

广州新政明确聚合打车服务商为“电商平台”

应建立首问负责制度,不得参与驾驶员管理

6月30日,广州市交通运输局发布《关于进一步规范网络预约出租汽车聚合服务经营行为的通知》(以下简称《通知》),认定网约车聚合平台经营者系电商平台,明确了聚合服务经营者及网约车经营者的权利和义务,也为监管执法提供法律指引,为下一步行业立法做政策储备。

■新快报记者 郑志辉

根据《通知》定义,网约车聚合服务经营者是指依托具有技术和用户流量的互联网平台,为网约车企业、驾驶员、乘客提供网约车线上服务,与平台内网约车企业共同提供网约车服务的电商平台,如高德打车、百度打车、携程用车、美团打车、腾讯出行等。

使用聚合平台打车已经成为一种普遍的出行方式,聚合平台在网约车行业的重要性、影响力越来越大。数据显示,今年5月,全国网约车行业月度订单总量为7.35亿单,其中聚合打车平台单量为2.10亿单。

截至目前,广州共有网约车聚合服务平台17家,日订单量占比越来越大。聚合服务经营在网约车行业的重要性的影响力越来越大,但出现的问题也越来越多。

在实际经营中,部分聚合服务经营者为了逃避监管,变相从事网约车营运,将大量未办理许可的网约车车辆、驾驶员纳入平台内小网约车企业名下经营,发生司机纠纷、司乘纠纷后将责任全部推给小网约车企业,难以保障驾驶员及乘客的合法权益。

在广州市交通运输局最新发布《通知》中,不仅新兴的聚合平台被认定为电

商平台,还进一步明确了聚合平台和网约车平台的责任和权利,要求聚合平台不得干预网约车平台公司价格行为,不得直接参与车辆调度及驾驶员管理,要维护公平竞争的市场秩序。

为了加强网约车驾驶员权益保障,《通知》规定,聚合平台应当会同平台内网约车企业,落实交通运输新业态平台企业抽成“阳光行动”要求,主动公开计价规则,合理设定并公开抽成比例上限,在驾驶员端实时显示每笔订单抽成比例。

在保障乘客权益上,《通知》规定,聚合平台应当依法建立健全咨询服务和投诉处理的首问负责制度。乘客合法权益受到损害,且难以向平台内网约车企业进行追偿时,聚合平台应当积极协助乘客维护合法权益。

据记者了解,自今年4月交通运输部、工信部、公安部等五部门通知将网约车聚合平台定性为“匹配供需信息”的平台后,合肥、成都、济南等地先后将聚合平台界定为第三方平台,参考电商平台予以管理,而烟台、广州等地则更进一步,直接将聚合平台界定为电子商务平



台,属于电商平台经营者在交通运输领域的延伸。

中国社会科学院大学法学院副教授谭袁日前表示,将聚合平台认定为第三方电子商务平台公司,准确把握了聚合平台和网约车平台之间的角色及相应的法律责任区分,是监管的包容审慎和创新,也有利于网约车行业的规范健康持续发展。

“618”电商投诉报告: 票务平台受质疑 退款问题成“重灾区”

新快报讯 号称“史上投入最大”的2023年“618”年中大促已于日前落下帷幕,根据中消协近日发布的2023年“618”消费维权舆情分析报告显示,监测发现,今年“618”期间消费维权负面信息主要集中在网络购物、演出票务、权益规则等方面。

根据报告,监测期内,通过舆情监测系统共监测到“吐槽类”消费维权信息13698298条,占消费维权信息总量的13.88%。

监测发现,今年“618”期间消费维权负面信息主要集中在网络购物、演出票务、权益规则等方面。监测期内,共收集有关“演出票务”类负面信息1097844条,负面信息呈集中趋势,在6月13日出现峰值。

6月以来多地举办演唱会,“抢票”“退票”“黄牛”等词语频繁出现在网络舆情的吐槽声中,人们对于大麦网等相关票务平台的退票问题质疑不断,主办方、经纪公司、票务平台、消费者等多方之间的矛盾难以厘清。

中消协表示,本次监测期内,消费回暖态势明显,但网购、商演等消费场景中的舆情聚集,以及不同场景中规则与权益的互动博弈,说明相关经营主体在“促消费、提信心”方面仍然存在明显短板。

另据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”发布的《2023年“618”中国电子商务用户体验与投诉数据报告》显示,2023年“618”期间全国网络消费投诉十大问题类型分别为,退款问题(29.80%),与上月相比上升0.85%;商品质量(10.97%)、网络欺诈(7.31%)、售后服务(6.58%)、发货问题(6.40%)、虚假促销(6.22%)、霸王条款(6.22%)、网络售假(5.67%)、退换货难(4.02%)、货不对板(3.11%)。

从地理位置来看,“618”期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP3依次为:广东省(15.36%)、浙江省(7.50%)、山东省(7.13%)。

而从投诉涉及金额分析,“618”期间投诉金额分布主要集中在100-500元(26.51%)、1000-5000元(22.30%)、0-100元(14.63%)、500-1000元(10.05%)、5000-10000元(9.69%)、10000元以上(7.68%),其余为未选择金额的(9.14%)。(郑志辉)

新飞、PHIPNO 菲普诺等4批次超滤净水器抽检不合格

新快报讯 记者陈学东报道 针对消费者投诉、举报集中及质量问题较多的产品,近期上海市市场监管局集中组织力量对i百联、拼多多、天猫、京东、国美真快乐(APP)、苏宁易购、抖音商城和邮乐8家网络平台销售的25个品牌25批次超滤净水器进行了监督抽查。

经检测,有4批次不合格,不合格检出率为16.0%。检测项目涉及色度、浑浊度、臭和味、肉眼可见物、铅、镉、汞、六价铬、挥发酚类、额定总净水量、净水流量、特定物质净化效率等14项。本次抽查不合格项目是砷增加量、耗氧量2项。

一是砷增加量超标,有2批次。如上海圆迈贸易有限公司在京东销售的标称由深圳市欧蒙环保科技有限公司生产(或供货)的“DF钻芯”牌ZX-UF01型超滤净水器(型号规格:ZX-UF01),砷增加量实测为0.0123mg/L(标准值应≤0.005mg/L),与标准要求不符。该项目不合格,容易对人身健康造成危害。深圳市菲普诺生产的“PHIPNO 菲普诺”牌厨房净水器也存在砷增加量不合格的问题。

二是耗氧量不合格,有2批次。如上海圆迈贸易有限公司在京东销售的标称由宁波奇点健康科技有限公司生

产(或供货)的“新飞”牌XF-UF型超滤净水器(型号规格:XF-BU),耗氧量实测为5.79 mg/L(标准值应≤2mg/L),与标准要求不符。该项目不合格,水质容易受到微生物污染。

根据抽查结果,市场监管部门已责令相关经营者立即停止销售不合格产品,对库存产品、在售产品进行全面清理,按照相关法律法规的要求主动采取措施,保护消费者合法权益,并将生产、销售不合格产品的经营者移交所在地市场监管部门依法调查处理。同时,上海市市场监管部门提醒消费者在选购、使用超滤净水器时,应注意以下几点:

一、超滤净水器采用超滤膜,过滤精度为0.01微米,主要过滤铁锈、胶体、泥沙、悬浮物、大分子、余氯有机物等有害物质。一般这种产品不需要插电,家庭的水压一般都足够使机器运行,净化水的同时也能保留水中矿物质和微量元素。缺点是对去除水中化学污染物和水垢的效果没有RO反渗透净水器强,可能有一些离子不能有效过滤。

二、应仔细查看产品信息。产品包装上的标识标志是否有厂名厂址、商标、执行标准、技术参数、产品生产日期、配件生产日期、涉水产品卫生许可批件编号、认证标识、联系方式等信息。

三、应按时更换滤芯。滤芯是过滤器非常关键的部件,使用前应查看说明书,做到及时更换滤芯,避免因滤芯过度氧化或损坏使水质变差,起不到过滤效果。



一起了解更多
3C 前沿资讯