

最高法发布网络消费民事典型案例

为充分发挥司法裁判的示范和引领作用,最高人民法院日前发布网络消费民事典型案例,聚焦网络消费新领域和新问题,回应群众关注热点。

手串直播营销中,消费者遭遇“货不对板”——

经营者高于法定标准的“假一赔十”承诺必须履行吗?

【典型案例】

张某某系某网络店铺的经营 者。在某次直播营销中,该店铺的主播人员将黄檀木类的黑酸枝木(系大叶紫檀)制作的手串宣称 为正宗小叶紫檀材质制作,并承诺“保真”“假一赔十”。侯某观看该直播后购买手串1件,支付价款1000元。侯某收到手串后发现不是小叶紫檀材质,诉至法院,请求判令张某某赔偿10倍价款1万元。

审理法院认为,张某某网络店铺的主播人员在直播营销中宣称所售手串系小叶紫檀,并明确承诺“保真”“假一赔十”,上述承诺构成其与侯某买卖合同的内容,该内容对张某某具有约束力。张某某交付给侯某的手串不符合约定,而木质首饰的原材料对其价值具有重要影响。“假一赔十”的承诺虽高于法定赔偿标准,但张某某应当履行。最终,张某某赔偿侯某1万元。

【法官提示】

网络直播营销具有“即时互动+场景化”的优势,但实践中容易出现虚假宣传、“货不对板”问题。在直播营销中,消费者对商品的了解和判断,很大程度上依赖于主播介绍的内容。网店主播向消费者作出高于法定标准的赔偿承诺,容易增强消费者对商品品质的信赖,影响其消费决策,促使消费者消费。当商品品质与承诺不符时,应予赔偿。本案判决有利于制裁消费欺诈行为,通过充分保护个体消费者权利,营造良好的网络消费环境。

购买演唱会门票后,消费者申请退票——

退票规则有歧义、不明确,还能全额退票吗?

【典型案例】

方某在某票务平台同时在线购买两张演唱会门票。购票页面的票务须知载明:购票后48小时内可办理无条件退票。在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次退票权益,在产生一次退票后,如再次购买同场次演出票,将不能退票。

因行程有变,方某向该票务平台申请退票,其中一张演出票退票成功,另一张演出票被该平台拒绝退票。经方某多次请求,该平台仅向方某退还第二张票款的80%。方某诉至法院,请求平台退还剩余的20%票款。

审理法院认为,该票务平台在票务须知中载明的退票条件,属于格式条款。根据民法典第四百九十八条规定,对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的,应当作出有利于提供格式条款一方的解释。

本案中,对退票规则的通常理解应为“退票后再次购买则不享有

退票权益”。而案涉门票并非方某退票后再次购买,平台不能依据上述条款拒绝向方某全额退还票款。即使对上述条款存在一个购票账户仅能就一张演出票享受无条件退票的解释,但也因该种解释更有利于该票务平台,不应采纳。此种情况下,本案中的退票规则应作出更有利于方某的解释。法院最终判决该票务平台向方某退还剩余的20%票款。

【法官提示】

演唱会门票等票证系欣赏音乐等艺术的凭证,其与一般日常消费品相比,价格一般较高,时间性要求也更强。经营者拟定该类票证的退票规则时,既要考虑退票对节目演出的影响,也要充分考虑消费者的合理现实需求。首要体现在退票规则的内容上,就应当清晰明确,防止出现歧义,避免不当表述影响消费者利益。本案中,人民法院对格式条款作出有利于消费者的解释,充分保障了消费者的知情权和自主选择权。

网店购物时,消费者买包后要退货——

店铺页面显示的不支持手提包“七日无理由退货”合理吗?

【典型案例】

胡某在韩某经营的网络店铺中购买一款女士手提包。购买时,店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收到该手提包后,于七日内向该店铺申请无理由退货,被韩某拒绝,拒绝原因为此手提包不支持七日无理由退货,并且此事项在胡某购物时即作出了提示。胡某诉至法院,请求判令韩某承担退货退款责任。

审理法院认为,消费者权益保护法第二十五条规定,根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货。虽然韩某在商品详情页面标注了不支持七日无理由退货,但韩某并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由,也未举证证明适用七日无理由退货会导致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。韩某拟定的不支持七日无理由退货的条款对胡某不具有法律约束力。最终,韩某退还货款,同时胡某退还该手提包。

【法官提示】

消费者通过网络在线购买商品时,通常无法进行现实体验,其对商品的选择一定程度上依赖于经营者对商品的介绍和展示。当消费者购买商品后,可能会觉得不符合预期或不满足需求。为此,消费者权益保护法规定了七日无理由退货制度,赋予消费者在适当期间内单方解除合同的权利,以适应在线消费的特点和需求。

对于性质上不宜退货的商品,虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货,但不得任意扩大范围。

人民法院结合具体的商品类型、退货对商品价值的影响等因素综合考虑,认定案涉商品不属于不宜退货情形,故不予支持经营者拒绝七日无理由退货的行为,充分保障了消费者的七日无理由退货权,让消费者敢消费、愿消费、放心消费。

人民日报

“网贷骗局”陷阱多 切记谨慎勿轻信

近日,多名受害者报案称自己没有在互联网平台购物,却收到京东白条催款信息,登录账号才发现出现了多笔大额下单商品,这是怎么回事呢?

真实案例

2025年4月13日至4月22日,受害人刘某收到了京东白条发来的催款信息,而刘某此前并没有在京东白条下单货物。刘某登录自己京东白条账户才发现,出现了12笔陌生消费订单,共计支出高达30万元。经查,事主京东账号于3月29日首次异常登录,后于4月13日开始持续下单,异常登录期间登录IP地址均为同一个地区。下单商品涉及名贵酒品5次、电子产品5次等,收货地址涉及河南、江苏、广东、湖北、安徽等地,多为某某蜂巢、某某地等无明确门牌号的地址。

骗术剖析

1.未知链接或二维码诱导

诈骗分子利用各类网络平台或聊天软件,向受害人投送“投票”“国补”“退税”等链接或二维码,诱导受害人点击链接或扫描二维码进入伪装的钓鱼网站,在此网站中进行“身份核验”填报信息,诈骗分子从而获取受害人的手机号、短信验证码及支付密码。

2.获取个人信息异地登陆

诈骗分子获取到以上信息后,安排专门人员,在异地登录事主相关互联网平台账号,后伺机实施盗刷交易行为。

3.洗钱通道货品变现

最后,诈骗嫌疑人再利用专门的洗钱通道,将购买的名贵酒品、电子产品等货品变现。

防骗指南

不明链接、二维码不点击;短信验证码、支付密码不提供;发现盗刷账户速冻结;一旦发现及时报警!

人民网

超80%重点任务完成 国企改革加力深化

选准战新产业培育的“主攻方向”,积极推动人工智能引领科研范式变革

国务院国资委日前召开的专题推进会透露,截至2025年一季度末,各中央企业、各地国有企业改革深化提升行动(下称“深化提升行动”)重点改革任务平均完成率已超过80%。

距离深化提升行动的收官时刻,只剩半年时间。按照部署,国资国企要把高质量完成深化提升行动作为今年国企改革的重中之重,在提升科技创新供给质量、建设现代化产业体系、协同创新和成果转化、健全创新评价激励机制等方面加大力度推进相关改革持续深化。要积极推动人工智能引领国有企业科研范式变革,打造和开放战略性高价值应用场景。

选准战新产业培育“主攻方向”

当前,创新成为推动生产力发展的关键因素。党的二十届三中全会强调,健全国有企业推进原始创新制度安排。

国务院国资委党委委员、副主任李镇表示,要针对原始创新的不确定性、颠覆性、未知性等特点,建立与之相适应的技术路线选择、考核激励、宽容失败的机制。要推动有条件的企业提高基础研究和前沿颠覆性技术投入的比重,建立与之相适应的技术预见、需求凝练、任务生成识别机制。要对原始创新实行有别于模仿创新的激励保障机制,在治理体系、研发组织、考核激励、人才使用等方面实施更有突破性的制度机制。

抓科技创新,不仅要强源头,在提升供给质量上下功夫,还要着眼于建设现代化产业体系。

近年来,国资国企加快培育新兴产业

和未来产业,大力改造提升传统产业,“两端布局”优化赛道。例如,中国建材依托从实验室到市场的新体系、新模式、新机制,形成梯度产业格局,“今年上半年预计战略性新兴产业营业收入占比提至47%。”中国建材党委书记、董事长周育先称。

李镇强调,下一步要完善战新产业和未来产业发展机制。要科学制定国资国企“十五五”规划,基于企业自身战略定位和产业优势,选准战新产业培育的“主攻方向”。

他特别提出,要加大增量投入力度,围绕新产业新赛道,聚焦科技属性和技术价值,规范发展天使投资、风险投资、股权投资,引导国企基金“投早投小投硬”。要重视重组并购战新业务后的整合融合,完善形成与战新产业和未来产业发展相适应的治理结构和运营机制。要给予新技术、新业态、新模式一定的成长呵护包容期。

促进科技创新和产业创新融合,协同创新和成果转化应用是重要一环。

推进会明确,深化企业主导的产学研用协同创新,创新推动科技成果转化机制。“鼓励利用各种技术市场、成立专门技术转化机构,利用互联网和人工智能等手段推进转化。”李镇称。

人工智能赋能科研范式变革

新一代人工智能技术的快速演进,正在深刻改变人类生产生活方式。本次推进会上,人工智能成为贯穿多项改革任务的关键。

“要高度重视人工智能在科研领域

的应用,从政策支持、人才培养、标准规范等方面协同发力,完善支持人工智能引领科研范式变革的制度机制。”李镇强调。

推进会要求,注重运用人工智能强大的数据分析、模拟与预测、跨学科融合等能力,赋能科研工作,探索推动从传统的“观察—假设—验证”研究逻辑,向“数据密集—智能涌现—人机协同”研究逻辑转变,形成由海量数据和庞大算力驱动的智能化工研方式。同时,深化数据资源开发利用和开放共享,推进算力基础设施建设,推动实现人工智能自主设计试验、分析结果,切实提升科研效率。

积极打造和开放战略性高价值应用场景也是下一步的重点任务。“发挥国资国企需求规模大、产业配套全、应用场景多的优势,推进人工智能等技术加速落地、转化为现实生产力。”李镇说。

具体来看,坚持场景牵引,强化深度赋能,瞄准战略意义强、经济收益高、民生关联紧的高价值场景,加大布局力度。要夯实基础底座,统筹算算资源集中建设使用,为技术突破、大规模场景应用提供有力支撑。要鼓励国有企业积极开放应用场景,强化协同合作,健全常态化供需对接机制,采用揭榜挂帅等形式广泛协同各界力量,带动各类所有制企业科技创新和产业创新。

招商局集团党委书记、董事长缪建民透露,公司牵头或参与的“AI+金融”“AI+物流”等7项焕新和启航行动专项任务进展顺利。香港狮子山人工智能

实验室初步构建自主研发体系。

健全创新评价激励机制

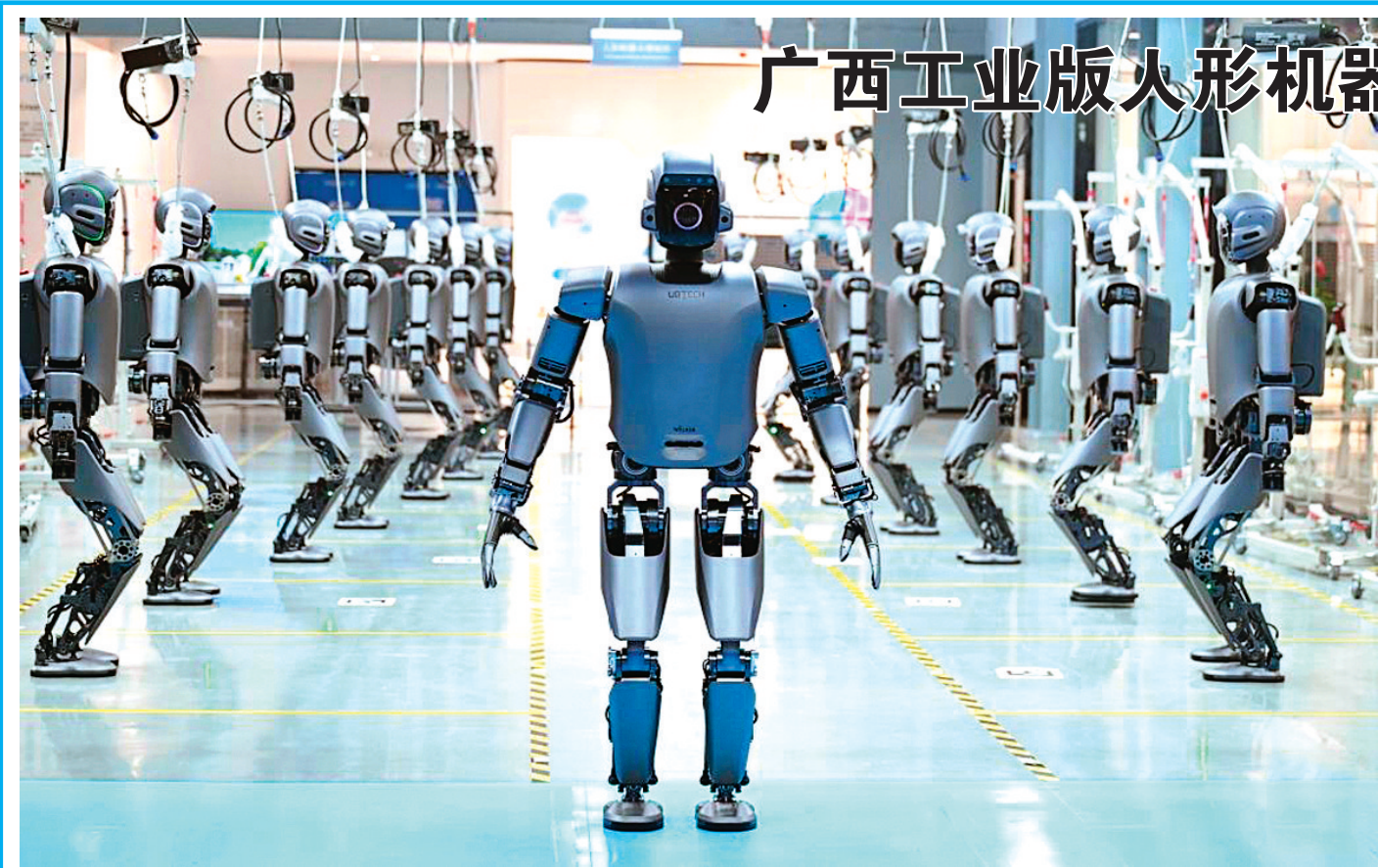
深化提升行动实施以来,国有企业 在深化体制机制改革、推动科技创新和 产业创新融合方面主动作为,创新活力 进一步激发。

以中国电科为例,其强化人才激励,打造“科技尖兵、科技方阵”。“中长期激励方式能用尽用,激励人数超5万人,员工持股覆盖百余家子企业。”中国电科党组副书记、总经理朱鹏介绍说。

强动力,在健全创新评价激励机制上求突破——推进会明确下一步的改革方向,提出普遍推行分类评价,有针对性开展长期绩效评价,精准规范开展中长期激励,探索构建具体化、场景化合规免责机制。

李镇表示,5年至10年的重大基础研究项目,可建立里程碑节点评价指标,并按阶段给予激励;对承担战新产业和未来产业的企业或项目,按照市场惯例,可设置亏损豁免期;对科技成果孵化期的企业或项目,可建立阶段性技术突破和能力沉淀评价指标;对产品规模转化期的企业和项目,可建立市场、效益阶段性增量评价指标。

在开展中长期激励方面,国务院国资委强调,中央企业和地方国有企业要坚持分类施策,划小单元锁定核心群体,精准匹配激励工具,最大限度发挥激励效果;坚持增量为主,激励兑现必须以创造价值增量为前提,且在一个周期内保持稳定增长,并建立回溯机制;积极总结推广职务科技成果赋权改革试点经验,具备条件的要提质扩面。 经济参考报



广西工业版人形机器人下线

6月18日,在广西柳州市北部生态新区广西机器人产业园,首台广西制造的工业版人形机器人正式亮相。当日,在广西柳州市北部生态新区机器人产业园,柳州优必选智能科技有限公司量产工业版人形机器人“WalkerS1”正式下线。与传统机械臂相比,工业版人形机器人凭借类人形态、灵活关节及强大的智能决策能力,能快速适应复杂多变的产线需求,实现“一机多能”的跨场景作业。 新华网

被虫咬伤后如何正确处理?

夏日来临,很多人喜欢去野外游玩、避暑,但蚊虫叮咬的风险也会随之增加。除了瘙痒难忍,严重的虫咬皮炎还可能危及生命,若不慎被叮咬,一定牢记以下几点。

被虫咬伤后怎么办?

首先要仔细辨别是被哪种蚊虫叮咬,有些蚊虫相当危险,比如蜱虫、隐翅虫等。

被蜱虫叮咬后,蜱虫一般会残留一段身体在体表,不要生拉硬拽,以免将口器断在皮肤内。可用酒精涂抹蜱虫,再用尖头镊子夹取,使其自动脱离。去

除蜱虫后,务必对伤口进行消毒。若蜱虫口器断于皮内,建议及时前往正规医院由专业人员进行处理。

被隐翅虫叮咬后,千万不要拍打隐翅虫,将它轻轻弹走,可采取清洗皮肤、避免搔抓、冷敷处理、药物治疗等方式改善。

如果不清楚是被哪种蚊虫叮咬,

首先立即用流动的清水冲洗叮咬的部位,减少叮咬处的蚊虫唾液,减轻瘙痒和炎症,并对叮咬处进行观察,如被咬的地方起了散发的风团样丘疹,伴有瘙痒症状,但次日就能自行缓解,无需就医。如果出现下列情况需及时就医:(1)被咬的地方起丘疹,24小时不消退,且丘疹数量增加,要及时就医;(2)被咬的地方迅速扩大,肿成馒头状,甚至伴有发热,立刻去急诊紧急就医。

央视网

重要提醒:频繁烫染发或致肝损伤

子、脱屑等现象。

□伤肝脏:或造成肝功能损伤

专家介绍,很多染发剂必须经过各种溶剂,可能苯的成分比较多,毒性比较强。频繁染发,这些成分慢慢地通过头皮表面的血管渗透到人体,吸收以后到肝脏里面蓄积,长年累月引起肝功能损害。

□或导致中毒:含较多化学成分染发剂含有多钟化学成分,据有关部门对百余种染发剂进行检测,将近90%的染发剂含硝基苯、苯胺等有毒化学物质。

(二)这5类人不建议染发、直发

□染发剂过敏者

染发剂中的任何一种成分都可能诱发过敏。

□头皮有破损者

如患有湿疹、带状疱疹等皮肤破损或皮肤病的人,染发剂中的有害物质

更易被吸收到体内。

□年老体弱、肝肾功能不全的人

这类人抵抗力弱,并且老年人白发较多,需要大面积染黑,更容易出现对身体健康不利的情況。

□妊娠、哺乳女性

妊娠期女性机体敏感,更容易过敏。

□有癌症家族史的人

增加患癌概率,应尽可能少染发。

(三)每年染烫头不要超过2次

目前市场上还没有完全无害的染发剂,建议每年染发、烫发不要超过2次。

□烫发染发同时进行?相隔两周以上

两者都对发质有很大的损害,应相隔两周以上。

□染烫发剂随意涂抹?别沾到头皮上

染发和烫发用的水剂要尽量避免

头皮,清洗的时候也要多按摩头皮,避免残留。

□不同染发剂一起用?不要混合使用

不要同时使用不同品牌的染发剂。染发剂之间可能会发生化学反应,生成有毒物质,增加过敏风险。

□敏感人群照常染烫?先抹点护肤品

头部皮肤较敏感的人群,可以在染发前,额前、耳后沿着发际,或头皮上薄薄涂一层清爽乳液或凡士林,这样避免染发剂直接接触头皮。

染发前可以先将染发剂用水稀释后涂抹在手肘内侧、耳后,观察是否有过敏反应。

□染烫后一劳永逸?多洗几次头发

染发后要多清洗几次,以减少染发剂在头发上的残留。

央视新闻