

《电子商务法》正式实施

四个关键词教你如何消费维权



《电子商务法》2019年1月1日起正式实施,从此,电商活动有了新的法律进行规范。

为了及时宣传、普及《电子商务法》,以下结合消费者的日常消费,列出与消费者开展电商消费关系最为密切的4个关键词以及相关法律条款,并对有关条款进行解析,以帮助消费者更好地使用这部法律,维护自己的合法权益。

关键词1

微商

情境:

小琪发现,自己的微信朋友圈里有不少朋友做起了微商,她也买了几次面膜之类的产品,有的产品感觉质量不错,有的却很糟糕。而她希望退货退款时,却遭遇了不少麻烦,卖家总是以各种理由推脱。为此,小琪甚至和一些老同学翻了脸。

随着《电子商务法》的实施,微商也将和其他电商一样,被纳入法律监管,小琪再在朋友圈里消费,就会放心很多。

法条:

【第九条第一款】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。

解析:

该条款列举了几种电商形式和定义范围,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。既包括传统的电商形式,也用了一个比较开放的概念将其他电商形式囊括其中,包括新兴的微商以及直播等形式。值得注意的是,社交网络工具不同于电商平台,有人利用社交媒体进行交易洽谈不能改变社交媒体本身的媒体属性,但如果社交媒体开放商家入驻功能,允许经营者稳定地开展经营活动,成为平台内经营者,就变成电商属性,要受《电子商务法》约束。

关键词3

押金

情境:

小李为了使用某品牌的共享单车服务支付了100元押金,但近期他不想再使用这款共享单车,便想退还押金。然而押金容易退钱难,不仅要提供详细的个人信息,还要经历很长的等待,小李等了一个多月也没见到退回的押金。他在朋友圈感慨称,“我排过最长的队就是退押金的队”。

近年来,诸如共享单车等共享经济发展中出现的押金难退问题,在《电子商务法》中也有相关规定。随着《电子商务法》的实施,押金问题也将得到规范。

法条:

【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。

解析:

第二十一条规定了经营者不仅要建立公平合理的退款规则、设置便捷的退还程序,更应当在消费者签订合同或收取押金时明示相关的规则、方式和程序。“不得对押金退还设置不合理条件”,是指电子商务经营者在押金退还规则和程序中,应当设定明确、具体、可行的退款规则和条件,不得预设不合理的障碍或变相阻碍消费者退款。而“及时退还”则指法律有规定时按照法律规定退款。

法律没有强制性规定时,应按照约定退款。在约定退款条件外,如经营者作出更有利于消费者的承诺,则按照其承诺退款。

关键词2

大数据定向推荐

情境:

小白发现,自己的手机越来越“知心”了,打开浏览器或者电商App,总是会出现自己最近想买的商品的推荐或者相关信息。后来她从朋友处得知,这是电商平台在做大数据采集,她搜索过什么商品,系统就会记录下她的爱好、需求,然后自动匹配,为她推荐相关的商品。

随着技术的发展,互联网企业采用这种数据采集方式收集消费者喜好,进行定向的信息推送,电商也是如此。这种定向推荐信息的行为在《电子商务法》实施后将得到规范。

法条:

【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。

解析:

基于大数据采集、画像而来的精准定向信息投放,虽然也方便了消费者,但在一定程度上侵犯了消费者的知情权和选择权。所以《电子商务法》要求电商经营者在提供搜索结果时,必须同时提供不针对个人特征的搜索结果,以保障消费者的知情权与选择权。要求遵守《广告法》有关规定,主要是指未经过当事人同意不得向其住宅、交通工具发送电子广告,也不能以电子信息形式发送广告。以电子信息方式发送广告,要明示发送者的真实身份和联系方式,并向接收者提供拒绝继续接收的方式。利用互联网发送广告不得妨碍用户正常使用网络,在互联网页面以弹出形式发布的广告要有显著的关闭标志,确保一键关闭。

关键词4

个人信息

情境:

李先生在某电商网站上下单购物后,有人以商家的名义,准确说出了他的姓名、订单编号、购买商品名称、购买时间、付款金额、收货人姓名及收货地址等订单详细信息,还诱导他进行其他消费活动。李先生在线联系商家客服,对方表示他们从未开展过此类业务,李先生可能遭遇了诈骗,但对于诈骗分子是如何得到李先生的消费信息一事闭口不谈。

《电子商务法》实施后,电子商务经营者收集使用用户信息将得到进一步规范。

法条:

【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。

解析:

我国个人信息保护立法散见于《刑法》《网络安全法》《民法总则》《消费者权益保护法》《居民身份证法》《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》等法律法规中,电子商务经营者在收集和使用其用户的个人信息时,应遵守上述法律法规的规定。《电子商务法》第二十四条赋予了信息主体查询权、更正补充请求权和删除权,以保证电子商务交易信息完整、正确。(董雅婷 任震宇)