

广东高院在“3·15”国际消费者权益日前夕发布消费者权益司法保护典型案例明确：

直播带货中发布失实商品信息构成欺诈

羊城晚报记者 董柳 通讯员 吴静怡 孙欣

今天是“3·15”国际消费者权益日。昨日，广东省高级人民法院发布10宗消费者权益司法保护典型案例，内容包括发生在网络购物、教育培训、食品安全、医疗美容、汽车买卖、外出旅游等消费领域的合同纠纷与侵权纠纷。

其中的典型案例明确：网络直播带货中发布失实商品信息构成欺诈、旅游公司对因过失导致消费者受伤应承担赔偿责任、隐瞒重大事故记录销售二手车应承担惩罚性赔偿责任、电子投保不减轻保险人对免责条款的提示说明义务等。



网络直播带货中发布失实商品信息构成欺诈

在某店与某店铺信息网络买卖合同纠纷案中，2022年7月，申某在某店铺经营的某短视频平台账号“某福·黄金”直播过程中，下单购买5件足金金条吊坠，单价299元，总付款1495元。某店铺在直播画面中的商品详情页显示：商品标题“足金金条吊坠”，主材质“足金”，重量1克，款式“吊坠”。商品随附的“足金吊坠”检验结论证书上记载总质量“1.30g”。申某收到商品后，发现“足金金条吊坠”不足称，经送检测重量仅为0.29g。申某认为某店铺在直播带货过程中存在欺诈消费者行为，遂诉至

法院，请求判令某店铺退还货款并支付三倍赔偿款共5980元。广州互联网法院生效判决认为，申某收到的涉案足金吊坠重量仅为0.29g，明显少于直播过程发布的商品详情页上介绍的重量1克，更少于商品随附的检验结论证书上记载的总质量“1.30g”。某店铺在销售涉案商品过程中，存在故意告知申某虚假信息或隐瞒真实情况，诱使其作出错误意思表示购买涉案商品，即通过故意告知虚高的质量情况以诱导消费者决定购买商品的可能性，存在欺诈行为。故判决某店铺向申某退还货款并支付三倍赔偿款

共5980元，申某退还涉案商品。法院表示：随着网络直播行业的快速崛起，许多企业试水直播带货营销，直播带货逐渐成为了一种新型的大众消费模式。本案明确了销售者在直播带货过程中发布的商品信息与实际信息不符，诱使消费者作出错误意思表示购买商品的构成欺诈，依法应承担惩罚性赔偿责任；维护网络消费者合法权益，净化网络直播营销环境，促进直播带货行业健康发展。

一男子网上购买沙发 货未收到钱也退不了

羊城晚报记者 徐振天

近日，深圳的消费者彭先生向羊城晚报记者反映，其在淘宝平台网购沙发，如今二十多天过去了，物流发货单上的查单、售后电话一直联系不上，沙发没收到，钱也退不了。在协调过程中，淘宝平台客服告诉彭先生，已向物流企业核实到“买家已签收”，据此拒绝了彭先生的退款申请，同时平台方表示，将尝试为他申请平台保障100元红包。



彭先生网购沙发的网店展示图

网购沙发遭遇钱货两空

彭先生介绍，2月22日，他在淘宝酷比得品牌店下单购买了价格为1785元的沙发，当天18时许，后台的物流信息显示，包裹正在等待揽收。2月23日，他发现该订单的收货地址和电话是之前用的，随即以“拍错不喜欢”为由申请退款。“我在淘宝后台给客服发信息让他们处理退款申请，要求拦截物流，但店铺一直未同意退款申请。”

2月24日，彭先生申请了淘宝平台客服介入，处理过程中，卖家上传了一张物

流货物托运单的照片，单页显示，沙发的承运企业为齐力物流运输有限公司，托运日期为2月22日，不过，单页上的收货人联系电话并非彭先生下单时的电话。

据此，平台客服在线向彭先生反馈，其向物流企业核实到“买家已签收”，处理方案无法支持买家退款，此后订单关闭。按照平台客服的电话反馈：“已经联系过物流公司，电话地址都做了核对。”不过，当彭先生追问平台客服有没有核实清楚物流的签收时间、签收人以及是否有签收底

单等信息时，对方表示无法提供更多的信息。

“按照相关售后规则，要退款就要退货，但是收货地址并没有收到沙发。”记者留意到，彭先生该笔订单中填的收货地址是一家正在营业的理发店，他说：“之前住附近的时候，快递都寄到这里，和理发店的人也都相熟。”据介绍，该门店有全方位的监控，而且店内有七八个员工，他们都向彭先生证实没有见到沙发，没有人代其签收，也没有物流公司人员送货上门。

平台称只能补偿百元红包

为了了解物流详情，在沟通订单退款的过程中，彭先生多次拨打店铺提供的物流货物托运单上齐力物流运输有限公司的查单、售后电话，均未接通。3月14日，记者多次拨打该号码均提示“电话已停机”。

3月13日，记者联系上淘宝酷比得品牌店客服，对方查询彭先生交易截图中的收货电话、订单号，均表示无法查询到相关订单。记者留下彭先生的电话，对方

表示会主动联系彭先生处理。不过，截至发稿，彭先生称未收到品牌店客服来电。记者留意到，酷比得品牌店的网店经营者营业执照信息显示，网店背后的佛山市顺德区态仰家具商行成立于2022年5月。彭先生所购买的那款沙发的月销售量为4。

面对物流联系不上、店铺客服消极回应的情形，彭先生反复与淘宝平台客服进行沟通，不过，平台客服

反馈称：“给您带来不好的购物体验非常抱歉，目前无法给到更好的处理方案。考虑到您是优质会员，我们尝试为您申请平台保障100元红包，这也是我能给到的最优处理方案。”对此，彭先生表示无法接受。

经咨询，消费者委员会工作人员建议彭先生通过司法途径维护自身权益。目前，彭先生已准备好起诉材料，向深圳市福田区人民法院提请网上立案。

电商“一件代发”存风险 买卖双方都需擦亮眼睛

羊城晚报记者 徐振天 实习生 李可欣

在不同的电商平台购买两件同样的商品，收到货后发现发货地址和商品都是一模一样，但二者价格却相差百余元，这是近日广东一消费者在网购时遇到的情况。为什么来自于同一发货厂家的同一件商品，价格差别却这么大？记者了解到，该情况背后，存在网店卖家和供应商之间达成的一种叫做“一件代发”的商业模式，如今，该模式在主流电商平台飞速壮大，同一件商品可能在数百个店铺同时销售，消费者若想在其中挑选出最便宜优质的商品，需要花费比以往更多的时间和精力。



售前售后服务未必保障 代发产品价格差异较大

“零成本，坐在家就能赚钱。”这是一家“一件代发”电商服务机构打出的广告语。电商“一件代发”模式指的是网店商家从上游供应商处选择订购单品并上架，消费者在网店购买货品后，直接由供应商发货，网店商家在此过程中仅作为中间商存在，货品不需要过手，也不会有货物囤积的风险。

如今，这种模式已经在主流电商平台飞速壮大，一件商品可能在不同平台的数百个店铺同时销售，且同一件商品的价格差异较大。由于信息差的原因，若想在其中挑选出最便宜优质的商

品，消费者需要花费更多的时间和精力。

“一条裙子，电商网店卖148元，而货源平台上同款只卖30元，不仅展示图片相同，甚至连商品详情页介绍都是一模一样。”消费者李女士经常发现不同的电商网店销售同样的商品，为了求证商品的差别，她曾分别在两个平台购买了裙子做对比，发现两条裙子不仅质地、面料、颜色等方面一样，甚至吊牌显示两者都是由同一家工厂生产。

除了价格让人眼花缭乱，“一件代发”的售前售后服务也令人不踏实。在“一件代发”的商业模式中，虽然退货直接由货源平台进行管理，但售前售后沟通依然由网店商家负责，在这种情况下，若消费者的退货流程出现了问题，售后就未必处理好。

广东的一位消费者反映，曾经想在一家淘宝店铺购买女装，向客服咨询商品细节，但“客服只会重复宝贝详情页已有的内容，别的都一问三不知”。河南一位曾经做过“一件代发”的卖家表示：“有时候供货商会反映退货品因为被使用过等原因，所以拒绝退款，但买家又不乐意了，问题处理过程中沟通成本高，也很容易产生纠纷。”

“想在电商平台上持续赚钱不可能是花5分钟做个‘一件代发’就能实现的。”一位经营电商店铺十余年的从业人员向记者坦言，一件单品想要高销量，就要通过广告、搜索权重、直播等方式获得足够的曝光，而这每一样都要花钱。“无论是‘一件代发’还是传统的直销模式，运营环节一直是电商销售的核心，要做好需悉心钻研长期学习，不能只想着靠‘一件代发’实现一步登天。”

据公开报道，2022年5月，浙江台州一女子偶然加入某“卖货互助群”，根据群内“导师”提供的销售“秘籍”和指导，将一产品在淘宝上架。然而所售产品的品牌方很快就起诉称其店铺上大量使用品牌的注册商标进行宣传，侵犯了他们的注册商标专用权，法院最终判决该女子赔偿

品牌方经济损失及合理维权费用15000元，而她这一商品的销售总额为3800元。

“想在电商平台上持续赚钱不可能是花5分钟做个‘一件代发’就能实现的。”一位经营电商店铺十余年的从业人员向记者坦言，一件单品想要高销量，就要通过广告、搜索权重、直播等方式获得足够的曝光，而这每一样都要花钱。“无论是‘一件代发’还是传统的直销模式，运营环节一直是电商销售的核心，要做好需悉心钻研长期学习，不能只想着靠‘一件代发’实现一步登天。”

旅游公司对因过失导致消费者受伤应承担赔偿责任

在某店与某旅游公司等身体权、健康权纠纷案中，2021年10月，黄某在某旅游公司经营的某飞行乐园体验滑翔机飞行项目，因滑翔机降落时与停放在跑道内的摩托车和小轿车发生碰撞，黄某和滑翔机驾驶员均受伤，小轿车、滑翔机受损。经调查，事故发生的直接原因是某飞行乐园未按要求进行围蔽，场地存在重大安全隐患，导致工作人员未及时发现并阻止外来人员和车辆进入或停放跑道，间接原因是某旅游公司使用航空器从事经营活动未向当地体育行政主管部门申请登记，违规超范围经营等。黄某诉

至法院，请求判令某旅游公司、杨某等赔偿损失33.9万元。

阳江市江城区人民法院生效判决认为，黄某属于正常消费行为，不存在过错。某旅游公司和杨某等合作运营某飞行乐园滑翔机飞行项目，属于违规和超范围经营，且未按要求进行围蔽，存在重大过错。事发跑道周围竖立有“未经许可禁止进入”的警示标语，但摩托车使用人和小轿车车主仍违规停放，对事故发生也存在一定过错。故认定某旅游公司、杨某等应对事故承担70%责任，摩托车使用人和小轿车车主各承担15%责任。判决某旅游公司、杨某等

按其从事事故承担的责任比例赔偿22万元。

法院表示：近年来，一些消费者在旅游时选择体验更有刺激性、挑战性和危险性的项目，对项目运营方提出了严格的资质要求和安全保障义务。人民法院依法认定旅游公司违规营业且未尽安全保障义务，导致消费者受伤，应承担相应的赔偿责任；引导高危娱乐项目运营方依法取得政府主管部门批准，完善安全保障措施，维护消费者人身安全。

隐瞒重大事故记录销售二手车应承担惩罚性赔偿责任

在罗某与某汽车销售公司买卖合同纠纷案中，2019年3月，罗某与某汽车销售公司签订《二手车买卖合同》，约定某汽车销售公司向罗某出售车辆，车款为15万元。后罗某发现其购买的车辆曾于2018年11月发生事故并更换发动机支架、燃油箱等90多项配件，保险理赔6万元。罗某认为某汽车销售公司在双方交易前未告知完整出险记录和维修情况，已构成欺诈，遂诉至法院。

江门市中级人民法院生效判决认为，涉案车辆在2018年发生的事

故中更换配件较多、理赔金额较高，根据当地一般市场交易习惯、消费观念和消费水平，该事实将严重影响消费者对车辆性质、质量等问题的判断，属于消费者在决定是否购买涉案车辆时的重要考虑因素之一。某汽车销售公司在签订买卖合同前未完整、明确地向罗某告知前述事故及理赔情况，属于消极隐瞒事实的行为，已实际导致罗某在未能清楚知悉车辆真实情况的前提下作出违背其真实意思的决定，构成欺诈。由于罗某明确表示本案中不主张退还涉案车

辆，故判决不支持退还购车款，支持某汽车销售公司向罗某赔偿涉案车辆价款54.45万元。法院表示：经营者负有向消费者告知商品重要情况的积极义务。人民法院依法认定汽车销售公司隐瞒车辆重大事故和理赔情况，导致消费者错误购买车辆的构成欺诈，应承担三倍赔偿责任；对于震慑不法经营行为、保护消费者合法权益、规范汽车销售市场秩序起到积极作用。

电子投保不减轻保险人对免责条款的提示说明义务

在谢某与某保险公司财产保险合同纠纷案中，2021年8月，谢某在某保险公司投保了机动车损失险，其在保险期限内驾驶被保险车辆发生连环碰撞，造成车辆损坏的道路交通事故。谢某委托鉴定机构对其车辆损失价格进行评估，并依据鉴定意见书向保险公司申请理赔。保险公司不认可鉴定意见书，并主张保单特别约定“承保车辆出险时需按照市场拆车件金额赔付配件损失”，故维修费应按照保险公司核定的损失金额来确定。谢某认为其使用手机自助投保，从未接触过保险合同，也未向保险公司工作人员向其提示说明特别约定的条款内容，保险公司无权按照市场拆车件金额定损，遂诉至法院，请求

判令某保险公司赔偿车辆维修费等共5.9万元。

佛山市禅城区人民法院生效判决认为，谢某委托的第三方鉴定机构出具的鉴定意见相比保险公司作出的定损结论，更具有客观中立性，且保险公司未进行实物查勘，未提供其他充分有效的证据以反驳鉴定意见，故鉴定意见应予采纳。保单特别约定载明“车辆配件按市场拆车件金额赔付”，其实质为减轻保险人赔偿责任的格式免责条款，依法应进行提示说明才产生法律效力。涉案保险合同系谢某通过电子渠道自助订立，未与保险人人员有过任何接触，保险公司未能充分证明其通过电话、网页、音视频等形式对减轻其责任的条款向谢某进行提示及说明，

应认定上述条款对谢某不发生法律效力。故判决保险公司按照鉴定机构评估的损失价格向谢某赔付保险金5.9万元。

法院表示：随着互联网科技的快速发展，电子投保成为保险合同订立的重要方式，保险人采用新技术提高投保便捷性、降低运营成本的同时，也存在未履行提示说明义务、侵害消费者知情权的更大风险。本案依法认定保险公司对责任免除条款未履行提示说明义务，判令其向消费者理赔；对于规范保险人在电子投保过程中合理设计投保流程，注重履行提示说明义务等具有积极意义。

涉侵权被判赔1.5万元 女子“一件代发”售货

在国内某头部电商货源平台上，人们轻而易举就能获得官方的“一件代发保姆级攻略”。注册网店后，卖家在货源平台点击“一键铺货”，所选货品就会直接到所选平台网店上架，若有消费者下单，供货商就会直接发货到消费者手里。

记者尝试进行操作，发现仅需利用手机，从开店、铺货到发货、售后，整个过程中只要轻点几个按钮就能完成操作，并且最多可支持十几个国内外主流电商平台，几乎没有任何操作门槛。在这个过程中，卖家需要费功夫的部分只有商品

品。从消费投诉性质看，售后服务类投诉最多，约10万件，占比55.8%，主要涉及质量问题和合同问题。

从消费投诉热点看，2022年消费投诉的高频词是电信服务、预付式消费、商品房交易、个人信息保护和未成年人消费。

对此，广州市消委会积极建言献策，强化企业约谈，去年约谈企业15次，涉及企业20多家，有效推动涉及不公平格式条款、网购服务、电信运营商服务等方面的纠纷化解。

广州市消委会：去年受理消费者投诉近18万件 为消费者挽回经济损失近亿元

羊城晚报讯 记者马灿、通讯员穗消宣报道：3月14日，记者从广州市消费者委员会通报会上获悉，该会2022年共受理消费者投诉和咨询19万余件。其中，受理消费者投诉17.93万件，同比上升5.6%，为消费者挽回经济损失

9758.37万元。从消费投诉类别看，商品类投诉量为8.75万件，占总投诉量的48.8%，同比上升11%；居前三位的分别是日用商品类、服装鞋帽类、家用电器类。