联系了投诉人，并约时间陪同其上门调解。到达该美容院现场时，该公司工作人员一直推脱，称负责人不在，暂时无法联系负责人。该店管理混乱，店内无主管人员，营销人员各自为战。消协工作人员通过注册时预留的电话联系该店的经营者电话，电话一直拒绝。消协工作人员偶然间通过工作人员聊天从中了解到该店的负责人一般周五晚上6、7点钟会来巡店，并在钟楼区某小区内还有一家旗舰店。消协工作人员掌握这一重要信息后，终于找到该店的负责人。

处理结果

经过调解，工作人员向其普及法律，督促商家要按照《中华人民共和国消费者权益保护法》履行自身的义务。2018年11月商家退还张女士16000元。

消费提示

近几年，市场上美容院如雨后天春笋般迅速发展，该行业的业务水平也参差不齐，存在着鱼龙混杂的乱象，很多美容院只注重营销业务，缺乏有效的后续服务，很多营销人员都是临时聘用，卖完套餐，拿走提成就离职，导致很多消费者只知道营销人员不知管理人员，同时忽略签订相关的协定，导致维权难、取证难。在此，消协提醒广大的消费者在遇到这类情况时应主要以下几点：1、理性消费，不管商家怎么宣传，怎么赠送各种福利，一定要深思熟虑以自身需求而消费，不要贪一时便宜，而后悔盲目消费；2、消费时最好以次数结算，谨慎预付卡消费，当自己后悔能及时制止，减少损失，如确实有需求，以5次以下消费完结为佳；3、和商家签订相关合同或协议前要仔细阅读，并保留完备；4、在遇到商家私下进行宣传的产品时一定要谨慎对待，核实真实后再消费。

（兰陵分局）

拖欠两年的钱终于退了！

案情简述

2018年5月29日，天宁消协收到退休教师王某的投诉，称其于2016年4月在某保健品公司购买了保健品，由于某些原因，认为该保健品达不到其预期的效果，遂在2016年5月投诉至天宁消协，要求退款。经过工作人员调解，消费者与该保健品公司达成退货协议。直至2018年5月，该保健品公司退还了部分钱款，但仍有10000元的货款未退还，王某多次与保健品公司交涉未果，遂到天宁消协再次投诉，要求该公司退还10000元货款。

处理结果

我局在收到该投诉后，联系消费者王某对事情的经过进行了细致地了解，并多次上门与商家进行沟通，晓之以法律，动之以情义，经过多次的商谈，商家也终于退还了剩余的10000元。

消费提示

在购买商品时，消费者一定要慎重，特别是保健品，购买之前可以查阅相关信息，了解产品的生产信息、功效等，以便作出正确的购买选择。并且购买的过程中，消费者一定要向商家索取票据，同时对于商家所出具的票据，也一定要认清票据上主体与商家是否一致。索取的票据一定要保存好，以便在出现问题时，能够及时向商家维权。

（天宁分局）



网购车辆隐患多，骑行摔伤要索赔

案情简述

2018年1月,我局接转消费者投诉,崔先生反映在某电商平台以868元购买一辆代驾代步电动成人滑板车,在正常行驶时发生前轴断裂,导致面部大面积摔伤、挫伤、门牙摔碎,苹果手机摔坏,当天骨科医院就诊住院花费医疗费近2000元,因大面积擦伤修养1个月,导致无法从事专职代驾工作误工6000元,以及因此事产生的通信、交通等费用开支2000元,营养费1500元,手机损失折价1000元,后期种牙治疗费用15000元。崔先生以销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的产品为由,要求给予其赔偿合计3万余元。

处理结果

我局接投诉后立即开展调查,现场查看该公司销售的同款车。经检查,该款车的包装及各类检测项目均符合相关规定,该公司提供了生产厂家委托加工协议、营业执照、电动成人滑板车企业标准及产品质量风险检测单等相关材料。但考虑到可能是在安装过程中产生的问题,公司愿意承担一部分责任,经过耐心沟通,商家补偿消费者12000元。

消费提示

消费者网购自行车、电动车等需要安装的产品时,需要认真说明书进行安装,最好请专业人员帮助调试,同时应保留相关票据凭证,出现突发情况时通过合法渠道理性维权。

(郑陆分局)
天宁区市场监督管理局郑陆分局

网购祛疤膏 无效求退款

案情简述

2018年1月5日,雕庄分局接到消费者投诉,反映其在某电商平台购买一祛疤膏118元,消费者使用后认为产品没有达到预期的效果,其认为企业涉嫌虚假宣传,误导消费者,且企业未提供药监局备案的凭证和卫生部的批准文件,要求退款并赔偿。

处理结果

企业在网上售卖的修正牌祛疤膏,使用(祛疤)等字眼宣传其产品疗效的行为,依据《中华人民共和国广告法》第十七条的规定:除医疗、药品、医疗器械广告外,禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能,并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。企业必须提供其产品医疗器械注册证,经过市场监管部门的调查,企业提供了该产品的医疗器械注册证(黑械注准20142640053),注册证显示该产品适用范围为:疤痕的治疗及预防。企业使用“祛疤”存在相关依据,未违反广告法的相关规定。经过我局的调查和调解,消费者对调查结果表示认可,,主动撤回投诉。

消费提示

作为消费者,应当谨慎购买医疗器械产品,要通过正规途径购买,通过网络渠道购买的医疗器械,要仔细看看其产品的医疗器械注册证,没有注册证的医疗器械请不要购买。

(雕庄分局)

有瑕疵，也不行！

案情简述

10月28日，家住武进湖塘42岁的卢女士到红梅分局投诉，称她在某家具店定了一套家具，总价一万多元，商家于2018年11月13号送货，当时送货的工人也没有叫卢女士验货，搬到家后发现书桌、书柜及两个床头柜有轻微的开裂现象，应该是质量问题。卢女士向商家反映了问题，要求退货，商家认为只是瑕疵问题，不影响家具的使用，并认为卢女士故意找茬。

处理结果

经调查，由生产厂家鉴定该套家具确实存在非人为因素的开裂现象，存在质量问题。我局工作人员经多次联系店方，最终店方退还货款一万多元，并进行赔偿。

消费提示

《中华人民共和国消费者权益保护法》第十条规定：消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。该法第二十二条规定：经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵的除外。

消费者在遇到商家以次充好的情况，要保留证据，积极找经销商或者卖家索赔，或者到消费者协会协调处理，也可到市场监管投诉处理。商家也应规范自己的经营行为，诚信交易。

（红梅分局）

荣誉榜 HONOR ROLL



2018年度江苏省放心消费创建先进单位

江苏园外园食品有限公司

2018年度常州市放心消费创建先进单位

常州苏拓建筑装饰工程有限公司	天宁区青龙梦诚饭店
江苏凯航装潢工程有限公司	天宁区青龙新紫金大饭店
浙商证券股份有限公司常州延陵西路证券营业部	常州市华立液压润滑设备有限公司
天宁区红梅杰诺菲橱柜经营部	华夏银行股份有限公司常州天宁支行
常州市五星电器有限公司关河路分公司	江苏江南农村商业银行股份有限公司常州市天宁支行
常州九洲环宇商务广场管理有限公司	中国民生银行股份有限公司常州天宁支行
常州市羿轩商贸有限公司第一分公司	中信银行股份有限公司常州天宁支行
常州市君尚商贸有限公司	常州优速快递有限公司
常州天援汽车服务有限公司	常州久加久酒业有限公司

2018年度天宁区消费者协会先进集体

天宁区消费者协会天宁分会
天宁区消费者协会兰陵分会
天宁区消费者协会红梅分会红星美凯龙投诉站

2018年度天宁区消费者协会先进工作者

司留辉 张联冰 陈昌荣 章长春

2018年度天宁区消费者协会优秀维权专家

范继东 杨铁钢

《电子商务法》八大特点



一、严格范围

因为电子商务具有跨时空、跨领域的特点，所以《电子商务法》把调整范围严格限定在中华人民共和国境内，限定在通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务，因此对金融类产品和服务，对利用信息网络提供的新闻、信息、音视频节目、出版以及文化产品等方面的内容服务都不在这个法律的调整范围内。

二、促进发展

因为电子商务属于新兴产业，所以《电子商务法》就把支持和促进电子商务持续健康发展摆在首位，拓展电子商务的空间，推进电子商务与实体经济深度融合，在发展中规范，在规范中发展。所以法律对于促进发展、鼓励创新做了一系列的制度性的规定。

三、包容审慎

目前我们国家电子商务正处于蓬勃发展的时期，渗透广、变化快，新情况、新问题层出不穷，在立法中既要解决电子商务领域的突出问题，也要为未来发展留出足够的空间。《电子商务法》不仅重视开放性，而且也更加重视前瞻性，以鼓励创新和竞争为主，同时兼顾规范和管理的需要，这就为我们电子商务未来的发展奠定了体制框架。

四、平等对待

电子商务技术中立、业态中立、模式中立。在立法过程中，各个方面逐渐对线上线下在无差别、无歧视原则下规范电子商务的市场秩序，达到了一定的共识。所以法律明确规定，国家平等地对待线上线下下的商务活动，促进线上线下融合发展。

五、均衡保障

这些年的实践证明，在电子商务有关三方主体中，最弱势的是消费者，其次是电商经营者，最强

势的是平台经营者，所以《电子商务法》在均衡地保障电子商务这三方主体的合法权益，适当加重了电子商务经营者，特别是第三方平台的责任义务，适当地加强对电子商务消费者的保护力度。现在这种制度设计是基于我们国家的实践，反映了中国特色，体现了中国智慧。

六、协同监管

根据电子商务发展的特点，《电子商务法》完善和创新了符合电子商务发展特点的协同监管体制和具体制度。法律规定国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，各级政府要按照职责分工，我们没有确定哪个部门是电子商务的主管部门，根据已有分工，各自负责电子商务发展促进、监督、管理的工作。在这样的情况下，监管的要义就在于依法、合理、有效、适度，既非任意地强化监管，又非无原则地放松监管，而是宽严适度、合理有效。

七、社会共治

电子商务立法运用互联网的思维，充分发挥市场在配置资源方面的决定性作用，鼓励支持电子商

务各方共同参与电子商务市场治理，充分发挥电子商务交易平台经营者、电子商务经营者所形成的一些内生机制，来推动形成企业自治、行业自律、社会监督、政府监管这样的社会共治模式。

八、法律衔接

《电子商务法》是电子商务领域的一部基础性的法律，但因为制定得比较晚，所以其中的一些制度在其他法律中间都有规定，所以《电子商务法》不能包罗万象。电子商务立法中就针对电子领域特有的矛盾来解决其特殊性的问题，在整体上能够处理好《电子商务法》与已有的一些法律之间的关系，重点规定其他法律没有涉及的问题，弥补现有法律制度的不足。比如在市场准入上与现行的商事法律制度相衔接，在数据文本上与合同法和电子签名法相衔接。在纠纷解决上，与现有的消费者权益保障法相衔接。在电商税收上与现行税收征管法和税法相衔接。在跨境电子商务上，与联合国国际贸易法委员会制定的电子商务示范法、电子合同公约等国际规范来相衔接。



中华人民共和国电子商务法（全文）

中华人民共和国电子商务法（2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过）

目录

第一章 总则	第四章 电子商务争议解决
第二章 电子商务经营者	第五章 电子商务促进
第一节 一般规定	第六章 法律责任
第二节 电子商务平台经营者	第七章 附则
第三章 电子商务合同的订立与履行	

第一章 总则

第一条 为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展，制定本法。

第二条 中华人民共和国境内的电子商务活动，适用本法。

本法所称电子商务，是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

法律、行政法规对销售商品或者提供服务有规定的，适用其规定。金融类产品和服务，利用信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等内容方面的服务，不适用本法。

第三条 国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境，充分发挥电子商务在推动高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要、构建开放型经济方面的重要作用。

第四条 国家平等对待线上线下商务活动，促进线上线下融合发展，各级人民政府和有关部门不得采取歧视性的政策措施，不得滥用行政权力排除、限制市场竞争。

第五条 电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。

第六条 国务院有关部门按照职责分工负责电子商务发展促进、监督管理等工作。县级以上地方各级人民政府可以根据本行政区域的实际情况，确定本行政区域内电子商务的部门职责划分。

第七条 国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系。

第八条 电子商务行业组织按照本组织章程开

展行业自律，建立健全行业规范，推动行业诚信建设，监督、引导本行业经营者公平参与市场竞争。

第二章 电子商务经营者

第一节 一般规定

第九条 本法所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本法所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

本法所称平台内经营者，是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

第十条 电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，以及依照法律、行政法规不需要进行登记的除外。

第十一条 电子商务经营者应当依法履行纳税义务，并依法享受税收优惠。

依照前条规定不需要办理市场主体登记的电子商务经营者在首次纳税义务发生后，应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定申请办理税务登记，并如实申报纳税。

第十二条 电子商务经营者从事经营活动，依

法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。

第十三条 电子商务经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务。

第十四条 电子商务经营者销售商品或者提供服务应当依法出具纸质发票或者电子发票等购货凭证或者服务单据。电子发票与纸质发票具有同等法律效力。

第十五条 电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。

前款规定的信息发生变更的，电子商务经营者应当及时更新公示信息。

第十六条 电子商务经营者自行终止从事电子商务的，应当提前三十日在首页显著位置持续公示有关信息。

第十七条 电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

第十八条 电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。

电子商务经营者向消费者发送广告的，应当遵守《中华人民共和国广告法》的有关规定。

第十九条 电子商务经营者搭售商品或者服务，

应当以显著方式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

第二十条 电子商务经营者应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品或者服务,并承担商品运输中的风险和责任。但是,消费者另行选择快递物流服务提供者的除外。

第二十一条 电子商务经营者按照约定向消费者收取押金的,应当明示押金退还的方式、程序,不得对押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金,符合押金退还条件的,电子商务经营者应当及时退还。

第二十二条 电子商务经营者因其技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力以及其他经营者对该电子商务经营者在交易上的依赖程度等因素而具有市场支配地位的,不得滥用市场支配地位,排除、限制竞争。

第二十三条 电子商务经营者收集、使用其用户的个人信息,应当遵守法律、行政法规有关个人信息保护的规定。

第二十四条 电子商务经营者应当明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序,不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

电子商务经营者收到用户信息查询或者更正、删除的申请的,应当在核实身份后及时提供查询或者更正、删除用户信息。用户注销的,电子商务经营者应当立即删除该用户的信息;依照法律、行政法规的规定或者双方约定保存的,依照其规定。

第二十五条 有关主管部门依照法律、行政法规的规定要求电子商务经营者提供有关电子商务数据信息的,电子商务经营者应当提供。有关主管部门应当采取必要措施保护电子商务经营者提供的数

据信息的安全,并对其中的个人信息、隐私和商业秘密严格保密,不得泄露、出售或者非法向他人提供。

第二十六条 电子商务经营者从事跨境电子商务,应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定。

第二节 电子商务平台经营者

第二十七条 电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息,进行核验、登记,建立登记档案,并定期核验更新。

电子商务平台经营者为进入平台销售商品或者提供服务的非经营用户提供服务,应当遵守本节有关规定。

第二十八条 电子商务平台经营者应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息,提示未办理市场主体登记的经营者依法办理登记,并配合市场监督管理部门,针对电子商务的特点,为应当办理市场主体登记的经营者办理登记提供便利。

电子商务平台经营者应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定,向税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息,并应当提示依照本法第十条规定不需要办理市场主体登记的电子商务经营者依照本法第十一条第二款的规定办理税务登记。

第二十九条 电子商务平台经营者发现平台内的商品或者服务信息存在违反本法第十二条、第十三条规定情形的,应当依法采取必要的处置措施,并向有关主管部门报告。

第三十条 电子商务平台经营者应当采取技术

措施和其他必要措施保证其网络安全、稳定运行,防范网络违法犯罪活动,有效应对网络安全事件,保障电子商务交易安全。

电子商务平台经营者应当制定网络安全事件应急预案,发生网络安全事件时,应当立即启动应急预案,采取相应的补救措施,并向有关主管部门报告。

第三十一条 电子商务平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息,并确保信息的完整性、保密性、可用性。商品和服务信息、交易信息保存时间自交易完成之日起不少于三年;法律、行政法规另有规定的,依照其规定。

第三十二条 电子商务平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则,制定平台服务协议和交易规则,明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。

第三十三条 电子商务平台经营者应当在其首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识,并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第三十四条 电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则,应当在其首页显著位置公开征求意见,采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。修改内容应当至少在实施前七日予以公示。

平台内经营者不接受修改内容,要求退出平台的,电子商务平台经营者不得阻止,并按照修改前的服务协议和交易规则承担相关责任。

第三十五条 电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段,对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件,或者

向平台内经营者收取不合理费用。

第三十六条 电子商务平台经营者依据平台服务协议和交易规则对平台内经营者违反法律、法规的行为实施警示、暂停或者终止服务等措施的,应当及时公示。

第三十七条 电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的,应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务,不得误导消费者。

电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责任。

第三十八条 电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。

对关系消费者生命健康的商品或者服务,电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,依法承担相应的责任。

第三十九条 电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度,公示信用评价规则,为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。

电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。

第四十条 电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果;对于竞价排名的商品或者服务,应当显著标明“广告”。

第四十一条 电子商务平台经营者应当建立知识产权保护规则,与知识产权权利人加强合作,依法保护知识产权。

第四十二条 知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。

电子商务平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台内经营者；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。

因通知错误造成平台内经营者损害的，依法承担民事责任。恶意发出错误通知，造成平台内经营者损失的，加倍承担赔偿责任。

第四十三条 平台内经营者接到转送的通知后，可以向电子商务平台经营者提交不存在侵权行为的声明。声明应当包括不存在侵权行为的初步证据。

电子商务平台经营者接到声明后，应当将该声明转送发出通知的知识产权权利人，并告知其可以向有关主管部门投诉或者向人民法院起诉。电子商务平台经营者在转送声明到达知识产权权利人后十五日内，未收到权利人已经投诉或者起诉通知的，应当及时终止所采取的措施。

第四十四条 电子商务平台经营者应当及时公示收到的本法第四十二条、第四十三条规定的通知、声明及处理结果。

第四十五条 电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施；未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。

第四十六条 除本法第九条第二款规定的服务外，电子商务平台经营者可以按照平台服务协议和交易规则，为经营者之间的电子商务提供仓储、物流、支付结算、交收等服务。电子商务平台经营者为经营者之间的电子商务提供服务，应当遵守法律、

行政法规和国家有关规定，不得采取集中竞价、做市商等集中交易方式进行交易，不得进行标准化合约交易。

第三章电子商务合同的订立与履行

第四十七条 电子商务当事人订立和履行合同，适用本章和《中华人民共和国民法总则》《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国电子签名法》等法律的规定。

第四十八条 电子商务当事人使用自动信息系统订立或者履行合同的行为对使用该系统的当事人具有法律效力。

在电子商务中推定当事人具有相应的民事行为能力。但是，有相反证据足以推翻的除外。

第四十九条 电子商务经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或者服务并提交订单成功，合同成立。当事人另有约定的，从其约定。

电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立；格式条款等含有该内容的，其内容无效。

第五十条 电子商务经营者应当清晰、全面、明确地告知用户订立合同的步骤、注意事项、下载方法等事项，并保证用户能够便利、完整地阅览和下载。

电子商务经营者应当保证用户在提交订单前可以更正输入错误。

第五十一条 合同标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，收货人签收时间为交付时间。合同标的为提供服务的，生成的电子凭证或者实物凭

证中载明的时间为交付时间；前述凭证没有载明时间或者载明时间与实际提供服务时间不一致的，实际提供服务的时间为交付时间。

合同标的为采用在线传输方式交付的，合同标的进入对方当事人指定的特定系统并且能够检索识别的时间为交付时间。

合同当事人对交付方式、交付时间另有约定的，从其约定。

第五十二条 电子商务当事人可以约定采用快递物流方式交付商品。

快递物流服务提供者应为电子商务提供快递物流服务，应当遵守法律、行政法规，并应当符合承诺的服务规范和时限。快递物流服务提供者在交付商品时，应当提示收货人当面查验；交由他人代收的，应当经收货人同意。

快递物流服务提供者应当按照规定使用环保包装材料，实现包装材料的减量化和再利用。

快递物流服务提供者在提供快递物流服务的同时，可以接受电子商务经营者的委托提供代收货款服务。

第五十三条 电子商务当事人可以约定采用电子支付方式支付价款。

电子支付服务提供者应为电子商务提供电子支付服务，应当遵守国家规定，告知用户电子支付服务的功能、使用方法、注意事项、相关风险和收费标准等事项，不得附加不合理交易条件。电子支付服务提供者应当确保电子支付指令的完整性、一致性、可跟踪稽核和不可篡改。

电子支付服务提供者应当向用户免费提供对账服务以及最近三年的交易记录。

第五十四条 电子支付服务提供者提供电子支付服务不符合国家有关支付安全管理要求，造成用

户损失的，应当承担赔偿责任。

第五十五条 用户在发出支付指令前，应当核对支付指令所包含的金额、收款人等完整信息。

支付指令发生错误的，电子支付服务提供者应当及时查找原因，并采取相关措施予以纠正。造成用户损失的，电子支付服务提供者应当承担赔偿责任，但能够证明支付错误非自身原因造成的除外。

第五十六条 电子支付服务提供者完成电子支付后，应当及时准确地向用户提供符合约定方式的确认支付的信息。

第五十七条 用户应当妥善保管交易密码、电子签名数据等安全工具。用户发现安全工具遗失、被盗用或者未经授权的支付的，应当及时通知电子支付服务提供者。

未经授权的支付造成的损失，由电子支付服务提供者承担；电子支付服务提供者能够证明未经授权的支付是因用户的过错造成的，不承担责任。

电子支付服务提供者发现支付指令未经授权，或者收到用户支付指令未经授权的通知时，应当立即采取措施防止损失扩大。电子支付服务提供者未及时发现采取措施导致损失扩大的，对损失扩大部分承担责任。

第四章电子商务争议解决

第五十八条 国家鼓励电子商务平台经营者建立有利于电子商务发展和消费者权益保护的商品、服务质量担保机制。

电子商务平台经营者与平台内经营者协议设立消费者权益保证金的，双方应当就消费者权益保证金的提取数额、管理、使用和退还办法等作出明确

约定。

消费者要求电子商务平台经营者承担先行赔偿责任以及电子商务平台经营者赔偿后向平台内经营者的追偿,适用《中华人民共和国消费者权益保护法》的有关规定。

第五十九条 电子商务经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制,公开投诉、举报方式等信息,及时受理并处理投诉、举报。

第六十条 电子商务争议可以通过协商和解,请求消费者组织、行业协会或者其他依法成立的调解组织调解,向有关部门投诉,提请仲裁,或者提起诉讼等方式解决。

第六十一条 消费者在电子商务平台购买商品或者接受服务,与平台内经营者发生争议时,电子商务平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。

第六十二条 在电子商务争议处理中,电子商务经营者应当提供原始合同和交易记录。因电子商务经营者丢失、伪造、篡改、销毁、隐匿或者拒绝提供前述资料,致使人民法院、仲裁机构或者有关机关无法查明事实的,电子商务经营者应当承担相应的法律责任。

第六十三条 电子商务平台经营者可以建立争议在线解决机制,制定并公示争议解决规则,根据自愿原则,公平、公正地解决当事人的争议。

第五章电子商务促进

第六十四条 国务院和省、自治区、直辖市人民政府应当将电子商务发展纳入国民经济和社会发展规划,制定科学合理的产业政策,促进电子商务创新发展。

第六十五条 国务院和县级以上地方人民政府及其有关部门应当采取措施,支持、推动绿色包装、仓储、运输,促进电子商务绿色发展。

第六十六条 国家推动电子商务基础设施和物流网络建设,完善电子商务统计制度,加强电子商务标准体系建设。

第六十七条 国家推动电子商务在国民经济各个领域的应用,支持电子商务与各产业融合发展。

第六十八条 国家促进农业生产、加工、流通等环节的互联网技术应用,鼓励各类社会资源加强合作,促进农村电子商务发展,发挥电子商务在精准扶贫中的作用。

第六十九条 国家维护电子商务交易安全,保护电子商务用户信息,鼓励电子商务数据开发应用,保障电子商务数据依法有序自由流动。

国家采取措施推动建立公共数据共享机制,促进电子商务经营者依法利用公共数据。

第七十条 国家支持依法设立的信用评价机构开展电子商务信用评价,向社会提供电子商务信用评价服务。

第七十一条 国家促进跨境电子商务发展,建立健全适应跨境电子商务特点的海关、税收、进出口检验检疫、支付结算等管理制度,提高跨境电子商务各环节便利化水平,支持跨境电子商务平台经营者等为跨境电子商务提供仓储物流、报关、报检等服务。

国家支持小型微型企业从事跨境电子商务。

第七十二条 国家进出口管理部门应当推进跨境电子商务海关申报、纳税、检验检疫等环节的综合服务和监管体系建设,优化监管流程,推动实现信息共享、监管互认、执法互助,提高跨境电子商务服务和监管效率。跨境电子商务经营者可以凭电

子单证向国家进出口管理部门办理有关手续。

第七十三条 国家推动建立与不同国家、地区之间跨境电子商务的交流合作,参与电子商务国际规则的制定,促进电子签名、电子身份等国际互认。

国家推动建立与不同国家、地区之间的跨境电子商务争议解决机制。

第六章法律责任

第七十四条 电子商务经营者销售商品或者提供服务,不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定,或者造成他人损害的,依法承担民事责任。

第七十五条 电子商务经营者违反本法第十二条、第十三条规定,未取得相关行政许可从事经营活动,或者销售、提供法律、行政法规禁止交易的商品、服务,或者不履行本法第二十五条规定的信息提供义务,电子商务平台经营者违反本法第四十六条规定,采取集中交易方式进行交易,或者进行标准化合约交易的,依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第七十六条 电子商务经营者违反本法规定,有下列行为之一的,由市场监督管理部门责令限期改正,可以处一万元以下的罚款,对其中的电子商务平台经营者,依照本法第八十一条第一款的规定处罚:

(一)未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息,或者上述信息的链接标识;

(二)未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的;

(三)未明示用户信息查询、更正、删除以及

用户注销的方式、程序,或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。

电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的,由市场监督管理部门责令限期改正,可以处二万元以上十万元以下的罚款。

第七十七条 电子商务经营者违反本法第十八条第一款规定提供搜索结果,或者违反本法第十九条规定搭售商品、服务的,由市场监督管理部门责令限期改正,没收违法所得,可以并处五万元以上二十万元以下的罚款;情节严重的,并处二十万元以上五十万元以下的罚款。

第七十八条 电子商务经营者违反本法第二十一条规定,未向消费者明示押金退还的方式、程序,对押金退还设置不合理条件,或者不及时退还押金的,由有关主管部门责令限期改正,可以处五万元以上二十万元以下的罚款;情节严重的,处二十万元以上五十万元以下的罚款。

第七十九条 电子商务经营者违反法律、行政法规有关个人信息保护的规定,或者不履行本法第三十条和有关法律、行政法规规定的网络安全保障义务的,依照《中华人民共和国网络安全法》等法律、行政法规的规定处罚。

第八十条 电子商务平台经营者有下列行为之一的,由有关主管部门责令限期改正;逾期不改正的,处二万元以上十万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿,并处十万元以上五十万元以下的罚款:

(一)不履行本法第二十七条规定的核验、登记义务的;

(二)不按照本法第二十八条规定向市场监督管理部门、税务部门报送有关信息的;

(三)不按照本法第二十九条规定对违法情形

采取必要的处置措施，或者未向有关主管部门报告的；

（四）不履行本法第三十一条规定的商品和服务信息、交易信息保存义务的。

法律、行政法规对前款规定的违法行为的处罚另有规定的，依照其规定。

第八十一条 电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款：

（一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的；

（二）修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见，未按照规定的时间提前公示修改内容，或者阻止平台内经营者退出的；

（三）未以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务的；

（四）未为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径，或者擅自删除消费者的评价的。

电子商务平台经营者违反本法第四十条规定，对竞价排名的商品或者服务未显著标明“广告”的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。

第八十二条 电子商务平台经营者违反本法第三十五条规定，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格或者与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向平台内经营者收取不合理费用的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第八十三条 电子商务平台经营者违反本法第三十八条规定，对平台内经营者侵害消费者合法权

益行为未采取必要措施，或者对平台内经营者未尽到资质资格审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第八十四条 电子商务平台经营者违反本法第四十二条、第四十五条规定，对平台内经营者实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的，由有关知识产权行政管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第八十五条 电子商务经营者违反本法规定，销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，实施虚假或者引人误解的商业宣传等不正当竞争行为，滥用市场支配地位，或者实施侵犯知识产权、侵害消费者权益等行为的，依照有关法律的规定处罚。

第八十六条 电子商务经营者有本法规定的违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定记入信用档案，并予以公示。

第八十七条 依法负有电子商务监督管理职责的部门的工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中

所知悉的个人信息、隐私和商业秘密的，依法追究法律责任。

第八十八条 违反本法规定，构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附则

第八十九条 本法自 2019 年 1 月 1 日起施行。





Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
----	----	----	----	----	----	----

Memo No. _____

Date / /



Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
----	----	----	----	----	----	----

Memo No. _____

Date / /



Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
----	----	----	----	----	----	----

Memo No. _____

Date / /



Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
----	----	----	----	----	----	----

Memo No. _____

Date / /