

聚焦“大数据杀熟”等热点问题

《消费者权益保护法实施条例》今日起实施

■ 劳动报记者 陆燕婷

7月1日,《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(简称《实施条例》)正式实施。

华东政法大学经济法学院副院长、教授、博士生导师王东光为劳动报记者解读指出,《实施条例》就当下社会广泛关注的预付式消费、网络直播带货、大数据杀熟等典型的侵犯消费者权益的行为进行了有针对性的规定,对落实《消费者权益保护法》的相关规定、切实保护消费者权益具有重要意义。

针对预付式消费 强化了经营者义务

预付式消费是指在零售、住宿、餐饮、健身、出行、理发、美容、教育培训等生活消费领域,经营者收取预付款后多次或者持续向消费者兑付商品或者提供服务的交易方式。然而随着预付式消费覆盖领域越来越广,一些损害消费者权益的现象时有发生,例如“卷款跑路”“套路营销”等。

近日,中消协发布“预付消费需谨慎”相关消费提醒时指出,7月1日起实施的《实施条例》,针对预付式消费的问题,

强化了消费活动中的经营者义务。

业内解读指出,《实施条例》从设立“书面合同”义务,强化“按约履行”义务、明确“事中告知”义务等三个方面进一步强化了经营者的义务。

值得一提的是,《实施条例》增加了“经营者出现重大经营风险停止收取预付款”的要求和“经营者决定停业或者迁移服务场所”的提前告知义务。

针对商家“失联跑路”问题,《实施条例》要求经营者出现重大经营风险,有可能影响经营者按照合同约定或者交易习惯正常提供商品的,应当停止收取预付款。同时,当经营者决定停业或者迁移服务场所的,应当提前告知消费者,并根据《实施条例》第二十一条的要求,提前30日在其经营场所、网站、网店首页等的醒目位置公告经营者的有效联系方式等信息;在此情形下,消费者依照国家有关规定或者合同约定,有权要求经营者继续履行提供商品或者服务的义务,或者要求退还未消费的预付款余额。

直播营销平台应健全 消费者权益保护制度

据国家市场监督管理总局

统计,近五年,直播电商市场规模增长10.5倍,直播带货投诉举报量逐年上升,同时投诉举报的增幅高达47.1倍。如此大的投诉量背后,是直播带货存在的一些共性问题,如购买的商品为“三无”产品、货不对板、退换货困难等。

针对直播带货的问题,《实施条例》规定,经营者应当在其经营场所的显著位置标明其真实名称和标记。经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的,应当在其首页、视频画面、语音、商品目录等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。由其他经营者实际提供商品或者服务的,还应当向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。

《实施条例》还规定,经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的,应当依法履行消费者权益保护相关义务。直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,明确消费争议解决机制。发生消费争议的,直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。

针对网友吐槽被“大数据杀熟”“区别对待”的问题,《实施条例》明确,经营者应当采用通俗易懂的方式,真实、全面地向消费者提供商品或者服务相关信息,不得虚构交易信息、经营数据,不得以篡改、伪造、隐匿用户评价等方式,欺骗、误导消费者。经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

王东光指出,预付式消费、直播带货以及经营者对于大数据的应用本身都是正常的商业模式或经营方式,但一旦未有效规制而被滥用就会侵害消费者的正当权益,一切商业创新都必须在法律的框架下进行。

不得以“免费提供” 或者“赠品”为由免责

围绕落实经营者主体责任,《实施条例》还对消费者权益保护法规定的经营者各项义务进行了细化。

针对赠品和试用装瑕疵问题,《实施条例》规定经营者免费提供的商品和服务同样要承担安全保障义务和瑕疵担保责任。也就是说,免费商品或服务应当符合保障人身和财产安全的要求,这意味着经营者不得

以“免费提供”或者“赠品”为由免责。

《实施条例》结合常见的市场经营实践,进一步明确了“免费提供”包括奖励、赠送、试用等形式,并重点新增了存在瑕疵的免费商品或服务的合规要求,应当不违反法律强制性规定;不影响正常使用性能;并充分履行告知义务,事先如实告知消费者。

未经消费者同意 不得拨打商业性电话

围绕真实披露信息,《实施条例》还列举了虚假宣传的常见情形,并规定了经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传,虚构或者夸大商品或者服务的疗效、保健、养生等功效。

此外,未经消费者同意,经营者不得向消费者发送商业性信息或者拨打商业性电话。消费者同意接收商业性信息或者商业性电话的,经营者应当提供明确、便捷的取消方式。消费者选择取消的,经营者应当立即停止发送商业性信息或者拨打商业性电话。

通过一系列更清晰的合规指引和更明确的法律责任,让市场更加有序、让经营更加规范,减少消费侵权。



用美食连接世界

环球美食节·外滩环球美食市集启幕

本报讯(劳动报记者 陆燕婷 摄影 贡俊祺)在上海,品全国,赏全球!近日,2024上海环球美食节·外滩环球美食市集暨开街仪式亮相BFC外滩枫径,汇聚全球20多个国家及地区超90家中外餐饮、美食天团“联赛”,地标餐厅、中外名厨竞放异彩,为“上海之夏”国际消费季预热。

为彰显“在上海,品全国,赏全球”活动主题,环球美食集市上邀请了2024黑珍珠餐厅指南上榜餐厅、必吃榜餐厅和特色中

餐品牌。市集现场,上海市市场监管局还设置了“你点我检”专属服务区,市、区、所市场监管部门三级联动,邀请消费者线上线下“点选”希望抽检的食品品种、检验项目、抽样场所等意见建议,开展专家解读、食安科普、快速检测、法制宣传,“点”出群众关注,“检”出百姓放心,架起市场监管部门与社会公众之间的沟通桥梁,切实守护“上海味道”。

图为美食市集暨开街仪式现场。

上海研发新一代可吸收支架

血栓发生率降至0.34%

本报讯(劳动报记者 叶赞)6月29日,由总部位于上海张江的科技企业微创医疗研发的新一代生物可吸收心脏支架“Firesorb”(火鸮)通过国家药品监督管理局(NMPA)的注册评审,即将获证,正式宣告全球最新一代生物可吸收心脏支架在上海研发成功。

植入心脏支架进行介入治疗是目前治疗冠心病最有效的方法,但传统金属支架会永久存留在体内,从而产生一系列副作用。本世纪初开始,短期内可支撑病变血管、长期可在体内被完全降解的生物可吸收支架成为各国研发团队争相攻关的“科技高地”。

研究显示,支架壁过厚、载药量过高两大因素导致早期一代可吸收支架大多存在临床血栓率较高的风险。

微创集团自2009年启动可吸收支架研发,从攻克底层技术着手直面“血栓难题”。基于“薄壁技术”,火鸮支架成为目前首款厚度可降至与金属支架同级且保持同等强度的靶向可吸收支架,并通过全尺寸病变覆盖解决了可吸收支架在小血管病变区的可及性难题。

与此同时,火鸮支架利用微创独有“靶向洗脱”技术,配合精密微量点喷控制系统实现药物精准定位涂敷,使其有效载药量降至普遍载药量的四分之一而实现同样药效。

据介绍,微创集团针对火鸮支架开展了长达五年随访的大规模临床研究,共纳入1468例患者。临床结果证明,火鸮支架可使患者病变血管恢复如初,完全降解为水和二氧化碳,血栓发生率

仅为0.34%。

中国工程院院士、中国医学科学院阜外医院教授高润霖表示,影像随访观察显示火鸮支架术后一年内膜覆盖率高达99.3%,术后如期基本消失,病变血管恢复到自然无拘禁状态,表明其可在人体内完全降解为水和二氧化碳,实现“介入无植入”。

微创首席技术官张劭博士表示,微创在火鸮支架研发过程中构建了整套生物可吸收材料和器械全流程评价与质控体系,意味着中国在生物可吸收支架这一尖端领域已处于全球领先水平,并形成了具有完全自主知识产权的技术壁垒。依托这一平台衍生出的技术,未来有望应用于脑梗、外周血管狭窄、骨创伤等其他领域,为更多患者提供国际领先的治疗方案。