

国外对网购不合格产品咋处理

□ 黄学清 胡方 侯颖

近期,国家市场监督管理总局发布《关于18批次食品不合格情况的通告》。通告显示,有关部门组织抽检了炒货食品及坚果制品、方便食品、糕点、酒类、肉制品、食用油等11类食品556批次样品,其中,抽样检验项目合格样品538批次,不合格样品18批次。

值得注意的是,沃尔玛、淘宝、京东等在售产品均存在不合格情况,消费者不仅在线下购物可能碰到不合格产品,网购遇到不合格产品的情况,也时有发生。国外电商平台销售的商品,如果出现不合格情况会如何处理呢?

日本:消费者满意度最重要

非常注重服务品质的日本人,在网购这件事上也一样把消费者的满意度放在第一位。在规定时间内,无论是质量问题还是尺码问题等,消费者都可以办理退换货。

日本网购消费者权益

相关法律保护。《制造物责任法》中规定,对于质量有问题商品必须迅速退货或予以更换。所以日本在规定时间内无论是质量问题还是尺码等问题,消费者都可以办理退换货。此外,如果卖方告知不实信息或者存在故意隐瞒重要事项等违法行为,误导了消费者,购买的商品或所签的有关合同都可以退货及取消。日本的消费者保护法还规定,消费者可以在购物后有七天犹豫期。七天之内如果对商品不满意可以与卖方联系办理退货并且无需说明理由。尽管为了保护处于弱势的消费者而制定了该规定,日本的网购退货率依然不高,在2%~3%之间。

澳大利亚:绝大部分电商愿承担责任

澳大利亚本国电商对质量把控非常严格。如果出现产品质量状况,澳大利亚的电商会及时亡羊补牢,而不推诿任何责任。不过,如果是跨境海淘,就比较麻烦了。

由于澳大利亚本国人口

相对较少,导致有时候一些小事情也能闹到举国皆知。比如某种产品质量不过关、某商家拒绝退货等,这类事情造成的影响可能是全国性的。所以对澳大利亚本地电商一方面对产品质量特别严格,另一方面,绝大部分电商愿意承担产品由于质量问题导致消费者退货的后果,甚至很多电商的做法是14天内,可以在任意理由甚至无理的情况下,无条件退货。

不过澳大利亚消费者目前也在网购时遇到些头痛的问题,那就是跨境电商售后维权。如果消费者在这种情况下购买到质量残次的产品,除了特别严重的情况,可以联络本国相关机构帮助协调外,大部分情况只能依照跨境电商所在国法律维权,这多少造成了澳大利亚消费者的困扰。

不过目前的趋势是,其他各国电商纷纷在澳大利亚落地,所有投诉可直接联络该电商在澳大利亚国内分支机构。由于这种落地处理,多少让澳大利亚本国消费者在跨境电商

购物时,更为放心了。

英国:14天无条件退货

英国通行14天无条件退货的商业准则,对其网络购物的繁荣也起着非常重要的作用。消费者在网络平台购买商品之后14天内可以无条件退换货,除了个别明确标出的货品外。

该准则充分保护了消费者权益,使消费者在网络购物时十分放心。如果货物到手后发现与网店描述有差异,或者质量有问题,消费者都可以和卖家联系要求退货,卖家应全款退货。甚至有的网购平台仅仅因为买家觉得货品与预想有出入,也可以向商家提出退货要求。

如何退换货?不同商家条款不一样。有的需要将包裹寄回给发件方,待对方收到后检查无误便退款,这样一般比较麻烦。如果是连锁商家可以到实体店退货,这样更受消费者欢迎。但要记得网购时最好保存好商品包装,退货时会检查原有包装。

西非地区首条城铁开通

由中国土木工程集团尼日利亚有限公司承建的尼首都阿布贾城铁近日开通,尼日利亚总统布哈里出席开通仪式。这是西非地区开通的第一条城铁。图为在尼日利亚首都阿布贾,当地司机在中国师傅的带领下驾驶城铁。

新华社记者 张保平 摄



边走边看

德国:信用评分过低 可能会处处碰壁

□ 张曼 田颖 梁有昶

在德国,诚实守信已普遍内化于德国人的日常行为,除从小接受潜移默化的道德自律外,还有结构完善、运行良好的征信体系以及各项法律保障,共同促进人人守信用的社会氛围形成。

2017年9月,一名女学生在柏林地铁捡到内装1.4万欧元的钱包,她立即报警,并因此获得420欧元的奖励。当年7月,有人在柏林一棵树下发现22根金条和3500欧元,他没有据为己有而是交给警方,之后获得近2000欧元的奖励。在德国,丢失物品发现者获得物品价值3%~5%的费用是合法权利。

有奖必有惩。德国火车、地铁等公共交通工具常常无人值守。乘客需要根据自己乘车的

实际情况(例如乘坐距离、天数、是否携带自行车等)自助购票。但如果遇到检票员,却没有准备恰当的车票(包括没有票、购买的票种没有覆盖实际行程、上车忘记在打票机器上打印上车时间等)则要处罚60欧元。乘客乘车去柏林远郊,一旦超出月票所覆盖的A区和B区,就马上下车,补买C区车票。

德国社会信用体系主要包括以中央银行建立的“信贷登记中心”为主体的公共模式,以及以私营征信公司为主体的市场模式。德国的信用保障机构(SCHUFA)是一家德国全民信用数据存储与公示的民间机构,也是德国唯一一家信用评鉴与保护机构,于1927年在柏林成立。其核心业务是提供个人信用信息,记录个人信用数据,并且出示个人信用评分与信用证明。这一信用评

价体系是强制性的,每一个生活在德国的成年人都会被纳入该体系。

根据Schufa官网最新统计,该数据库拥有6750万德国居民以及530万企业法人的信用信息,这些信息包括:个人基本信息、信贷贷记录、手机及网络合同缴费情况、租房记录、保险信息、商务交易信息、犯罪及个人不良记录等。该机构采用0~100的评分制度,给每位居民打分,分数越高,信用等级越高。

个人信用评分会对生活方方面面产生影响,如办理银行卡与信用卡、租房买房、购车、找工作、签订手机和网络合同等。如果一个人的信用评分过低,他很有可能处处碰壁,如果评分高、信用良好,那么申请或签订各种合同的成功率更高。比如,在租房时,中介和房

东通常会要求承租人提供Schufa信用记录,并仔细审核。影响信用评分的情况包括信用卡缴费逾期、交易中违约、签订各种合同或网购后不按时缴费等。

在德国生活,人们通常都会认真经营自己的Schufa评分。在德国海外华人论坛中也有不少如何查询、提高自己信用评分的帖子,有华人网友在德国热线网站留言:“Schufa是要上心维护的,一年最少要免费查一次,大概了解一下,总没有坏处,如果有人觉得Schufa无所谓那我只能祝他们好运了。”

值得一提的是,德国如《联邦数据保护法》等多部法律对个人数据保护有严格规定。征信机构必须公正、合理地收集消费者和企业的信用资料。数据处理单位的工作人员有保密

义务,只有在法律允许或经用户同意的情况下,有关公司才能提供用户的信用数据,并且禁止在消费者信用报告中公开消费者收入、银行存款、生活方式和消费习惯等信息。

此外,德国还有健全的信用法律保障社会信用制度管理体系。有关信用管理的法规可见于商法、民法、信贷法和数据保护法等法律法规,主要包括规范信息公开的法律、保护个人隐私的法律、规范催收程序的法律、关于信用监督的法律等几个方面。例如,《反不正当竞争法》规定,客户在收到账单30天后或在账单规定的付款截止日后30天仍未付款,债权人可加收超过银行贷款利率5%的滞纳金。如客户在收到连续3次催账警告后仍置之不理,债权人可向地方法院申请强制执行。

海外传真

过度使用信用卡 两成巴西民众易背债务

本报讯 据南美侨报网报道,巴西信用保护服务机构(SPC Brasil)及国家商店联合会(CNDL)近日公布的数据表明,两成巴西民众在自己的工资不够花时会使用信用卡付账。

报道称,巴西信用保护服务机构的首席经济学家马塞拉·卡瓦乌蒂(Marcela Kawauti)指出,20%的巴西民众将信用卡视为自己薪水不够时的个人收入补充,当他们的个人收入无法支撑自己的支出时,他们会使用信用卡购买商品。“消费者使用信用卡购物很可能会产生负债。因为如果他们赚的钱没办法支付自己的日常开支,那么他们下个月的工资肯定也没办

法还清自己本月欠下的负债。这样,消费者欠下的贷款就会越来越多,无力偿还贷款的消费者就会背上负债。”她说。

调查表明,44%的巴西消费者只有在特定的情况下才会使用信用卡,38%的人在分期付款时使用信用卡支付,34%的人在网购时使用信用卡买东西。

调查还指出,如果一个地方不允许使用信用卡购物的话,那么41%的消费者不会在那个地方购买商品。其中,41%的消费者不会在不接受信用卡支付的酒吧和餐馆就餐;35%的消费者不会在街头购买商品;19%的人不在不接受信用卡支付的加油站加油。(欣闻)

日产汽车曝出排放和油耗造假丑闻

本报讯 日产汽车公司近日承认,该公司在日本国内的五家工厂存在尾气排放和油耗测量造假问题。

日产汽车公司对旗下五家工厂的2187辆汽车进行了抽样调查,发现1171辆汽车存在上述造假问题,占到抽样总数的53.5%。

按照日本国内法规,新车在出厂前要进行尾气排放和油耗的检测。上述工厂将部分不达标汽车的数值修改为正常值后,发放合格证书,出厂销售。此外,部分汽车在出厂前进行尾气排放和油耗检测时,行驶时间、温度等指标并不满足试验标准,在这种条件下得出的

无效测试结果被当作正式测试结果写入检测报告。

负责生产和开发的日产公司执行董事兼首席竞争官山内康裕表示,出现问题的主要原因是工厂没有配备拥有检测知识和技能的监督员。工厂的质检员如果没有得到合格的检测数据,便需要时间重新检测。因为交货时间紧,质检员就通过造假来提高检测效率。

去年,日产汽车曾曝出不具备资质的辅助检验员参与车辆出厂检验的丑闻。此次再次曝出排放和油耗造假,公司业绩恐遭重创。

(马曹冉 钱铮)

脸谱承认曾与52家公司分享用户数据

本报讯 据外媒报道,脸谱公司与其他公司分享用户数据一事继续曝光。脸谱承认其曾与52家硬件和软件公司分享用户数据,其中包括许多此前未曾曝光的企业。此外,脸谱日前一起漏洞影响了超过80万用户。

在发送给美国国会长达700多页的回复中,脸谱披露

的信息显示,包括苹果、微软、亚马逊等美国科技巨头均为该公司的数据整合合作伙伴。《纽约时报》在6月已报道称,脸谱过去一直在同硬件制造商分享用户数据,但最新公布的名单中还包括美国第二大无线运营商AT&T、移动芯片制造商高通等企业。

脸谱表示,他们与上述企业的伙伴关系与今年年初曝光的剑桥分析用户数据泄露事件丑闻中与第三方应用开发平台建立的数据共享关系有很大不同。脸谱说,它与微软、苹果、黑莓等公司进行密切的合作,尤其是在iOS和Android两款移动操作系统发布之前的几年里,希望确保脸谱平台能够在移动设备中有效地运行。另一方面,我们的开发人员平台旨在使开发人员能够使用Facebook用户提供的信息,根据他们提供给用户的条款和策略,构建自己独特的体验。

脸谱还表示,在该公司建立的52个数据集成合作伙伴

关系中,38个已经结束了关系,还有7个伙伴关系将会在本月底结束,另有多伙伴关系将会在今年10月结束。公司与亚马逊、苹果建立的伙伴关系将延长至10月之后。此外,为了让用户能够在浏览器中接收到脸谱的推送消息,该公司将继续与Mozilla和Opera等分享数据。

此外,脸谱近期在一篇官方微博中对大约80万用户发出警告称,一个新漏洞导致部分用户之前的屏蔽功能暂时失效,被屏蔽目标可以看到用户不想被对方看到的内容。该漏洞不仅影响到了脸谱平台,也包括公司旗下的消息应用Messenger。这一漏洞出现在5月29日~6月5日之间,目前已经被修复,受影响的用户已经收到了公司的警告提醒。

这起事件是脸谱一系列数据泄露丑闻中的又一次失误。之前脸谱因在俄罗斯干预美国选举中扮演的角色而备受争议,随后又因为剑桥分析公司借助公司平台盗取数千万用户个人数据遭到美国联邦调查局、美国证券交易委员会、美国联邦贸易委员会和美国司法部的调查。脸谱表示,正在与美国、英国及其他国家的官员合作,提供了公开证词,回答了问题,并保证继续提供协助。

(周武英)