

赠品质量,商家岂能当甩手掌柜

今日
视点

买手机赠保护套、买奶粉赠小彩碗、买皮鞋赠鞋拔子……现在不管是在实体超市还是电商平台,买东西送赠品是许多商家广泛应用的套路。记者调查发现,有一些商家无视商业道德,用一些属于“三无”或假冒伪劣的小家电作为赠品,而且这些商家还言明:赠品是免费的,不在“三包”范围之内。商家此举意味着,赠品有了质量问题,甚至造成了后果,商家包括生产厂家不负任何责任。

随着赠品越来越多地被商家作为营销策略使用,赠品质量问题也越来越多地被消费者吐槽、投诉。在关于赠品质量问题的争执上,商家和消费者各执一词,最终的焦点无非就是商家对赠品质量要不要负责。不少商家以赠品系免费为由概不负责,当起了甩手掌柜。

可在赠品营销策略攻击下,不少消费者购买商品时在一定程度上就是冲着赠品去的,基于赠品质量纠纷,消费者肯定很委屈:没有赠品,也许不会选择购买你的商品,既然你的赠品质量有问题,那我的消费权益必然遭受了损害,商家理所当然地要对此负责。

在这一朴素的消费理念中,其实包含着法律上的契约精神:即在买卖合同或消费合同的缔结过程中,消费者把赠品当作了买卖合同或消费合同缔结的前提要件。而从商家的出发点看,提供赠品其实就是典型的附义务的赠与,只有达到了购买一定商品或服务的要求,商家才会将赠品给予消费者;不购买商品或服务,甚至购买的商品或服务没有达到一定的要求,赠品也不会给消费者。

根据我国合同法第191条规定,附义务的赠与,赠与的财产有瑕疵的,赠与人在附义务的限度内承担与出卖人相同的责任。消费者与商家之间关于赠品质

量的争议,完全可以适用此条法律规定。尽管消费者没有就赠品支付价款,但由于商家提供的赠品是属于附义务的赠与,商家应当按照合同法第191条的规定对赠品质量承担与出卖人相同的责任。也就是说,商家提出的“赠品是免费的,不在‘三包’范围之内”之类的说辞,没有任何法律依据,且与法律规定相悖,消费者可以大胆维权。

不过,在实际维权过程中,鲜有消费者因赠品质量问题诉至法院。这主要是因为赠品价值一般不大,而诉讼需要投入的精力较多,消费者抱着忍气吞声的心态没有和商家较真,可正是这样的局面导致商家对赠品质量

更加熟视无睹。

对此现象,有关职能部门应当从行政责任和刑事责任方面对商家赠品质量加大监管力度。既然从民事责任上商家应当承担与出卖人相同的责任,那么从行政监管和刑事打击的层面而言,同样应当以此标准对商家进行监管,根据产品质量法、消费者权益保障法以及零售商促销行为管理办法等法律法规加大监管和处罚力度,通过行政处罚和刑事惩罚手段,规范商家赠品促销行为。同时,商家如果在提供的赠品质量上做虚假文章,也是经营失信行为,有必要将其纳入失信惩戒范畴,让其承担相应的失信代价。 据《法制日报》

社会观察

“高考提前查分”
小心是病毒

据报道,高考结束后,一些不法分子蠢蠢欲动。新疆维吾尔自治区乌鲁木齐电信网络诈骗中心提醒:“提前查分”链接别点击,不法分子通过短信发送带有木马链接的“虚假提前查分网址”,一旦点击进入,木马病毒便会自动植入手机,从而获取手机所关联的银行卡等信息。

“虚假提前查分网址链接”是不法人员实施窃财的一种方式,不法分子通过拦截获取支付验证码,就可以经网购消费变现或者是通过第三方支付平台转账等方式获利。

高考结束后,不少骗子动了欺骗考生的心思,考生还有家长,还需多些警惕的心理,查分不用心急,不妨按照官方规定的时间,到相应的官方网站查询,耽误不了事。相关部门也需有所防备,期间需加强监管,也不妨联合运营商对这些“垃圾短信”实施一定的拦截措施。

据《新京报》

公民
态度

高考命题有差错
须增设“防火墙”

2018年高考理科综合试卷全国I卷第8题(选择题)试题答案不唯一,引发了社会热议。经各省专家评议,使用该套试题的河南、河北、江西等10个省份,已先后发布公告,称单选两个正确答案“A”或“B”都得6分。

乍一听到高考试题有差错的消息,心中不免一惊。高考试题关系到广大考生切身利益,倘若真有差池,其影响可想而知。

所幸的是,经各省教育考试院组织有关专家,对该试题进行分析,认为该题“本身没有问题”,只是不同群体从不同角度,对试题的B项选择有不同理解,并综合各方意见作出合理调整。

对于高考命题,相关各方不可谓不重视,都是以万无一失的要求开展相关工作。但人非圣贤,孰能无过。就命题环节而

言,虽然反复斟酌,亦难免百密一疏,此次单选题出现两个答案,便是典型例证。“孩子都是自家的”,自己出的题目,怎么看都觉得好。就像写文章一样,自己修改自己的文章,常常比另外写一篇还难。

因此,要想确保高考试题做到“零差错”,还需再增设一道“防火墙”。通常情况下,试题定稿之前经过无数次打磨,基本上不会出现大的问题。因此,新的审题工作不是要对试题进行大的修改调整,而是将重点放在科学性上,争取不放过任何蛛丝马迹。没有发现问题,自然皆大欢喜;万一发现瑕疵,信息时代,改起来也不会太费劲。从组织实施角度看,也完全具有可操作性。如此简便易行的防火墙,何乐而不为呢? 据《钱江晚报》

画中
有话

危险的旅程



湖南省株洲市近期破获一起利用海外就医虚构病情实施诈骗的案件。经初步核实,该案涉及全国26个省份,受害人1700多人。这起案件折射了海外就医乱象。

记者调查发现,近年来,一些人不惜重金到海外接受医疗服务,但由于行业不规范、制度不健全等原因,患者海外就医面临风险大、无保障、维权难等诸多问题。 据新华社

“导游强迫交易入刑” 双输局面要反思行业生态

热点
评弹

2017年12月13日至15日,受昆明某旅行社聘用的导游李云,采取辱骂、威胁、对不参加消费的游客不发放房卡、对与其发生争执的游客驱赶换乘车辆等手段,强迫8名游客购买商品、消费自费项目。6月10日,景洪市人民法院宣判,对被告人李云以强迫交易罪判处有期徒刑6个月,并处罚金人民币2000元。

“世界那么大,我想去看看”,在旅游逐渐从精英消费向大众消费过渡的当下,许多消费者都渴望通过旅游来开阔视野、放松心情。目前,不少人尤其是中老年人旅游的时候热衷找旅行社,导游的角色扮演,在很大程度上影响旅游的品质。“导游强迫交易入刑”,这样的“双输”局面,让人痛心不已。

美国社会学家罗纳德·博特认为,社会网络中存在着一些“结构洞”,用于连接两个难以直接发生关联的关系人。有了导游这一“结构洞”,消费者的旅游活动会省不少事情;然而,当导游使用强迫交易的伎俩,不仅会

给消费者带来物质损失,也会给他们带来精神上的伤害与痛苦,损伤他们的权利与尊严。

旅行社、导游和定点商家形成了一个利益共同体,定点商家高价卖出商品,旅行社和导游按点提成;在理性选择深入人心的今天,消费者也变得越来聪明,不愿意“挨宰”。面对不顺从、不听话的消费者,一些导游软硬兼施,软的不行来硬的,试图通过辱骂、讽刺、标签化甚至“讲狠”的手段来逼迫消费者就范。

“导游强迫交易入刑”犹如一面镜子,提醒导游们不能自说自话、为所欲为。在契约意识得到越来越多尊重和认同的

现代社会,旅游行业显然不能成为边缘地带。如果任由导游强迫交易沦为“潜规则”,在短期内能够让一些人利益变现,却是对一个地方、一个行业的涸泽而渔;当消费者的权利与尊严得不到呵护,他们自然会“用脚投票”。

在一个“浅阅读”盛行的时代,这些言行失范的导游们很容易被污名化,成为他人眼中“唯利是图、素质低下、冷漠暴戾”的一无是处的人。实际上,这些导游也和我们一样,都是在为了生活而努力打拼的普通人,在别的场合他们或许并没有那么“十恶不赦”。之所以这样说并非“我

弱我有理”,而是不能将板子全部打在导游身上。归根结底,脆弱的行业生态,让导游们上演“变形记”。

旅游市场竞争激烈,旅行社往往会用“低价策略”来争夺客源。为了盈利,旅行社就会采取压缩导游费用等手段。导游从旅行社得到的报酬有限,千方百计拿回扣和提成变成了一种“生存理性”,为了达到这个目标,一些导游必然漠视法律法规,剑走偏锋。只有优化行业生态,改变导游们以回扣、提成为主要收入的生存模式,导游强迫游客消费才会越来越少。

据《燕赵都市报》

“不限量套餐”
套路有多深?

随着取消手机流量漫游费,满大街的手机“不限量套餐”广告猛烈轰击着人们的眼球。然而看似优惠的“不限量套餐”,其实背后也是有“套路”的。近日,工信部相关司局组织召开会议,明确要求运营商规范宣传。“要高度重视当前‘不限量’套餐宣传中存在的问题,全行业立即开展自查工作,切实规范此类套餐的宣传推广行为,不得夸大宣传,对于限制条款要标示醒目。”

宣传单上是“不限流量”,到使用的时候却有封顶限制,这样的不限流量,显然是货不对板。至于到一定流量便强制限速,视频流量免费但广告流量却收费,这种套路,更是让消费者防不胜防。如今提速降费早已成为改革方向,而运营商之间的竞争态势也不同于以往,通过这些低级的套路来揩消费者的油,属于得不偿失之举,恐怕也很难持续。靠文字游戏玩不出竞争力,各大运营商要明白这一点。 据《大河报》

叫停网贷“先予仲裁”
是合理纠偏

通过“先予仲裁”模式做出的网贷纠纷仲裁裁决是否合法,一度引发激烈争议。日前,最高法就此作出批复:网络借贷合同当事人申请执行仲裁机构在纠纷发生前作出的仲裁裁决或者调解书的,人民法院应裁定不予受理;已经受理的,裁定驳回执行申请。

从法理上讲,无纠纷则无仲裁,“先予仲裁”在借款时就给定了仲裁书,显然有违仲裁制度的设计初衷;从权益对等角度来看,网贷双方是平等当事人,借款人有申辩权,“先予仲裁”相当于排除了借款人的权利。

正因为这一“创新”有过度偏向之嫌,所以迅速得到网贷公司的呼应。有地方短短一年间就办结了159万多个“网络仲裁”案件,其业务收入想必也非常可观。所以,任何创新都不能偏离法理要求,更不能随便为某些商业模式大开方便之门。 据《新快报》