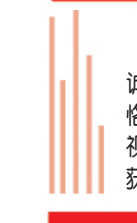




强化数字时代消费者权益保护

法治观察



无论市场形态如何变化，诚信经营是根本。经营者必须恪守诚信经营的底线，高度重视消费者权益，才能行稳致远、获得商业成功

薛军

当前，网络消费为人们日常生活提供较大便利，已成为群众消费的重要方式。为充分发挥司法裁判的示范和引领作用，最高人民法院近日发布5起网络消费民事典型案例，涉及“假一赔十”履约、七日无理由退货、促销误导等热点问题，彰显了司法机关对于数字时代消费者权益保护的高度重视与关切。

消费者是市场经济的主体，是社会经济发展的重要力量。消费者权益保护是市场经济健康发展

重要保障。我国高度重视消费者权益保护，通过加强立法、执法、司法、宣传和教育等多方面工作，有效营造了安全放心的消费环境。随着网络信息技术的发展，市场形态经历深刻的数字化转型。伴随这一变化，数字时代消费者权益保护也面临着一系列全新问题。

数字时代的消费场景，因电商模式的快速迭代发展而日新月异。最近几年直播电商异军突起，成为网络消费的重要形态。其由于多方主体参与，营销链条复杂，导致在发生消费纠纷时，容易发生推诿卸责。在最高法发布的典型案例中，就涉及经营者在直播营销中承诺商品“保真”“假一赔十”，但是向消费者交付的商品不符合承诺的情况。在这种情况下，法院判令经营者承担其承诺的高于法定标准的“假一赔十”的法律责任。这一案例强调了商家在直播营销阶段作出的承诺具有严格的法律约束力，经营者如果不依约落实，就需要承担其主动承诺的法律责任。这一裁判思路意在杜绝经营者在营销阶段通过“画大饼”的方式来吸引消费者关注，但在实际商品买卖中却不予以兑现的“套路式”营销行为。应该说，这一案例对于明确直播营销经营者的法律责任，避免各种形式的夸大宣传，具有重要意义。

网络消费的另一个重要特征，是远程性，由此产生的结果之一就是消费者完全依据经营者的描述来获得对商品的认知。这可能会导致潜在的信息不对称问题——消费者对商品的认知可能是被经营者刻意“剪辑”过的。另外，由于经营者在发货时掌握主动权，这也会导致其将不能达到正常质量标准的货物发给消费者。为了平衡这种不对等的地位，法律赋予了消费者“七日无理由退货”的权利，不容被随意排除或变相剥夺。在现实中，的确有些商家通过在页面上告知相关商品不支持七日无理由退货，或强调“一旦拆除了外包装就不能退货”，来变相剥夺消费者的七日无理由退货权。对于这种做法，究竟是以宽泛的意思自治的原则认可商家的行为，还是进行严格限制，是一个很重要的问题。这次最高法通过典型案例，明确表明了态度：如果要排除消费者七日无理由退货的权利，必须存在正当充分的理由，不能仅以一个约定就进行排除。应该说这一案例揭示了司法机关在保护消费者的七日无理由退货权问题上的鲜明立场，对于维护消费者这一权益，避免其被无形侵蚀，具有积极意义。

网络时代，消费活动大多受制于各类平台规则的影响。相关规则如何制定、理解与适用，对于消费

者权益具有重要影响。在现实中，促销规则作为交易规则的重要类型，也是消费纠纷多发的领域。究其原因，主要在于一些商家以优惠酬宾之类的促销规则吸引用户，但在落实时却以各种理由拒绝兑现承诺。为此，在最高法发布的典型案例中，专门收入了一个由于经营者的误导行为导致消费者未享受促销优惠，应当承担责任的案例。通过这一案例，表明了诚信经营、信守承诺的重要性。

综观这些典型案例，应该说从各个方面体现了司法机关对于网络时代消费者权益保护的重视，也给了我们一些思考和启示。首先，无论市场形态如何变化，诚信经营是根本。经营者必须恪守诚信经营的底线，高度重视消费者权益，才能行稳致远，获得商业成功。其次，法律问题随着社会经济的发展而不断发展。在直播电商出现之后，消费者保护的场景就会发生相应变化，因此立法、执法和司法要积极回应时代发展提出的新问题，及时明确新问题上的处理思路，引领规则的发展。最后，消费者权益保护与经营者正当权益之间也需要维持平衡。只有在这种平衡之中，数字经济的发展才能够获得长远的动力。

(作者系北京大学法学院教授，北京大学电子商务法研究中心主任)

社情观察

常鸿儒

近期，一款潮流LABUBU凭借独特设计吸引了无数消费者，也让“黄牛”嗅到了商机。在二手市场上，部分LABUBU溢价超30倍，普通版溢价也在100%以上，有“黄牛”在补货群中公然挑衅，“门店新品不用抢了，我们找‘科技’全打了，你们能抢到算我输”。这番言论，揭开了“黄牛”利用技术手段扰乱市场的冰山一角。

“黄牛”口中的“科技”，实则是抢单抢购的外挂软件。笔者近日在某电商平台搜索“抢购LABUBU”发现，有多个商家售卖所谓“自动连点器”的抢购外挂，并宣称其可用来抢购潮玩、演唱会门票等，价格大多在20元左右，宣传语“一次抢购直接回本”极具诱惑性，宝贝评价上有多名购买者留言评论称，“当天抢到、好评”。为验证外挂的实际效果，笔者下单了一款外挂并联系商家说明进行了安装，因LABUBU盲盒暂未开始抢购，便尝试抢购某明星演唱会门票，发现其确实可以通过自动连点点击购票选项进行抢票，操作并不复杂。连笔者都能轻易上手，不难想象，对于拥有大量抢购账户、先进设备以及外挂功能更“强悍”的“黄牛”来说，必然会在抢购潮玩、演唱会门票，甚至博物馆门票、医院号源时更加游刃有余。

“黄牛”利用“科技”手段，将面向大众的商品和服务变成投机牟利的工具，从中赚取暴利。这一行为直接损害了消费者的切身利益，同时，严重扰乱了市场正常供需关系，阻碍了市场的健康发展。近年来，相关部门打击“黄牛”的行动从未停歇，深挖严惩一批利用网络外挂软件实施抢票的违法犯罪团伙，但每当有商品火爆出圈，或是演唱会、博物馆迎来高峰期，“黄牛”总会在线上格外活跃。究其原因，一方面，商品或服务的稀缺性，让“黄牛”有利可图，巨大的利润空间驱使他们铤而走险；另一方面，部分电商平台监管不力，对抢购外挂的售卖睁一只眼闭一只眼，使得“黄牛”能轻易获取“抢票利器”。可见，想要有效遏制“黄牛”，必须从供需端和技术端双管齐下，才能还市场一片清朗。

对于电商平台来说，需切实压实主体责任。一方面，要及时清理平台内现有售卖抢票抢单外挂的商家，对其店铺采取封号、限流、取消推荐等措施。另一方面，持续丰富售卖外挂店铺的样本数据库，提升对相关违规内容的过滤能力，防止商家通过关键词缩写、暗语等方式变相售卖外挂软件。

从监管层面说，应充分利用大数据、AI等前沿技术，构建智能监管网络。通过对“同一IP地址批量下单”“商品短时间内高频转手”等异常行为的精准识别，及时采取措施进行封堵拦截。

对商品或服务的发行主体来说，也应积极优化发行策略，挤压“黄牛”生存空间。比如，合理安排供应，摒弃过度饥饿营销模式，根据市场需求动态调整商品或服务供应量。以LABUBU为例，据媒体报道显示，泡泡玛特官方大量补货后，其在二手市场的交易价格明显暴跌。这充分证明，当市场供应充足，“黄牛”无法囤货居奇，商品价格自然回归理性，消费者也能真正实现按需购买。

守护市场公平秩序，需要监管部门、电商平台、发行主体以及每一位消费者携手努力。相信只要全社会共同行动，深刻认识“黄牛”炒作的危害，不断压缩其生存空间，就一定能够维护好健康、有序的市场环境。

为直播电商划清红线

杨佳艺

为进一步规范直播电商市场秩序，维护广大消费者和经营者合法权益，促进直播电商健康发展，市场监管总局会同国家网信办起草了《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)，近日向社会公开征求意见。

近年来，直播电商行业发展迅猛，在促进消费、扩大就业等方面发挥了积极作用。然而，在高速发展背后，行业乱象也如影随形：部分平台对商家资质审核流于形式，致使假冒伪劣商品堂而皇之登上直播间；一些商家、主播及相关机构为追求短期利益，夸大宣传，忽视售后。这些乱象不仅损害消费者权益，也阻碍行业的健康发展。而乱象之所以频发，原因主要在于直播电商参与主体多元复杂，涉及平台、商家、主播、MCN机构等多方主体，各主体的责任界定不清，导致监管难以全面精准落地。

此次两部部门联合起草《办法》，对直播电商行业存在的治理难题作出有力回应，有助于构建起全方位的监管体系，形成治理合力，推动直播电商行业更加规范化发展。

《办法》进一步明确了直播电商行业各参与主体的法定责任和义务，为直播电商划清红线。一方面，构建了以直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构和直播营销人员为主体的全链条责任体系，通过明确细化各相关主体的责任和义务，有助于进一步加强直播电商常态化监管，推动协同治理、系统治理。同时，通过压实平台企业的主体责任，有助于充分发挥平台的关键枢纽作用，向其他主体层层传导监管压力，实现行业监管效率最大化。

另一方面，《办法》强化了对直播电商活动的全过程监管，有利于织牢织密消费者权益保护网。例如，在事前预防方面，《办法》要求直播电商平台建立健全交易行为规范等机制措施，要求直播间运营者对直播商品或服务进行准入把关；在过程监管方面，要求平台加强动态监测，对涉嫌违法违规的行为及时采取限流等措施；在事后追責方面，要求平台采取技术手段，提供直播视频回放等功能，供消费者查询。通过规定多种机制、技术手段，《办法》为直播电商消费者提供了从事前到事后的全方位保障，有助于解决消费者关注的虚假宣传、商品质量与服务短缺、人工智能技术滥用等问题。

此外，《办法》还强化了监督管理手段，突出协同监管、信用监管，通过联合惩戒严重违法失信行为，有助于促进商家合法合规经营。同时细化了不履行法定义务的相关具体情形，极大增强了《办法》的可操作性和针对性。

当前，直播电商行业正处于从规模扩张向质量升级转变的新阶段。唯有严格压实各方主体责任，让平台、商家、主播等参与者都成为秩序的守护者，才能驱散乱象的阴霾。期待《办法》经过法定程序后能尽快实施，为消费者打造更放心的网络消费环境，推动直播电商行业在法治轨道上行稳致远。

公益诉讼守护中华文化瑰宝

法律人语

刘艺

近日，最高人民检察院公益诉讼检察厅印发《文物保护领域检察公益诉讼办案指引(试行)》(以下简称《办案指引》)，为依法规范推动文物保护领域检察公益诉讼工作提供具体可操作的指引，进一步加强文物保护和有效利用。

文物承载灿烂文明，传承历史文化，维系民族精神，是弘扬中华优秀传统文化的珍贵财富。保护好文物是全社会义不容辞的责任。检察机关作为国家法律监督机关，肩负着保障法律统一正确实施，维护国家利益和社会公共利益等重大职责。通过办理文物保护类检察公益诉讼案件，既履行了法律监督职责，也有助于提升我国文化遗产法治化保护水平。

近年来，检察机关通过已授权的办案范围，办理了多批文物和文化遗产保护公益诉讼案件。特别是通过开展“大运河保护公益诉讼”“长城保护公益行动”等专项活动产生了集群效应，发挥了推动和提升文物保护质效的作用。这些实践展现了检察公益诉讼的独特价值，体现了检察机关在文物与文化遗产保护方面的责任担当和司法智慧。2025年3月1日实施的新修订文物保护法，确立了文物保护类检察公益诉讼机制，标志着文物保护领域正式成为检察公益诉讼的法定领域。这不仅是对检察公益诉讼实践探索的肯定，也对检察机关办理文物与文化遗产类公益诉讼案件提出了更高要求。

文物和文化遗产保护是高度复杂的系统性工作，不仅牵涉各种类型的利益，还关联多种主体的复杂关系。同时，由于我国文物体量巨大，点多、线长、面广，涉及行政机关较多，文物损害后果可能与多个行政违法行为相关。在缺乏统一办案标准的情况下，检察机关往往面临监督对象确定难、文物损害风险评估难等问题。此次最高检公益诉讼检察厅及时出台《办案指引》，对当前司法实践中的突出问题作出针对性回应，提炼整理了指导性案例和典型案例探索出来的办案规律和有益经验，明确规范文物保护领域立案标准与起诉条件等内容，有助于引导各地检察机关厘清案件事实和明确办案类型，有效解决实务中的种种难题，切实提升办案质效，推动文物保护法得到有力贯彻落实。

《办案指引》对文物保护领域公益诉讼办案全流程进行了规定，亮点颇多。首先，确立了严格的立案标准。《办案指引》对“严重损害”或者存在“严重损害风险”进行了细化规定，意味着只有违法行为造成文物严重损害或者存在严重损害风险，检察机关才能予以立案，这体现出检察机关的责任担当与自我约束。同时，分别对行政公益诉讼和民事公益诉讼办案中调查取证的重点内容予以规定，如文物损害调查主要从文物损害结果、保护修复、价值损失等方面进行调查取证，并列出各个方面相应的重点调查内容。这些细致的规定，为检察机关在办案过程中准确开展调查、认定损害事实提供了有力支撑。

其次，围绕“可诉性”基本要素，分专章予以细化。《办案指引》有针对性地细化优化了监督对象的确定标准与方法，弥补了文物保护法相关规定过于简略的不足。同时，《办案指引》列举行政机关未依法履行文物保护监督管理职责的7种情形，有助于引导各级检察机关及时发现行政违法行为，找准诉讼请求，具有较强的指导意义。

最后，《办案指引》优化了中止审查的标准。在文物保护领域公益诉讼案件中，行政机关保护措施通常需要层报审批，且保护工程和资金审批等流程通常需要较长周期。《人民检察院公益诉讼办案规则》对中止审查仅作了笼统规定。《办案指引》结合办案实践对文物保护领域公益诉讼的中止审查情形进行了细化，规定“因资金审批、修缮工程等周期较长，或文物保护需要勘察分析、实验研究等客观原因，一定时间内不能全部整改到位，且行政机关不存在怠于履行职责情形的，检察机关可以中止审查并持续跟进监督”。这些规定克服了两个月回复期限的僵化规定，结合文物保护的规律，进一步细化了中止审查的适用情形，体现了检察机关对行政执法的充分尊重，也将有助于行政机关积极履职。

《办案指引》为各级检察机关办案提供了高质效的指引和参照，更为文物保护机制继续探索与实践创新提供了强力约束。期待检察机关不断探索创新，持续优化公益诉讼办案模式，推动文物保护类检察公益诉讼机制在我国文化遗产系统性保护中发挥更大作用，助力中华文化瑰宝绽放新光彩。

(作者系中国政法大学检察公益诉讼研究基地主任，教授)

热点聚焦

陈兵

国家市场监督管理总局近日发布公告，天津市市场监管委依法对郭某某组织四家医药企业达成并实施垄断协议案作出行政处罚，罚没款合计逾3.62亿元，并对达成垄断协议负有个人责任的人员依法追究法律责任，引发社会高度关注。

药品关系国计民生。此案之所以受到广泛关注，原因正在于其涉及老百姓的“救命药”。地塞米松磷酸钠原料药是生产地纳注射液的主要原材料。地纳注射液是一种肾上腺皮质激素类药，具有抗炎、抗过敏、抗风湿及免疫抑制作用。在上述案件中，郭某某不仅组织四家企业针对地塞米松磷酸钠原料药就销售价格、市场份额等核心竞争事项达成并实施垄断协议，而且为了确保协议执行，多次与关联企业沟通协调，并通过自身资源优势大规模采购原料药，为协议落地提供兜底支持，导致市场价格疯涨282倍，直接抬高医保负担与患者成本，严重破坏市场公平竞争秩序，损害了消费者合法权益和公共利益，情节特别严重。

对此，监管部门对自然人郭某某依法追究其法律责任，并对达成垄断协议负有个人责任的四名人员分别处以罚款，实现“组织者+企业+责任人”三重追責，彰显了监管部门有力打击达成垄断协议推涨价格和滥用市场支配地位等垄断行

图说世象

近日，重庆一酒店小熊猫叫早服务引发争议。当地林业部门调查称，涉事公司持有相关人工繁育许可，但让小熊猫与游客互动不符合有关规定，已责成其立即停止相关活动。

点评：服务可以别出心裁，但不能逾越政策要求和法治底线。如此互动，不仅存在严重安全隐患，更不利于小熊猫成长，理应严肃制止。

文/孜然

近日，国家卫健委等14部门联合发布《关于印发2025年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知》(以下简称“通知”)。其中要求规范互联网诊疗行为，重点打击网络“医托”，违规发布医药广告，以及假冒医学科普或会议活动等“引流”“带货”、伪造编造变造在职或离退休行业人员视频营销牟利等不法行为。

近年来，“互联网+医疗”的快速发展，使得线上问诊成为越来越多患者的选择。据不完全统计，截至2024年12月，我国互联网医疗用户规模达4.18亿人，占网民整体的37.7%。互联网诊疗给公众带来了极大便利，同时一些违法违规现象也饱受诟病。比如，网络“医托”精心编织话术陷阱，有人假扮医生贩卖焦虑，有人伪装成“病友”进行情感围猎，目的皆是将患者引流至关联医院或诊所；部分人打着医疗健康科普的旗号，编造剧情打造“网红医生”人设，引流带货卖药，开展不当营销，使健康科普失去原本意义。而某些医疗机构的线下“引流”同样触目惊心，如新华社近日报道的某肛肠医院，整体手术率超90%，随机抽查的125份病历中，113份存在过度医疗违法行为，而虚假宣传、夸大病情是其惯用手段。

医疗行为并非普通的服务行为，它直接关乎老百姓的生命健康与安全，容不得丝毫差错与随意。我国基本医疗卫生与健康促进法、医师法等法律法规从机构准入、人员执业、诊疗规范、纠纷处理等方面，全方位规范诊疗行为，确保医疗服务在法治轨道上有序开展，切实维护医患双方的合法权益。《互联网广告管理办法》明确规定，禁止以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。无论是假医生、伪科普，还是通过虚假宣传进行引流，都严重违反了相关规定，对此必须零容忍。

事实上，相关部门对这些违法违规的打击整治从未松懈。近年来，国家卫健委等部门已多次联合制定印发了“纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点”的通知。今年4月，国家药监局等3部门联合发布的医疗行业领域《2025年

法治民生

赵志疆



漫画/高岳

让线上诊疗规范有序

国家随机监督抽查计划》，明确打击网络“医托”等新型违法行为。国家市场监督管理总局不久前发布的《医疗广告监管工作指南》，对医疗广告监管执法的原则和具体监管规则进行了细致规定。

值得注意的是，去年2月，国家卫生健康委等十部门联合发布《关于加强医疗监督部门执法联动工作的意见》，其中要求推进问题线索跨部门联合处置，加强行政执法与刑事司法衔接。此次“通知”强调建立完善惩治涉医互联网违法违规行为为多部门协同查处机制。这意味着将进一步深入推进医疗领域风腐同查同治，加大对互联网医疗领域违法违规行为的整治力度，彰显了有关部门维护医疗行业秩序、保障人民群众生命财产安全的决心。

互联网诊疗规范有序发展，关乎每一位患者的切身利益。这不仅需要监管部门持续发力、严格执法，也离不开医疗机构、从业者的自律，以及社会公众的监督参与。唯有多方携手，形成合力，才能铲除互联网诊疗违法违规行为滋生的土壤，让线上诊疗真正成为守护人民健康的可靠力量，让“互联网+医疗”在法治轨道上稳健前行，更好地服务于人民群众的健康需求。