

消费者有权在签收后“合理时间”内对隐蔽瑕疵提出异议

□ 河北法治报记者 李胜男

2019年12月24日,原告曲某某在某网站被告北京某某有限公司开办的电器专营店,订购了一台55寸全面屏超高清液晶电视、壁挂架及预约安装服务,由被告委托某快递公司承运。该快件在2019年12月27日上午到达营业点并交快递员派送。原告和快递员共同拆箱,未发现明显异常,原告当时提出通电开机检验,但快递员表示公司没有这个验收程序,外观、箱子没有问题,就可以收货。27日当天,原告催被告来人安装,并进一步确认有无质量问题,但被告未派人安装。28日,原告投诉到平台客服,客服介入后表示24小时内会

派人安装,但到29日仍没有人联系安装事宜,原告只能自行找当地师傅安装,这时才发现电视机屏是破损的。原告当即通知卖家和快递公司,快递员赶到后发现,该电视机屏上面有一层塑料膜,肉眼外观看不出屏幕的破损,揭下塑料膜后才能看出。原告投诉解决此事未果,遂诉至法院,请求判令被告交付合格的电视机,维护原告的合法权益。

法院审理认为,本案系买卖合同纠纷。被告的行为构成违约,依法应承担违约的民事责任,判决被告北京某某有限公司于判决生效之日起五日内按照合同约定为原告曲某某更换合格的超高清液晶电视机一台。

说法:

被告北京某某有限公司提供给原告曲某某的电视机存在质量问题,运输由被告安排,送货时快递员告知原告不允许通电试机,原告在外观没有明显破损的情况下,在快递员要求下签收货物。同时,原告购买电视机时向被告购买了专业安装服务,被告提供的安装服务不到位,也是导致未能及时发现电视机存在质量问题的重要原因。被告的行为构成违约,依法应承担违约的民事责任。

随着经济的发展,在互联网购买大型商品、贵重商品的现象层出不穷,互联网购物往往伴随着快递

运输、商品安装服务,消费者在快递签收时或商品安装前不一定能对商品质量作出准确的判断。消费者受相关环境与条件的制约,无法在快递公司交付大型商品时作出全面检验,即使被要求签收货物,此时即使消费者在收货单上签了字,也应当认定签收行为仅是对货物表面是否存在瑕疵问题的认定,并不代表消费者对货物的内在质量进行了认可。依据诚实信用原则,购买者有权利在签收后的“合理时间”内对隐蔽瑕疵提出异议,并及时通知销售者或生产者。该审判思路切实维护了消费者的合法权益,对于消费者互联网购物的维权提供了有益参考。

消费者在商场消费后权益受损 展位出租方应同展位租赁方共同承担责任

□ 河北法治报记者 李胜男

卜某某(乙方)作为某家具经销商负责人与沧州某某有限公司(甲方)订立展位租赁及管理服务合同,约定甲方负责提供场所、秩序等管理,货款统一收银,乙方负责在甲方约定的经营展位进行产品展销,并支付甲方管理费用,甲方负责统一结算,合同期限至2021年7月21日。合同约定,甲方根据国家政策法规制定各项管理制度,依照这些制度对乙方的经营活动统一管理和服务。合同同时约定乙方应当自行办理营业执照,独立承担民事、行政、刑事责任等法律责任。

卜某某与于某某系合伙关系。2020年10月29日,原告张某和被告卜某某经营的公司签订销售合同,约定购买家具一套,总价款为64000元,送货时间为合同签订后45天。合同订立后,张某于同日向沧州某某有限公司付货款微信转账20000元。同年

10月31日,张某与卜某某经营的公司补签销售合同,约定支付剩余44000元货款,同日支付货款44000元,收款方为沧州某某有限公司。张某付清货款后,被告卜某某未能如期向张某交付购买的家具。

一审法院认为,被告卜某某未能在合同约定的期限内向张某交付其所购买的家具,构成根本违约,致使案涉合同目的无法实现,原告张某诉请退还货款理由正当。基于卜某某与于某某系合伙关系,其二人对张某的货款返还应承担无限连带责任。被告沧州某某有限公司与卜某某订立了展位租赁及管理服务合同,对相关展柜即商铺的经营活动统一管理和服务。原告张某作为一般消费者,正是基于对沧州某某有限公司的品牌信誉的信赖,才放心并愿意到该地点进行购物,故沧州某某有限公司亦应对退款承担连带责任。

沧州某某有限公司不服判决,提起上诉。二审法院经审理作出判决,驳回上诉,维持原判。

说法:

沧州某某有限公司与卜某某签订的展位租赁使用协议、管理服务合同及商场统一收银协议中,明确规定沧州某某有限公司根据国家政策法规制定各项管理制度,并对展位租赁者的经营活动进行统一的管理和服务。消费者张某基于对商场品牌信誉的信赖,到沧州某某有限公司商场与卜某某签订销售合同,购买家具并依约支付全部货款,商场收取案涉家具款,由于卜某某未按照约定时间交付货物导致合同解除,沧州某某有限公司作为商场的管理者和服务者,显然这也属于其公司约定中的统一管理和服务的责任范围,其应当对退款承担连带责任。

在家具装修市场上,各类商户往往通过租赁柜台的方式从事经营活动,或通过参加展会的方式推销产品,都在一定程度上借助或利用所在商场的大品牌招徕吸引顾客。一旦遇到商户撤走或不履行合同的情形,消费者往往面临维权障碍,此类纠纷既降低了消费者的消费体验,又破坏了正常的市场交易秩序。商场收取了商户的管理费,应当承担起保证客户在租赁期间合法经营的责任。

消费者在遇到经营者撤场、不履行合同义务时,可以通过诉讼的方式向作为柜台出租者和管理者的商场、展会的组织方请求赔偿。这为消费者维权提供了方向,同时也提示柜台的出租方、展会的组织方要积极履行职责,加强对商户的管理,严格审核商户的资质和经营能力,及时掌握商户的经营活动,保障消费者的合法权益。

半夜给消费者发营销短信,当心侵权!

□ 彭博

你是否收到过“秒杀、低价……退订回TD”这样的短信?你在休息时是否有过这样的经历:昏昏欲睡时手机突然叮的一声弹出消息,却发现吵醒自己的是营销短信?你是否因未读营销短信产生的小红点而“强迫症发作”却无可奈何?上述情况也是李先生的烦恼。因为深夜收到营销短信,影响了正常休息,李先生向法院起诉,要求商家停止侵害,赔礼道歉并赔偿损失。

李先生多次收到某科技公司向其发送的营销短信,发送时间大多在15、16时以及19时到23时,李先生不堪其扰。李先生并未注册过该公司的会员,亦未授权或同意接收该公司的营销短信。李先生认为,科技公司的行为侵害了其个人信息权益及私人生活安宁权益,遂将科技公司诉至法院,要求其立即停止侵害,并向其赔礼道歉、赔偿损失。

在诉讼中,双方达成和解,由某科技公司对李先生进行赔偿、口头道歉,李先生也撤回了起诉。李先生的烦恼结了,但本案带来的思考并未结束。某科技公司未经同意发送营销短信的行为在法律上应如何认定?李先生的主张有法律依据吗?

民法典第一千零三十四条规定,自然人的个人信息受法律保护。个人信息包括自然人的电话号码。个人信息保护法第十三、十四条规定以及消费者权益保护法第二十九条规定,处理个人信息应当取得个人同意,且该同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出。其中,个人信息“处理”是指个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。

由此,李先生的手机号码属于其个人信息,某科技公司向其发送营销短信,涉及对李先生手机号码这一个人信息的处理,即收集、存储涉案手机号码以及向其号码传输营销信息。上述行为均未经李先生明确同意,系在李先生不知情的情况下实施,侵害了李先生的个人信息权益。

实践中,个人信息侵权时有发生。

在法律上,未经自然人明确同意、在其不知情或明确表示拒绝的情况下,仍实施收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等处理个人信息的行为,即构成个人信息侵权。在互联网经济下,手机号码是有经济价值的个人信息,侵害此种权益的现象尤为常见。在遇到此类侵权时,消费者可明确表示拒绝,要求其删除信息,依法维权。

生活安宁权作为隐私权的重要内容,受法律保护。民法典规定,自然人享有隐私权,隐私是自然人的私

时间收到营销短信侵扰的心理担忧,侵害了消费者的个人信息权益及生活安宁权,需要承担侵权责任。

生活安宁权和个人信息权益均规定在民法典第四编人格权编,适用人格权侵权的相关规定。根据民法典,生活安宁权和个人信息权益受到侵害的权利人有权主张侵权行为人停止侵害、排除妨碍、消除影响、恢复名誉、赔礼道歉、赔偿损失等。如果该侵权行为造成严重精神损害的,被侵权人还有权请求精神损害赔偿。因此前述案例中李先生的主张于法有据。此外,关于损害赔偿的范围,个人信息保护法第六十九条亦规定,处理个人信息侵害个人信息权益造成损害,个人信息处理者不能证明自己没有过错的,应当承担损害赔偿等侵权责任。前款规定的损害赔偿责任按照个人因此受到的损失或者个人信息处理者因此获得的利益确定;个人因此受到的损失和个人信息处理者因此获得的利益难以确定的,根据实际情况确定赔偿数额。

消费者在遇到商家未经授权向其发送营销短信的情况下,应注意保存证据,可以自行联系商家要求停止侵权、赔偿损失,也可向12315或行业主管部门投诉举报,或依法通过诉讼途径维护自身合法权益。商家也应使用正当合法的宣传手段,切忌信息轰炸式营销,否则不但会适得其反,还可能需要依法承担责任。

中国长城资产管理股份有限公司河北省分公司债权转让公告

金额单位:人民币元

债务企业名称	本金余额	利息及孳生息余额	担保人名称
石家庄丰饶贸易有限公司	14,947,008.61	9,101,551.59	抵押人:于会奇 保证人:张志强、李莎、张建波

注:本公告清单仅列示截至2023年2月28日的贷款本金余额及利息,借款人及其相应担保人或其相应担保人或其承继人应支付给石家庄诺恺物业有限公司的利息按借款合同、担保合同及中国人民银行的有关规定计算。

中国长城资产管理股份有限公司河北省分公司
2024年3月15日

□ 闫子玉

王某在某电商平台店铺“某东北土特产店”浏览时,发现该店铺声称鹿乡直销,保真成年鹿鞭,并附带有鉴定证书。然而,他的这次消费却是遭遇了商家的欺诈,鹿鞭变成了黄牛鞭。为此,他将商家起诉至法院。

在看到网售鹿鞭信息后,王某购买了3支,花费547.03元。王某收到鹿鞭以后,根据自己查阅信息比对,发现从色泽、感官上看可能不是真正的鹿鞭,更不可能是梅花鹿鹿鞭。王某担心被告售卖的是假鹿鞭,于是委托专业检测技术公司对上述产品进行检测,检测结果显示该产品为黄牛鞭,据此证明该土特产店出售的涉案产品并非梅花鹿鹿鞭,而是黄牛鞭,属于欺诈行为。公然销售假冒伪劣食品,因食品安全隐患导致的新闻时有发生,王某未敢食用,并诉至法院,请求对方依照食品安全法第一百四十八条,判令被告退还货款并十倍赔偿。最终,法院判决被告退还原告王某货款547.03元,并赔偿原告三倍货款及检测费共计2441.09元。该判决已生效。

说法:

法院认为,王某通过电商平台向被告开设的店铺购买涉案商品,系双方真实意思表示,且形式和内容不违背法律、行政法规的强制性规定,双方之间的信息网络买卖合同关系依法成立并生效。双方应按合同约定履行各自义务,原告付款后,被告应向原告交付质量合格的产品。

王某在被告处购买的商品为梅花鹿鞭,而检测公司对涉案商品的检测结果为黄牛鞭,涉案商品材质不符合双方合同约定,被告未依照约定交付标的物的行为构成违约。依照《中华人民共和国民法典》第五百八十二条:“履行不符合约定的,应当按照当事人的约定承担违约责任。对违约责任没有约定或者约定不明确,依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的,受损害方根据标的的性质以及损失的大小,可以合理选择请求对方承担修理、重作、更换、退货、减少价款或者报酬等违约责任。”之规定,原告要求被告退款,于法有据,法院予以支持,同时原告王某应将三只黄牛鞭退还被告,因退货产生的运费,由被告自负。

关于十倍赔偿金的问题。当事人对自己提出的主张,有责任提供证据。当事人对自己提出的诉讼请求所依据的事实或者反驳对方诉讼请求所依据的事实,应当提供证据加以证明;在作出判决前,当事人未能提供证据或者证据不足以证明其事实主张的,由负有举证证明责任的当事人承担不利的后果。

《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款规定:“生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金;增加赔偿的金额不足一千元的,为一千元。但是,食品的标签、说明书存在不严重影响食品安全且不会对消费者造成误导的瑕疵的除外。”同时,该法第一百五十条规定:“食品安全,指食品无毒、无害,符合应当有的营养要求,对人体健康不造成任何急性、亚急性或者慢性危害。”

法官表示,首先,食品安全法这一赔偿金规定采用惩罚性赔偿制度,其目的在于制裁食品生产经营者生产或者经营不符合食品安全标准的食品的违法行为,以维护消费者的合法权益,但这一款规定针对的是已经或者可能危害人体健康的食品生产或者经营行为。所以,当事人依据此条款请求生产者或者销售者支付价款十倍赔偿金的,应当举证证明其所购买的食品存在上述不符合食品安全标准的事实。具体到本案,原告并未举证证明涉案产品存在“对人体健康造成任何急性、亚急性或者慢性危害等可能影响人体健康的有关问题”的情形,应承担举证不能的法律后果。因此,原告要求被告支付货款十倍赔偿的主张,缺乏事实依据,法院不予支持。但是被告的行为违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》,构成欺诈,按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的规定,应增加赔偿原告购买商品价款的三倍。

根据中国长城资产管理股份有限公司河北省分公司与石家庄诺恺物业有限公司签署的《债权转让协议》,中国长城资产管理股份有限公司河北省分公司将其对公告清单所列借款人及其担保人享有的主债权及借款合同、担保合同和其他相关协议项下的全部权利,依法转让给石家庄诺恺物业有限公司。中国长城资产管理股份有限公司河北省分公司特公告通知各借款人、担保人以及借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或丧失民事主体资格等情况的相关承债主体或清算主体。

特此公告。