

# 网购拒退货、付款后翻脸不给打折……

## 针对网络消费那些“坑”，最高法发布典型案例维护消费者权益

七天无理由退货被拒、承诺的优惠说没就没、演唱会门票无条件退票受阻……网络消费方便快捷，也暗藏不少令人防不胜防的“坑”。最高人民法院16日发布5件网络消费民事典型案例，警示商家诚信经营，依法维护消费者合法权益。



### 案例1

#### 承诺“假一赔十”

“货不对板”应不应该依约履行？

张某某系某网络店铺的经营者。在某次直播营销中，该店铺的主播人员将黄檀木类的黑酸枝木（系小叶紫檀）制作的手串宣称为正宗小叶紫檀材质制作，并承诺“保真”“假一赔十”。侯某观看该直播后购买手串1件，支付价款1千元。侯某收到手串后发现不是小叶紫檀材质，诉至法院，请求判令张某某赔偿十倍价款1万元。

审理法院认为，张某某网络店铺的主播人员在直播营销中宣称所售手串系小叶紫檀，并明确承诺“保真”“假一赔十”，上述承诺构成其与侯某买卖合同的内容，该内容对张某某具有约束力。张某某交付给侯某的手串并非小叶紫檀，而是属于黄檀木类的黑酸枝木，即大叶紫檀。张某某交付给侯某的手串不符合约定，而木质首饰的原材料对其价值具有重要影响。“假一赔十”的承诺虽高于法定赔偿标准，但张某某应当履行。

在直播营销中，消费者对商品的了解和判断，很大程度上依赖于主播介绍的内容。经营者的主播人员向消费者作出高于法定标准赔偿承诺，容易增强消费者对商品品质的信赖，影响其消费决策，促使消费者消费。当商品品质与承诺不符时，应予赔偿。本案判决有利于制裁消费欺诈行为，通过充分保护个体消费者权益，营造良好的网络消费环境。

### 案例2

#### 网购“七天无理由退货”说不支持就不支持？

胡某在网上买了一款女士手提包，购买时店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收货后于七日内申请无理由退货，被店家韩某拒绝。胡某诉至法院，请求判令韩某承担退货退款责任。

审理法院认为，虽然韩某在商品详情标注了不支持七日无理由退货，但并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由，也未举证证明适用七日无理由

退货会导致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。最终判决韩某退还货款，同时胡某退还该手提包。

这个案子也提醒商家，虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货，但不得任意扩大范围，让消费者“敢消费”“愿消费”“放心消费”。

### 案例3

#### 付款后翻脸不给打折“限时优惠”谁说了算？

一起案例中，某家具公司开展床垫促销，规则为某日20时开始付定金，前50名付定金者享受半价优惠。但实际上，该公司当日19时33分就开始接受定金支付。

张某于19时40分支付定金100元，同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠，张某便支付了订单尾款。然而，公司此后公示的优惠名单中并无张某，并称张某未在活动时间内下单，不符合优惠条件。

法院对此认为，张某支付定金后即告知客服人员，客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则，并表示张某有机会享受优惠。若客服人员在张某告知时即指出其付定金不符合规则，张某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金，进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为，应承担相应责任。法院判决，公司返还张某一半价款。

### 案例4

#### 网购演唱会门票说好的无条件退票却只限退一张？

方某在某票务平台同时在线购买2

张演唱会门票，购票页面说明：购票后48小时内可办理无条件退票。在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次退票权益，在产生一次退票后，如再次购买同场次演出票，将不能退票。

因行程有变，方某向平台申请退票，其中一张退票成功，另一张却拒绝退票。经方某多次请求，该平台仅向方某退还第二张票款的80%。

法院认为，案涉门票并非方某退票后再次购买，平台不能依据上述条款拒绝向方某全额退还票款。对于退票规则，应作出更有利于方某的解释。法院判决，平台向方某退还剩余的20%票款。

该案提醒经营者，在拟定演唱会门票等票证的退票规则时，应当清晰明确，防止出现歧义。当经营者拟定的退票规则有多种解释时，应当作出有利于消费者的解释，充分保障消费者的知情权和自主选择权。

同时，典型案例还涉及直播营销中的经营者欺诈行为、网络服务提供者过度收集个人信息等。最高法表示，人民法院将稳妥探索、认真总结网络消费变化趋势和规律，以法治思维和法治方式支持拓展网络消费，为高质量发展提供有力司法保障。

### 案例5

#### 自动勾选同意隐私政策算不算侵害用户信息权益？

某公司系某词典APP的开发者和运营者。马某下载后使用该APP时，系统提示用户需阅读隐私政策。隐私政策中载明需要收集电话号码等个人信息。若用户未在未实际阅读的情况下点击手机屏幕其他位置，该提示内容即消失并自动勾选“已阅读并同意隐私政策”选项，

且勾选后没有撤回同意的途径。若用户点击拒绝，则该APP自动退出，不向用户提供任何服务。马某认为，该APP强迫或者变相强迫自己接受隐私政策，收集手机号等属于过度收集个人信息，构成对自己个人信息权益的侵害，故诉至法院，请求判令某公司停止侵害、赔礼道歉并赔偿维权合理开支等。

审理法院认为，网络服务提供者应基于个人同意处理个人信息，其预先拟定的有关个人信息收集和使用的协议应使个人充分知情，并自愿、明确作出同意。该APP的基本功能为词汇查询，用户的手机号码并非使用词汇查询功能所必需的信息，故某公司存在过度收集用户信息的行为。该APP自动为用户勾选同意隐私政策，未依法保障用户在充分知情情况下自主作出同意；其在用户拒绝同意隐私政策的情况下直接退出，不提供查词服务，属于拒绝提供基本服务；其未向用户提供便捷的撤回同意的方式。某公司的上述行为构成对马某个人信息权益的侵害。

网络服务提供者通常预先拟定协议，载明其收集使用个人信息的范围、方式等。实践中，有的网络服务提供者对影响消费者个人信息权益的重要内容采取自动勾选同意的方式，或者在提供服务时收集与服务内容无关的信息，侵犯了消费者的个人信息权益。本案中，人民法院认定网络服务提供者自动为用户勾选同意隐私政策、过度收集消费者个人信息的，应承担侵权责任，就是对侵害个人信息权益的行为说“不”。司法裁判警示网络服务提供者收集、使用消费者个人信息时应坚持合理且必要，避免过度收集信息而对消费者造成次生的不良影响，体现了充分保护消费者的司法立场。

本版文图据新华社、央视新闻