

微信营销投诉多 “熟人交易”须监管

■ 王美莹 报道

悄然间,微信营销开始成为新的投诉点。根据2014年消费投诉情况报告的相关数据,苏州市工商局第一季度受理微信“点赞”营销投诉及咨询共55件,南京市工商局2014年接受微信营销类投诉119件。投诉主要针对消费者点赞、转发、关注和购买朋友圈商品后,经营者承诺可以获赠或抽奖,事后以各种理由不兑现;购买朋友圈里的商品有质量问题,退换货难。

3·15消费者权益保护日当天,微信团队公布了《微信朋友圈使用规范》,该规范主要针对微信朋友圈内容规范、行为规范、数据使用规范、支付规范等内容,但对投诉日益增多的微信营销,这个规范尚未涉及。

熟人交易能否得到新消法保护

“我在朋友圈买过3次东西,基本上都是与半熟不熟的朋友交易。”居住在北京的黏黏(化名)女士说。在最后一次朋友圈购物中,黏黏买了一件羽绒服,朋友承诺说可以退换,但黏黏退货时,朋友却说从厂家提货已满一个月,厂家不同意退货,让黏黏联系负责进货的人。没想到在争论过程中,负责进货的人各种难听话“不绝于口”。这场售后纠纷最终没有得到解决。在日渐红火的微商中,这样的纠纷日渐增多。

南京市消协副秘书长曹伟曾表示,微信朋友圈中购买商品“是朋友间的商品交易行为,建立在朋友相互诚信的基础上”,从严格意义上讲,交易的双方不属于传统意义上的消费者和经营者,“熟人交易”不适用新《消费者权益保护法》(以下简称新消法)中如“七日无理由退货”等保护消费者的相关条例。朋友圈卖家不是经营者,所以朋友圈购物



不受新消法保护?浙江泽大律师事务所律师乔万里则表示,在一定条件下可以把朋友圈卖家认定为经营者。在乔万里看来,微信里的朋友圈是一种“广义的朋友圈”,大部分朋友并不熟识。“法院可以认定朋友圈卖家为经营者。”乔万里说,微信只是一个工具,朋友圈也只是一个平台。商家只是借助它们从事交易活动。在北京市新评律师事务所律师张韬看来,朋友圈一般面向的客户都是熟人,应定义为“熟人经济”或者“熟人营销”。受众,或者说客户是有限的。微商面向一个特定圈子,一般以自己熟识的为主。“但是因为商品是全新的,不是闲置转让的。我认为朋友圈卖家属于合同法、新消法当中的经营者。”张韬表示。

朋友圈不是法外之地

张韬告诉记者,曾有维权平台的消费者向

他咨询,消费者在朋友圈上买了东西,付款之后却再也联系不上卖家。后来发现,原来卖家把消费者从好友名单中删除了,消费者在好友通讯录里找不到卖家,也忘记自己是通过何种渠道添加卖家为好友。卖家留下的电话也打不通,只剩一个汇款的银行卡号。

在张韬看来,如果该卖家的银行卡是用假冒身份证办理的,这种维权就很困难了。消费者基本上不知道被告的信息,起诉送达不成。“几乎就是起诉无门了。”

中国电子商务研究中心网购与维权专家姚建芳一直在关注电子商务中的交易纠纷,在她看来,微信平台默许朋友圈交易这种情况的存在,目前处于“睁一只眼,闭一只眼”的状态。未来继续发展的话,消费者的侵权问题会越来越严重,消费者利益损失可能增大。

由于有别于传统的商业经营,微商的法律界定始终不太明朗。但在张韬看来,只要是经营行为,就要受到国家有关法律规范。个人交易时按理是要

提供卖家的个人信息,否则第三方平台要承担相应责任。不过,接下来的问题是,“微信不算是第三方交易平台,只是一个沟通工具。”

张韬表示,在一些买卖行为中,特定的主体如果不能算作经营者和消费者的关系,还可以适用合同法,买卖合同关系同样受到法律保护。但是新消法对于消费者保护力度更大。

张韬说,微信营销确实让一些不法分子看到了赚钱机会。他们以低价、发布优惠广告等方式,引诱买家购物。朋友圈营销缺少相关强制性的规定,应要求朋友圈卖家提供相应的身份信息。张韬表示,朋友圈购物消费者不知道卖家身份,信息不对称。“消费者应主动要求卖家提供身份信息,建立自我保护的机制。”

律师乔万里认为,2013年开始,微信只能用手机注册,微商逐渐接近实名。“传统的消费如何维权,朋友圈消费就应该如何维权,不能因为增加了一个工具而变化。”乔万里说,如果朋友圈购物时消费者遇到违约、侵权的情况,可以通过消协、工商局进行协调处理。如果知道真实、准确的商品生产商,也可以找生产商维权。

微信营销的监管一直缺位

对电子商务发展中出现的消费纠纷,相关部门也一直在关注。

2013年12月7日,全国人大常委会正式启动了《电子商务法》的立法。2014年3月15日,国家工商行政管理总局颁布的《网络交易管理办法》正式施行。

但到目前为止,相关法律对微商依然缺少规范。张韬表示,上述办法管理的还是电子商务交易平台,并不适用于朋友圈交易。“各种聊天软件只是利用即时通讯工具,微信营销只是一种交易手段,不改变社交平台的属性。”

专业营销平台有卖家、买家和中间方,可以显示下单,可以看见动态库存量。电子商务平台上出示的卖家信息,如果是企业就可以看见企业的全称。但微信并不属于这种电商交易平台。

在姚建芳看来,现在没有针对微信营销的监管措施,这是一个比较大的漏洞。虽然现在没有明确的法律监管,希望平台方可以加以监管,进行包括信息发布方面的一些审核,对于发布销售信息的个人或商家的资质审核,以确保消费者权益不被侵害。

最近,微信在规范朋友圈售假行为方面也有所行动。

3月18日,微信针对首批售假账号进行了公示,共有93个冒名侵权的公众账号和233个售假个人账号被封停。根据微信安全中心公布的品牌维权流程,微信处理了首批由路易·威登、阿迪达斯、厉峰投诉并举证为售假的账号。由于侵权、售假属违法行为,由品牌方举证为侵权、售假并投诉的账号,微信将予以关闭处理(永久封停)。

微信相关负责人表示,售卖假货、售卖违法违禁物品、售卖品牌侵权商品、非法分销等都是违反相关法律和微信用户协议的行为,是违法违规行。微信会联合权益人进行坚决打击。

按照这位负责人的说法,微信将在4月份同步上线品牌维权平台及商标权利人申请接入入口,帮助品牌商维权,同时也帮助消费者鉴别商品真伪。

“从目前来看,对微信营销的监管还不够。因为它是一个新出现的事物,目前的法律跟不上发展的节奏。之后还会有很多新的问题出现,立法过程也会慢慢完善。”姚建芳认为,微信营销继续发展,像电商一样形成一个单独的体系之后,相应的监管肯定会跟上。包括用户的反馈,平台的反馈,综合性的问题反馈之后,才能对微信营销进行一定的监管。

直击殡葬业暴利调查：一个骨灰盒，养了多少人？

■ 周蕊 报道

清明又至,处处哀思。审视殡葬行业,无疑更添“死不起”的蚀骨之愁。

“一条龙”打包屡禁不止,殡葬服务十倍暴利已成行规,墓地利润超地产,以墓养守……被称为“白色暴利”的殡葬业,究竟有着多少玄机?

“一条龙”“坟地产”——多少暴利“刀俎”

逝者体温尚存,消息灵通的殡葬“一条龙”已经上门来谈生意了,这是不少操办过丧事的居民的实际感受。

然而,看似贴心的“一条龙”提供的打包报价其实比单独购买贵上少则数千元,多则数万元。一位从业多年的殡葬代理行业内人士告诉记者,对于殡葬行业而言,丧家的信源十分重要。正规的信源包括进入医院太平间的殡葬服务公司、殡葬代理专员等,“灰色”的信源则包括医院护工、120随车人员等,在业内,这些“灰色”信源更为重要和稀缺,“信息费高的能过千”,这笔高昂的“信息费”最终被转嫁到“一条龙”服务的报价里。

即使不选择“一条龙”服务,家属遭遇的暴利环节也避无可避:同一款式寿衣,不同店家报价相差3000元,销售价格是出厂价的10倍到20倍;在陕西户县等地,由于部分基层医院向外承包太平间,还引发了天价停尸费的质疑。

同样价格高昂,墓园销售却颇“淡定”。业内人士告诉记者,一些墓园开发企业早年就在大城市周边大量“囤地”,随着城市的开发和规划的改变以及地价的高涨,想要获得用于墓园的土地难度成倍增加,这就给新墓园的进入和开发带来的困难。

事实上,随着过去的十几年间土地价格暴涨,一些早年成功“囤地”的企业墓园成本中的土地成本已经非常低。

居高不下墓地价格还为“坟地产”利润撑起惊人空间。以上海福寿园青浦园为例,1平方米不到的平板墓地价格达到7万元至8万元,每平方米单价是区内新开楼盘价格的数倍之多。

调查显示,在北京,即使到通州、昌平等远郊区,普通的成品墓“市场最低价”也基本维持在3万元左右,隔着一条潮白河的北京墓地是临近河北墓地的三倍,一些市民不得不接受“活在北京、葬在河北”,选择到河北等地买墓,由此形成了一条“环北京公墓带”。

25日发布的《殡葬绿皮书(2014-2015)》指出,北京市区居民中等殡葬消费的公墓消费占整个殡葬消费的87.5%,92%的北京市区消费者认为公墓消费过高。

“骨灰盒养火化”“以墓养守”——多少行业怪现状

服务亏本骨灰盒补,管理亏本墓地补,殡

葬行业其实还有不少远低于成本的廉价服务。为了弥补亏损,一些机构不得不采取产品涨价“补贴”服务的方式,“以骨灰盒养火化”“以墓养守”。

上海市殡葬协会会长王宏阶说,全国两千多家殡仪馆,通过服务实现盈利的只有3%-5%,这使得很多殡仪馆需要在骨灰盒等殡葬用品的销售上弥补损失。

“对殡仪馆来说,骨灰盒是利润最高的产品了,除了最经济型的骨灰盒外,一般的骨灰盒毛利率在50%至70%左右,但是扣掉分摊到其他亏损项目的损失后,利润在20%至30%。”王宏阶说。

以遗体火化为例,根据2012年国家发展改革委同民政部发布的《关于进一步加强殡葬服务收费管理有关问题的指导意见》,火化属于基本服务,其收费标准实行政府定价,由各地价格主管部门会同有关部门在成本监审或成本调查的基础上,考虑财政补贴情况,按照非营利原则从严核定。

到了墓园,“以墓养守”是现实中不少墓园的选择。市面上的经营性公墓护墓费一般按照20年收取,但20年前的缴费水平早就难以负担今天的护墓成本。一家墓园负责人说,不得不通过墓穴的销售补贴管理上的亏空。

“山东的百龄园公墓、辽宁的回龙岗墓园等均出现了部分墓地使用到期的情况,我们也很关注。对这些超期墓地的处理依然在观望,但如果家属长期不缴费,园区将来肯定吃不消,希望能有一个明确的规定界定超期墓地的处理。”这位负责人说。

缺位致乱象,滞后陷尴尬——怎么打破殡葬“怪圈”

一边是殡葬服务开放市场化却乱象丛生,一边是基本服务价格标准十几年不变导致成本转嫁……专家指出,除了要推行科学、亲民的殡葬文化,更应改变政府在殡葬行业的“缺位”和“越位”现象,打破殡葬业“怪圈”。

中国殡葬协会专家委员会副主任王国华撰文指出,政府除了要惩戒不规范的市场经济行为,同时给予特定群体以殡葬服务等均等化的政策倾斜,还要规制其自身的行为,扩大政府提供各类殡葬服务接受监督的范围,充分发挥政府作为资源配置手段的积极作用。

殡葬行业专家乔宽元建议,国家应该加大对基本服务的投入与支持,特别是在价格体系中肯定从业者的服务和劳动价值,“借鉴医药改革的经验,鼓励消费者为从业者的技术和服服务买单,而不是通过其推销的高价产品为服务买单”。

据了解,殡葬行业监管涉及民政、工商、卫生、物价等多个部门,监管主体颇为分散,但民政部门又往往只有行政告知权和制止权,没有行政处罚权,削弱了对殡葬事务管理职责的履行能力。专家建议,应对殡葬行业前置一定的准入要求,借鉴综合执法模式,破除监管空白,避免“踢皮球”。(新华网)

“炒黄金”骗局致近4万人陷数百亿 几乎血本无归

■ 杜放 黄鹏飞 报道

我国是世界最大的黄金生产和消费国,投资黄金被认为是风险最低的传统理财方式之一。然而,日前,多地证监部门联合查处的一起黄金非法经营案件中,一家从经营资质到投资方式均违法、违规的“贵金属交易所”,却让福建、北京、上海、河北等地近4万名投资者面临几乎“血本无归”的境况。

称炒金“可像买卖股票” 用户10天亏逾12万元

据中国证监会福建省监管局披露,总部位于湖南、业务遍及全国的“维财大宗贵金属交易所有限公司”,是引发多地黄金投资者巨亏的炒金“黑平台”。涉案规模之大,范围之广近年罕见。

国家工商总局的全国工商企业信用信息公示系统信息显示,2010年2月成立的湖南维财贵金属交易所,未经任何金融监管部门审批。从成立到被查处时,“维财金”全国注册用户达到3.9万人,发展了27个省级代理商。

记者从福建省证监局了解到,仅在福建省,维财贵金属交易所下属的“代理公司”就以实物贵金属交易为名,累计非法成交贵金属期货交易585.96亿元,大量消费者陷入了投资陷阱。

“在未取得中国证监会核发的经营期货业务许可证的情况下,其擅自销售了可以像买股票、期货一样自由炒金的黄金理财产品。”相关办案人员介绍。

记者获取的一份《“维财金”交易手册》中规定,“维财金”通过类似炒股、期货的交易软件销售,投资者可像买卖股票一样,从行情涨跌赚取差价,交易所和代理公司则按交易量收取佣金。但在实际中,这一交易方式让“黑平台”大赚佣金,消费者频频巨亏。

据办案人员介绍,炒金“黑平台”在交易软件的设计中,通过技术手段操纵价格,导致客户频繁交易,产生高额手续费“自肥”。“金价上涨时你卖不出,亏损时系统却帮你自动下单。”41岁的浙江衢州籍投资者黄先生介绍,自己先后投入了13万元购买“维财金”,其中一次在“短短10天里就亏掉12万多,账户只剩下7000多元”。

与投资者巨亏相对的是,这家花2000万元注册资金开办的“黑平台”,却通过黄金期货交易向投资者收取手续费、递延费等各种佣金达数亿元。业内人士表示,上述行为明显超出了合法经营范围,且有欺诈交易之嫌。长沙市工商行政管理局登记文件显示,维财贵金属交易所的经营本范围为除黄金之外的贵金属。

揭露三大理财欺诈手法

近年来,我国多地连续发生贵金属欺诈

投资、非法期货案件,涉案金额频频创新高:2006年案发的上海“联泰黄金投资案”,是全国首例黄金非法期货交易案,非法成交金额达239亿元。2009年,浙江警方侦破涉案金额580余亿元的“世纪黄金投资案”。2015年春节前夕,河北、北京等地也有类似案件被查处。

记者调查发现,标榜“躺着赚钱”的个人贵金属投资,正成为理财欺诈的高发区:

手法一:肆意采取高杠杆,“一块钱能炒百多元”带来高风险。炒金“黑平台”普遍宣称,普通消费者投入极少量本金,就能通过拆借,用更多钱“借钱炒金”从事黄金理财。

以“维财金”为例,投资的资金杠杆高达100倍,相当于“一块钱能炒百多元”。业内人士表示,这种方式是为迎合散户“以小博大”的心理。“一旦亏损比例超过本金,立刻会被强行停止交易止损,本金全归黑平台拿走。”上海华荣律师事务所合伙人许峰说。



手法二:采取高息“回购”,以保本利息诱惑消费者。今年1月31日,河北省廊坊市警方披露称,涉及全国多个省市的黄金佳投资集团涉嫌非法集资案告破,36000余人报案。据了解,不法分子打出销售“迷你小金条”的旗号,劝说顾客不进行交割,将金条寄存在交易平台,每年可按销售价格15%的年利率,实质就是高息向公众借贷。

手法三:伪装“伦敦金”“香港金”公开揽客,门槛低无资质。“仅在长三角地区,各种地下炒金公司数量至少有数千家。”中国人民银行下属的一家合法黄金交易所负责人介绍,一些地下代理公司就是租个酒店房间办公,靠打电话揽客,经营门槛很低。

记者调查发现,尽管涉案金额达到数百亿元,湖南维财贵金属交易所却只有两名自然人注册开设的“夫妻店”。一些“黑平台”宣称,消费者购买的“纸黄金”来自伦敦国际金

融期货交易所,但实际上其根本不是“伦敦金”的合法代理商,交易行情数据也是捏造的。

不少贵金属交易平台 仅靠地方一纸批文就能设立

记者从监管部门了解到,福建三明、泉州、晋江三地法院近日已分别对福建维财贵金属非法经营案作出判决,17名涉案人员已被一审判处有期徒刑,没收非法所得并处罚金。

早在2011年,中国人民银行等五部委下发的通知已明确,上海黄金交易所和上海期货交易所是经国务院批准或同意的开展黄金交易的交易所,任何地方、机构或个人均不得另设立黄金交易所(交易中心)。

根据国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定,我国境内从事

黄金等金融产品交易的交易场所,必须经国务院相关金融管理部门批准设立。“然而,不少贵金属交易平台仅靠地方一纸批文就能设立,有些甚至没有任何手续。”中国珠宝首饰行业协会常务理事廖立义说。

有法律人士表示,究其原因,由于给地方带来税收,或打着金融政绩的旗号,“黑平台”多年来普遍存在,甚至被举报后还招摇过市。“此外,参与传播、制作欺诈理财产品企业也没有受到处罚。”许峰认为,与不法所得相比,不少案件的罚金仍是“九牛一毛”。

此外,目前在百度、新浪等搜索引擎及商业网站,“伦敦金”“香港金”等违法贵金属产品也仍在通过竞价广告公开推广。

专家指出,消费者要警惕以高息理财为诱饵的贵金属交易,监管部门也应依法依规及时约束,防止炒金“黑平台”靠侵害消费者利益做大。