

网上中国

发货时间长,无货被退款

莫让“超长预售”影响网购体验

本报记者 刘乐艺

“冬天买的衣服，快到夏天了还没发货”“有的预售即便交了全款，发货也得等”“好不容易过了预售期，商家却说缺货，要取消订单”……近期，关于网购预售的话题引发了大量讨论，不少网友称，超长的预售期正在透支自己的消费热情。



商海春作(新华社发)

漫长等待,透支消费者耐心

预售,指的是产品还未正式进入市场前进行的销售行为。近年来,随着互联网电商的快速发展,网购预售日益普遍。

“按常理讲,网购预售对消费者和商家本该是双赢的。”中国人民大学公共管理学院教授许光建认为,消费者可通过预售活动提前

锁定爆款商品,并且还能享受“付定金立减”等优惠。对商家而言,预售活动可以帮助他们开展计划性生产并及时协调仓储,降低企业成本。

眼下,这一模式却引发争议。

“3月中旬,我在网上下单了一件外套,销售界面并没有显示预售字样,但付款之后,咨询商家发货时间时才知道是预售,至少要等半个月。”在北京工作的权女士告诉记者,自己经历过的预售少则一两个星

期,多则一个月以上。

漫长的预售等待,也令山东济南的陶女士头疼。她认为,适度的预售等待可以理解,毕竟部分商品的生产、运输确实需要花费时间,但如果等待过长则很难接受。“如果品质好就算了,就怕质量、尺寸不合适,最终还得退货,白折腾一场。”

江苏省消费者权益保护委员会的调查显示,目前,各大网络购物平台均在预售行为,等待时间一般在8至45天不等。业内人士透露,个别“网红服装”店铺长期采用预售模式,100款新品可能只有20款是现货,有些订单硬生生地被拖成无法兑现的“空头支票”。

标注不一,预售规则套路多

据了解,商家青睐预售,有其现实考量。经营着一家线上童装店的肖先生介绍,服装行业货品仓储成本较高,一旦压货,涉及资金往往较大。“衣服没上架之前,甚至是上架后销量没涨起来之前,我们都不敢随便进货。预售数据有起色了,才会去工厂下订单。”

“卖家一般分为进货和做货两类。”电商从业者赵女士解释,进货的店铺,商品生产周期与上游原材料供应商、下游代加工厂的供货及加工能力密切相关,自己无法左右。“而自己做货的商家,由于从原料选择到生产出货环节众多,任何一个环节出问题,货期都可能推迟。”

尽管如此,若将市场风险转嫁给消费者,显然不合适。

记者浏览多家电商平台发现,不同商家对于预售商品的标注并不统一。有些能在商品标题中清晰标注,有些只是在产品说明中附上一行小字,更有甚者,付款后才显示发货日期,具体发货日期竟还可以一改再改。

此外,部分商家将预售模式作为营销宣传的手段,故意制造“奇货可居”的假象,一旦预售不及预期,就以种种理由取消订单。北京伟博律师事务所律师李伟民接受本报记者采访时说,该情况系不正当

理由经营者单方解除买卖合同,违反了公平、诚实信用原则,损害了消费者的合法权益,构成违约。经营者的前期预售宣传还涉嫌虚假宣传,不按照约定提供商品或服务,构成欺诈。

完善机制,监管需落到实处

预售成了“套路”,优惠成了“口惠”,消费者难道只能自认倒霉?答案是否定的。

《侵害消费者权益行为处罚办法(2020修订)》明确规定,未按约定提供商品或者

服务的,应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款,并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的,按照有利于消费者的计算方式折算退款金额。

“商品可以预售,但品质和服务绝不能透支。”中国管理科学研究院商学院特约高级研究员陆泽倩提醒,消费者应拿起法律武器,依法维护自身权益。

针对“预售不告知”“无货被退款”等行为的整治,平台与监管机构需落到实处,有效约束。

“立法部门要进一步完善相关法律法规,提高违法失信成本。”李伟民说,从监管角度看,市场监管部门有必要向社会公开并依法处罚盲目预售、恶意延迟发货的经营者,对预售模式中存在的乱象进行规范。

专家认为,电商平台虽不是行政管理部门,但其对商家有管理的责任与义务,应当尽快完善预售机制,加强对预售商品的审核,对不符合要求的商品不予上架。同时,建立特定的监管制度,利用信用等级管理、黑名单等手段敦促商家尽快整改。

消费者擦亮双眼、做好选择也不可或缺。业内人士建议,消费者在购买预售商品时,一定要注意理性消费、安全消费,依法维权。



江苏大学志愿者在帮助老年人学习网上购物技能。

石玉成摄(人民图片)

随着互联网大病筹款平台的推广,许多患病困难家庭通过这种方式进行筹款,相关求助信息在微信群、朋友圈中时常出现。然而,不少网友反映,近期有平台开始向捐款者和受捐者收取“支持费”、服务费等等,引发关注。

汇聚爱心送温暖

回想起儿子一年多来的治病过程,家住辽宁的李女士感慨不已。去年2月,李女士的儿子小欢被确诊患上急性髓系白血病,需要多次进行化疗,数十万元的治疗费用让这个普通家庭面临着巨大经济负担。

在亲友建议下,李女士一家决定向社会爱心人士求助。她通过某筹款平台写下了求助信,并提交了儿子病情的相关证明材料。亲友在看到求助信息后纷纷证实转发,社会各界爱心人士慷慨捐助,为小欢筹得了部分治疗费。在平台工作人员的协助下,李女士还与具备公开募集资格的慈善组织取得联系,筹得近2万元善款,全部用于小欢的治疗。

作为中国大病救助社会力量的重要组成部分之一,互联网大病筹款平台近年来为许多患病困难家庭提供了筹款帮助,在医保、商保之外形成了一条医疗资金供给的有效补充渠道。对于因意外事件、突发重大疾病而身处困境的人群而言,通过互联网和社交媒体求助筹款更为高效、快捷,平台还普遍设有善款“随筹随取”的功能,可为困难家庭及时提供帮助。

经过多年发展,互联网大病筹款平台的运作模式如今已获得社会广泛认可。根据水滴筹发布的数据,截至2021年底,该平台已累计助力近240万经济困难的大病患者筹得医疗救助款,3.94亿爱心人士支持平台上的大病救助项目。

平台收费引争议

看到网络上发布的求助信息,不少人慷慨捐赠,然而近期有部分网友

多家筹款平台开始收取服务费

规范互联网筹款,必须的!

本报记者 金晨

反映,发现自己在捐款时莫名其妙被多扣了几元钱的“支持费”。

据悉,所谓“支持费”,是指捐赠者为支持互联网筹款平台运营发展的捐款。记者在多个平台实际测试发现,进行捐款结算时,无论捐款金额多少,大多数平台都会向捐款人收取3元左右的“支持费”。部分平台对这项收费默认为关闭,用户主动勾选同意,才会扣款。而有些平台则默认收取这项费用,用户不仔细阅读规则就会被多扣款,但费用可退。

除了从捐款方收“支持费”,还有平台从筹款人募集到的款项中抽

取一定费用。比如水滴筹于今年1月起试点收取服务费,每笔筹款收取实际筹款金额3%的服务费,单个项目服务费上限封顶5000元。对此,水滴筹业务相关负责人表示,在试点过程中,许多筹款人理解并认同收取服务费的方式。平台运营成本 and 人力成本是长期存在的,收取服务费并非要盈利,而是保证平台正常运营,为筹款人、社会爱心人士提供更好的服务。

“各大平台推广时都承诺不会收取任何费用,现在却要扣捐款、受捐者两头‘抽成’。”在北京市从事社区工作的邹然曾多次通过网络平台捐

款,她说能够理解平台面临较大的运营压力,作为捐款者也可以接受自愿、公开的“支持费”,但平台从受捐者的“救命钱”中收取服务费,她在情感上实在难以接受。

提升公信力是关键

针对互联网大病筹款平台向捐款者和受捐者收取费用而引发的一系列争议,业内人士认为,网络筹款平台虽是商业机构,但仍有一定的公益底色。平台不论是否收取费用,都要在运营上做到规范化、透明化,在保障平台可持续运营的同时,更好地赢得公众信任、保护用户权益,从而实现长期健康有序的发展目标。

南京大学卫生政策与管理研究中心主任顾海说,从平台角度看,免费服务模式不足以支撑业务的可持续发展,但如果平台要收取费用,一定要事先征得捐赠者和受捐者的同意,收取的比例及方式也需要充分论证。“应尽快建立互联网筹款行业的协会,通过行业自律来加强监督,规范行业发展。此外,通过第三方介入,建立捐赠人知情权通道等方式,让社会了解网络筹款平台的运行情况,使其公开、合理、透明,确保平台公信力不受损害。”

网络筹款平台的健康发展同样离不开完善的法律法规和有力监管。在新兴互联网业态快速发展的背景下,互联网筹款平台的相关法律法规目前仍相对滞后。法律专家建议,有关部门应尽快建立健全相关法律法规,为监管部门提供执法依据。同时,引导和督促相关企业诚信经营,确保公益项目的公益属性,推动行业健康发展,让更多需要帮助的人成为真正的受益者。



曹一作(新华社发)



空中快递送农货出山

智慧物流运输快线是在低空架设钢索且由云端系统控制穿梭机器人在索道上运输货物的新型智能化、轻量化、无人化运输系统。

江西省赣州市安远县智慧物流运输快线项目,设立1个县级物流中心、18个乡镇物流站、151个村级收发点,线路全长约600公里,实现县乡村三级城乡物流网络节点间即时运输,让农村配送更便捷。

图为在安远县鸽子镇阳佳村,装载着农产品的智慧物流运输快线“穿梭机器人”在低空索道穿行。

朱海鹏摄(人民图片)