

看直播买食品遇坑咋办?如何维权?

直播电商凭借强大的带货能力,成为各路商家不断追捧的宠儿,直播卖食品已经成为新的电商生态。虽然消费者通过直播能直观地看到食物本身,看似靠谱,但是产品是否合格,是否经过相关检验都不得而知。那么目前消费者在看直播买食品时都遇到了哪些问题?消费者又该如何维权呢?

名不副实添堵

“甘肃花牛苹果最近滞销,我在某网络平台上看到相关直播后买了一份苹果,带箱3千克,直播时主播称单果都是75果,即直径不低于7.5厘米,然而收货时,一箱12个中有一半低于7厘米,跟主播说的大相径庭。而且更令人恼火的是,把个头大的切开后看到,苹果核附近竟然有腐烂的情况。”谈起近日自己的购物经历,北京的张女士不无气愤地如此表示。

看直播买食品遭遇烦心事的不止张女士一人,很多人都曾遇到,“枣太小不说,里面的核桃还有受潮的味道,这不坑人嘛!”近日,沈阳市民宋先生在刷某平台时看到什锦枣夹核桃的直播推荐,花费将近120元买了两件2千克装礼盒。收到货后才发现,不仅枣的大小“缩水”、里面的核桃受潮,而且口感与推荐中说的相差甚远。

更有一些知名网红也频频

陷入虚假宣传的漩涡。有媒体报道显示,某主播曾在今年9月的一场直播中宣传一款“阳澄状元蟹”,称是阳澄湖的大闸蟹,“是上好的,23年老品牌”。但消费者购买后却给出差评,主要聚焦在主播虚假宣传、螃蟹难吃、客服态度差三个方面。此外,客服还否认了其出售的螃蟹是“阳澄湖的大闸蟹”这一说法。

北京市隆安(武汉)律师事务所杨子洋律师表示,直播卖食品近年来刚刚兴起,虽然方式新颖,也便利了网友,但可能存在很多隐患。现在一些直播平台售卖的食品,有些是主播自制,有些是商家请来专业主播帮忙宣传和售卖。如果主播对所发布的商品导购信息进行夸大宣传,提供虚假的价格信息,均属于违规行为。

警惕无证食品

记者进入一个卖糖果的主播间,发现该主播目前拥有400多个粉丝,发布超过50则视频。而在直播间里,只能看到其产品包装上的简易标签和说明,没有产品生产许可证等信息。当记者问起是否有食品经营许可证时,这名主播表示自己没有,但是正在办理。

北京互联网法院综合审判二庭法官刘更超表示,在司法实践中,直播网售食品而没有经营许可证的商家并不在少数,销售

的“三无产品”也不在少数,自制食品也属于此类,往往存在大量的违法经营行为,比如食品来源不明、没有中文标签、食品本身不符合我国的安全标准等。

杨子洋告诉记者,根据《食品经营许可证管理办法》的规定:在我国境内,从事食品销售和餐饮服务活动,应当依法取得食品经营许可。虽然主播卖货时或将食品制作过程展现在了网友面前,但这仍不能代替必须具备的经营许可证。

除了产品问题,退换货维权难更让消费者郁闷。如上海的宋女士看直播后为了拿到“满100元减5元”的优惠券,加了商家微信号,支付方式是发微信红包。7天后,她提出退货时,店铺已经下架了该产品,并且微信拉黑了她。

主播把关不严

今年5月,上海的董女士在某网络平台上看到一位农村大妈拿着烤鸭做推广的视频,称“自家烤的虾干,保质保量”,便下单购买,但收到虾干才发现是“三无”产品。

直播带货暴露出很多人过度迷信主播的人性弱点。而一些迫切想要提高销售量的商家正利用了这一点,才敢于虚假宣传。网红主播对外宣传产品过程中添油加醋,偏离了商品本身的质量属性和正常用途,进而导

致一些违法情况。

有媒体调查显示,对于出售食品的网络主播是否有食品经营许可证这件事,许多买家似乎并不关心。一些“死忠粉”甚至对主播们在直播间卖力吆喝的商品是否为“三无产品”也不甚关心,凭借主播的“我的室友吃过没事”“我姐我阿姨都在吃”“我也怕卖出问题,多少钱都不够赔偿的”等说辞,就匆忙下单。

“我们在案件审理过程中发现,许多经营者法律意识淡薄,认为自己是代购就可以不需要经营许可证、产品可以没有中文标签、可以不说明产品来源,甚至有一些打着C2C业务的幌子进行直邮,将不符合我国规定的食品带到境内来卖。”刘更超说。

法官认为,和纯流量生意相比,电商直播涉及的业态更加复杂。主播们在直播带货的过程中,除了关注销售技巧、低价诱导之外,更要把好产品质量关,避免被贴上“虚假宣传”的标签。

可向平台追偿

就在近日,天津的赵女士在某视频直播平台上看到有主播现场熬制售卖柚子蜂蜜茶,想到最近孩子有点咳嗽,就买了两瓶,可孩子饮用后出现了拉肚子的情況。当赵女士与直播平台联系后,对方却表示食品很卫生,虽然尚没有食品经营许可证,但也在办理中。赵女士对此十分气愤,

但是不知道该如何维权。

天津君荐律师事务所赵治国律师表示,直播类似于广告,如果推荐的商品违反了《广告法》的相关规定,比如虚假的宣传等,主播是要承担责任的。尤其是减肥药之类的产品,它属于药品,本身就具有特殊性,食用不当很容易引发对身体的伤害,主播作为推荐人,如果因为产品问题导致消费者健康受损,那么主播以及平台都要承担相应的责任。

杨子洋则表示,电子商务平台应当对消费者承担安全保障义务。根据《电子商务法》相关规定,电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者侵害消费者合法权益,未采取必要措施的,与该平台内经营者承担连带责任。如果损害的是消费者生命健康权,电子商务平台未尽审核义务或安全保障义务的,消费者还可直接向平台追偿。

北京互联网法院建议,为进一步规范网络食品销售,电商平台应运用技术手段整合商家信息,对不合规的内容进行风险警示,及时清理整治问题商户。

专家还建议,消费者要加强自身的维权意识和辨别能力,尤其要防范直播、朋友圈等渠道的代购、网红自制食品等新形式可能存在的安全隐患,不要为了尝鲜,跟风而掉进消费陷阱。

(中国消费者报)

领免费鸡蛋买近万元羊奶粉 获退款

鸡蛋免费领!酱油免费领!水杯,也是免费领!你心动了吗?浙江省浦江县赵女士的母亲已经退休,听朋友说某羊奶粉销售会场有免费的鸡蛋可以领,便高高兴兴与朋友结伴前去领鸡蛋。到了现场,工作人员给每次到会的老年人一人发了一张礼品卡,老人可以凭卡免费换礼品,一张礼品卡能换大约价值5元的酱油一瓶,两张礼品卡换大约价值10元的鸡蛋一小袋,集齐3张礼品卡可以换大约价值15元的面粉一小袋。到会次数越多,礼品卡越多,能换到的礼品价值越高。工作人员一口一个“阿姨”,非常热情,会场还提供免费的茶水和水果,唯一的要求就是坐在那里听会场负责人介绍产品,于是赵女士的母亲便每天和朋友结伴去这个会场“打卡”领取礼品卡。

虽然一开始只是去领取礼品卡,但在该会场负责人的每天推介下,赵女士的母亲也心动不已,加上一起去的朋友也买了产品,她最终下定决心从会场购买了两箱羊奶粉,花费近万元,工作人员还送货上门。过了几天,赵女士去看望母亲时发现多了两箱羊奶粉,一问才知道是在会场买的,觉

得不靠谱,而且价格偏高。赵女士觉得母亲上当受骗了,到会场要求退货退款。会场负责人认为是赵女士的母亲自愿购买的,产品质量也没有问题,不接受退货退款。赵女士一着急就打电话投诉。

浦江县消保委工作人员接到投诉后赶往现场,了解具体情况。工作人员现场检查发现这个会场拥有营业执照、食品经营许可证、健康证,核查销货发票,也一应俱全,产品有标识标签,并非“三无”产品。因为是消费者自愿购买,产品质量没有问题,工作人员只能与经营者和投诉人进行现场调解。结合赵女士母亲患有轻微老年痴呆的情况,再加上剩余产品未开封,不影响二次销售,最终被投诉人同意退回未开封产品,并退回投诉人货款6280元。

浦江县消保委提醒消费者,特别是老年消费者,谨记8个“不要”:不要参加任何形式的会议营销;不要透露任何个人信息;不要体验各类“免费”;不要相信所谓“专家”;不要被“亲情攻势”打动;不要相信“高科技”“知名机构”;不要相信所谓的“功效、疗效”;不要相信“无效退款”。

■ 上接04版

在奥兹博士看来,中国为世界人民贡献了很多宝贵财富,中医药便是其中之一。尽管中医药发源于中国,但相信其理论和治疗体系,也适用于全世界人民,是世界人民的瑰宝。他说,在西方,医疗保健往往会忽略了预防的重要性,而“治未病”恰是中医文化的一大精髓。当前,美国医学界对于中医的接受程度已是越来越高,美国公众也在寻求中医的治疗方案。尽管如此,中医在美国的增长依旧缓慢,因此加强国际间的交流合作,对于各国的营养产业发展而言都是有所助益的。在美国,像USANA这样的领先公司正在试验并传播中医观点,便是很好的例证。

奥兹博士以客观数据阐述与《健康中国行动(2019-2030)》提出的“预防是最经济有效的健康策略”一致的观点。奥兹指出,美国正面临与中国相似的健康问题困扰。一半的人口饱受肥胖之苦,心脑血管疾病成为头号杀手,而造成这些的主要原因依然是不良的饮食习惯。他指出,在改善健康方面每投入1美元,预计可节省3美元的医疗保健费用,减少28%的病

假,26%的医疗费用,30%的员工赔偿。很明显,这种投资非常划算,应该马上推动。

科技驱动与产业共成长

作为致力于高质量健康食品研发与科学健康理念传播的品牌企业,USANA多次被作为大健康领域的研究范本。USANA总裁兼首席运营官Jim Brown在发言中表示,“中国一直是USANA最重要的市场之一,也是我们践行使命、履行社会责任最重要的基地之一。秉承‘成为世界最健康的大家庭’的愿景,USANA根据中国市场需求创新研发产品,承担社会责任专注公益事业,提供科学营养和关爱,与中国营养健康产业共同成长,服务万千中国家庭。”

他表示,在2020年,USANA葆婴将继续扩大基础生产设施规模,专注产品研发,继续为丰富中国营养保健食品市场贡献力量。

USANA首席科学家罗伯特·辛诺特(Robert Sinnott)博士也表示,USANA是一家以科学为基础的营养产品公司,科学研究是其提供每一个产品的核心。“感谢此次会议,让我们进一步了解大健康领域的政策、人群的需求与产

品趋势,开拓了我们的研发创新思路。InCelligence Technology是USANA专有的细胞信号转导技术,我们将更好基于这一技术开发高质量的产品。”

他同时强调:“唯有了解客户的真正需求,方能获得增长,取得成功。”针对中国市场的特殊需求,USANA也将对产品研发有所调整。同时也希望可以与中国企业、中国的大学共同解决中国国民的营养健康问题。

USANA深耕中国市场的20年,是中国经济高速增长、经济成果不断涌现的20年。USANA首席官兼中国区执行董事Brent Neidig表示,在良好营商环境下,USANA葆婴始终专注于为成人和母婴健康提供适合的营养补充产品,确保其制造的每一个产品都具有同样的高品质,也因此获得良好成长。同时,USANA葆婴积极投身公益,与中国扶贫基金会开展真正健康基金“天使之心”儿童先心病救助项目和“爱加餐”项目,支持中华预防医学会“营养与疾病预防”全国医生营养继续教育项目,以实际行动助力“健康中国2030”规划纲要的实施,为推动中国营养健康产业发展贡献力量。