

普
华
经
管



电子商务纠纷案例 精解大全

李志国 © 著

解决电子商务纠纷，
维护自身合法权益的实用法律手册

全面梳理，系统性强
理论联系实际，实用性强



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

电子商务纠纷案例精解大全

李志国 著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

电子商务纠纷案例精解大全 / 李志国著. -- 北京 :
人民邮电出版社, 2016. 9
ISBN 978-7-115-43606-1

I. ①电… II. ①李… III. ①电子商务—经济纠纷—
案例—中国 IV. ①D922. 294. 5

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第219903号

内 容 提 要

电子商务在给消费者带来便利的同时,也使消费者在交易活动中的权益保护面临着诸多不确定性。为了保障自身的合法权益,电子商务中的交易各方应当掌握相关的法律知识,运用相关法律来保护自己。

《电子商务纠纷案例精解大全》一书涵盖电子商务环境下的生活消费合同纠纷、生产购销合同纠纷、网银支付合同纠纷、虚拟财产合同纠纷、物流运输合同纠纷、旅游休闲合同纠纷等12类常见的纠纷,并列举了大量真实案例。每个案例都由案情回放和法理解析两部分构成。其中,案情回放简要介绍了案情的背景和过程,法理解析则基于《合同法》《消费者权益保护法》《广告法》等法律阐述了案情涉及的法律问题及判定结果。本书为维护消费者和经营者的合法权益,提供了参考价值极高的政策和法律依据以及实践案例。

本书适合各类法律和法务工作者阅读,也可作为市场监管部门、电商企业和网店经营者的参考用书,还可作为普通消费者学习电子商务法律知识的读物。

◆ 著 李志国

责任编辑 张国才

执行编辑 徐晓菲

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 13

2016年9月第1版

字数: 230千字

2016年9月北京第1次印刷

定 价: 45.00元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第8052号

前 言

2015年“两会”期间，政府工作报告中首次提出要“制订‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。电子商务是经济发展的新形态、新动力，也是推动大众创业、万众创新的重要平台。各级政府都将电子商务作为新的经济形态和经济增长点，并给予大力支持。

随着电子商务的快速发展，各类电子商务纠纷逐渐增多。市场监管部门、生产者、经营者、消费者、研究者在解决电子商务纠纷时往往没有先例可借鉴，因此亟须参考用书。基于此，本书精选了大量电子商务纠纷案例，以期为解决电子商务纠纷提供政策和法律依据以及实践经验，维护消费者的合法权益，节约社会资源，构建和谐的消费环境。

本书所列举的案例涵盖网络通信、旅游休闲、医疗保险、募捐赠与、恶性竞争、委托居间、规范监管等12类电子商务纠纷，涉及电子商务纠纷的方方面面。针对每个案例的“法理解析”力求做到逻辑严密、分析透彻，既有学术性、专业性，又深入浅出、通俗易懂。读者通过阅读本

书，可以从真实的案例中获得预防、解决各类电子商务纠纷的知识，提高处理电子商务纠纷的能力。

本书注重实践性、时效性、真实性与可借鉴性。涉及的案例既与“电子”相关，又属于“商务”范畴；贴近实际生活，易于学习借鉴。同时，我们对书中案例中援引的法律规章条文进行了逐条查询，对比核实，确保所有条文均为目前适用的最新版。

作为电子商务纠纷方面的工具书，本书适合市场监管部门执法人员，各级政府电商产业服务机构工作人员，消费者协会、社区等调解组织工作人员，法官、律师、仲裁员等法律和法务工作者，电商企业和网店经营管理者，大中专院校经贸专业、电子商务专业师生等参考阅读。我们希望本书能够帮助读者学习和掌握电子商务法律知识，提高处理电子商务纠纷的能力，有效维护自身的合法权益。我们也希望本书对规范、引导我国电子商务的发展，净化、优化电子商务经营环境，加快实施“互联网+”行动计划，能够起到一定的促进作用。

在本书的创作过程中，我们参阅了大量的报刊和书籍，咨询了有关专家、学者、律师和部分从事电子商务经营管理的人员，借鉴了消协调解组织、市场监管、公安、法院、仲裁机关等调查处理的纠纷案例及观点，在此表示衷心感谢。限于作者水平，书中难免存在不足之处，恳请广大读者提出宝贵的意见。

目 录

第一篇 生活消费类纠纷 // 1

销售打折商品，网店应开具发票 // 1

特价商品是否“三包” // 4

网上买到假货，投诉哪家赔偿 // 7

同笔书刊订单，四种退货法 // 10

网购电视机致人损伤，商家要担责 // 13

网上团购被骗，怎么办 // 15

网购没有发票，可要求退换赔偿 // 18

迟迟不发货，可要求退单和索赔 // 21

霸王条款，欲防别人，反伤自己 // 22

举证责任倒置，电视机免费维修 // 25

进口食品无中文标签，可起诉索赔 // 28

网售食品虚假宣传，网店须退货和赔款 // 30

网站标错价格，能否擅自“砍单” // 35

第二篇 生产购销类纠纷 // 39

要约忘记撤回，多购十吨良种 // 39

宣传有讹误，汽车被退货 // 42

未成立的耳机购销合同 // 46

一批设备不合格，能否全部退货 // 49

第三篇 网银支付类纠纷 // 53

借记卡资金被盗取，由谁负责 // 53

是借款还是投资，微信记录作证 // 56

伪卡取款，银行判赔 // 59

盗刷他人支付宝要获刑 // 61

借钱无借条，支付宝作证 // 63

信用卡还款，银行先划哪张卡 // 65

汇错款，怎么办 // 67

邻居做众筹，事后失联 // 70

QQ好友借款，务必验证防骗 // 71

网晒债务人信息，债主成被告 // 73

第四篇 虚拟财产类纠纷 // 77

盗卖游戏点数要获刑 // 77

真假妻子，谁来继承“屠龙刀” // 80

QQ 号码能否作为遗产继承 // 83

集赞不兑现，失信不可赞 // 85

第五篇 物流运输类纠纷 // 87

买家信息泄露，快递公司须赔偿 // 87

快递公司要对丢失的手机负责 // 89

快递途中烧毁，谁来承担赔偿责任 // 93

网购机票晚点，应予改签或退票 // 96

代签快递丢失，谁来赔偿我的损失 // 98

第六篇 网络通信类纠纷 // 101

电话被盗打，由谁来买单 // 101

强收话费遭投诉，霸王条款被处罚 // 103

邮箱容量缩水，新浪网被告 // 107

网充话费须谨慎，投诉赔偿可加倍 // 113

起诉索要短信费，为何被法院收缴 // 117

遭遇电话诈骗，状告电信运营商 // 119

拒删侵权照片，社交网站被告 // 125

偷装流量包，构成盗窃罪 // 127

售后服务不到位，网购家电须三思 // 130

网站误刊登电话号码，遭机主起诉 // 131

在家参加网上会议，是否属于加班 // 134

第七篇 旅游休闲类纠纷 // 137

旅游合同无效，网站应全额退款 // 137

不能兑现的温泉团购票涉嫌欺诈 // 139

投诉“群旅游”，维权遇难题 // 142

网订酒店爽约，游客如何维权 // 144

推诿团购餐券，失信餐馆须赔偿 // 146

第八篇 医疗保险类纠纷 // 149

医院做虚假宣传要受罚 // 149

遭遇非法行医，患者起诉网站 // 152

代购药品，网售获刑 // 155

名人代言虚假广告，违规遭诉被罚 // 157

医院不可擅自公开患者的感谢信 // 159

第九篇 募捐赠与类纠纷 // 163

赠品不合格，可要求退换 // 163

赠送电饭煲，伤人要担责 // 164

认捐后反悔，被起诉执行 // 167

忘记办理赠送保险，我家失窃你来赔 // 170

买家要求退货，赠券已用怎么办 // 173

第十篇 恶性竞争类纠纷 // 177

不可剽窃的著作权 // 177

第十一篇 委托居间类纠纷 // 181

电子输入错误，怎么办 // 181

电子邮件作证，被告支付欠款 // 184

轿车出租被骗，租车平台须赔偿 // 187

第十二篇 规范监管类纠纷 // 191

网购诉讼，谁有管辖权 // 191

网购七天后悔权，不可误读滥用 // 195

第一篇 生活消费类纠纷

销售打折商品，网店应开具发票

案情回放

某网店在广告中宣称，推出“开业三周年庆典优惠大酬宾”活动，时装类商品3折优惠。王某看到此次活动折扣比较大，便在该网店挑选了一双原价700元的皮鞋，按3折优惠后共计210元。王某按照操作程序一步步填写并提交了订单，最后通过网上银行支付了购买皮鞋的款项。王某要求对方发货时寄来发票，该网店称王某购买的皮鞋不能开具发票，原因是王某享受了3折的优惠价格，如果王某坚持要开具发票，她需要按购买价格的6%增加付款额。王某不同意，双方争执不下。该网店要给王某退款，王某认为自己已经付款完毕，索要发票是自己的权利，网店退款的理由不成立，她坚持不接受退款。四天后，王某收到该网店快递寄来的皮鞋，她对皮鞋的质量很满意，但没有收到网店提供的发票，于是王某向网店所在地的工商部门提出投诉。

法理解析

商家以各种理由不给消费者提供发票，无论是在线下交易中还是在

网购中，都屡见不鲜。

《中华人民共和国消费者权益保护法》是为保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展制定的一部法律。2013年10月25日，第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》，修订后的《消费者权益保护法》自2014年3月15日起施行。新《消费者权益保护法》第二十二条规定：“经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。”国家工商总局制定的《网络交易管理办法》第十三条规定：“消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，网络商品经营者必须出具。”

在本案中，某网店称因为消费者享受了3折优惠所以不能开具发票，如果坚持开具发票需要按购买价格的6%增加付款额的说法是违反法律规定的。对商家来说，不管消费者购买的是以正常价格销售的商品，还是打折的商品，只要有消费行为发生，商家都应依法开具发票，不得以任何理由拒开。在本案中，工商部门对该网店进行了约谈，责令其为王某补开发票。

在本案中，消费者王某还可以向税务部门举报。《中华人民共和国发票管理办法》第十九条规定：“销售商品、提供服务以及从事其他经营活动的单位和个人，对外发生经营业务收取款项，收款方应当向付款方开具发票；特殊情况下，由付款方向收款方开具发票。”第二十条规定：“所有单位和从事生产、经营活动的个人在购买商品、接受服务以及从事其他经营活动支付款项，应当向收款方取得发票。取得发票时，不得要求变更品名和金额。”第三十五条规定：“违反本办法的规定，有下列情

形之一的，由税务机关责令改正，可以处 1 万元以下的罚款；有违法所得的予以没收：（一）应当开具而未开具发票，或者未按照规定的时限、顺序、栏目，全部联次一次性开具发票，或者未加盖发票专用章的。”在本案中，税务机关可以依法责令某网店为王某补开发票，并对其处以 1 万元以下的罚款。

知识链接

《网络交易管理办法》

《网络交易管理办法》是为规范网络商品交易及有关服务行为，保护消费者和经营者的合法权益，促进网络经济持续健康发展，依据《合同法》《侵权责任法》《消费者权益保护法》《产品质量法》《反不正当竞争法》《商标法》《广告法》《食品安全法》和《电子签名法》等法律、法规制定。经中华人民共和国国家工商行政管理总局局务会审议通过，于 2014 年 1 月 26 日以国家工商行政管理总局令第 60 号文件发布，自 2014 年 3 月 15 日起施行，同时废止 2010 年 5 月 31 日发布的国家工商行政管理总局令第 49 号《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》。

《网络交易管理办法》规定，网络购物享受七天后悔权，网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由；鲜活易腐、定作等四类商品除外。消费者的网购“后悔权”在法律和部门规章层面都获得了支持。严禁泄露消费者个人信息、电子发票和凭证可作为投诉依据、第三方交易平台终止服务应提前公示、微博推销商品应注明是否为广告等规定，也有效地保障了网购消费者的权益。

《网络交易管理办法》第十三条规定：“网络商品经营者销售商品或

者提供服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；征得消费者同意的，可以以电子化形式出具。电子化的购货凭证或者服务单据，可以作为处理消费投诉的依据。消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，网络商品经营者必须出具。”

特价商品是否“三包”

案情回放

2015年圣诞节，张某在某购物网站上购买了一套面膜，该面膜属于特价商品。当张某收到货物后，发现有几袋面膜存在包装不严实、液体外漏的情况。于是，张某联系了该购物网站的客服人员，她在反映情况后要求退货。该客服人员称该商品有合格标识，未过保质期，并且是特价商品，因此不予退换。在张某的再三要求下，该购物网站坚持称特价产品不予退换，双方发生争执。

法理解析

本案是一起关于有质量问题的特价商品是否可以退换货的买卖纠纷。

《消费者权益保护法》第二十三条规定：“经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵，且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。”第二十四条规定：“经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理

等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。依照前款规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。”第二十六条规定：“经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”

根据上述法律规定，经营者所售商品的质量必须合格，否则就构成违法，必须负责退换；如果经营者向消费者明示商品系存在一定瑕疵的处理商品，而采用特价的方式出售，则可构成免责。

经营者要保证消费者购买到的商品能够正常使用，这是最基本的要求。也就是说，经营者必须保证售出商品的质量，如果售出的商品在规定期限内出现质量问题，应该无条件修理、更换或者退货，即使是打折商品也不能例外。特价商品、断码商品等低价销售的商品必须符合商品质量要求。

《零售商促销行为管理办法》第十二条规定：“零售商开展促销活动，不得降低促销商品（包括有奖销售的奖品、赠品）的质量和售后服务水平，不得将质量不合格的物品作为奖品、赠品。”因此，对于促销类的特价商品，经营者不得以“告知特价商品不予退换”为由拒绝承担质量“三包”责任，必须承担退换责任。

从《消费者权益保护法》的上述法律规定来看，特价商品和处理商品应属不同的概念，处理商品属于特价商品的一种，但不是所有的特价商品都是处理商品。商品“特价”的原因有很多，有的是因为反季节、合同到期或经营者为了促销而对商品进行降价销售以吸引消费者，有的是因为断码、尾货或商品本身有瑕疵。对于前者，可以认为是促销类特价商品，而后者则可以认为是处理商品。对于处理商品，商家应当在其产品包装上标注“处理商品”“次品”等字样。

“清仓”“特价”“全场5折起”“买二送一”……这些诱人的宣传，已成为商家惯用的促销手法。当消费者购买的特价商品出现问题需要退换时，往往被商家以“特价商品不退不换”为由拒之门外。根据法律规定，打折商品可退换，这是消费者的合法权益。“特价商品”不是处理商品，商家不能故意将特价商品与处理商品混淆，以此规避“三包”责任。

在本案中，该购物网站不得拒绝张某提出的退货要求。该网站称特价商品不退不换是完全没有法律依据的。同时，张某还可以向工商行政管理部门投诉，由工商部门查处该网店销售假冒伪劣商品的行为。如果该网站拒不退货，张某还可以依据《消费者权益保护法》《侵权责任法》等法律法规向法院提起诉讼，要求该网站赔偿。

知识链接

电子商务

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可以理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、

信息化。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在互联网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付，以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。网络营销是电子商务的一种产物。

网上买到假货，投诉哪家赔偿

案情回放

刘某通过某网站购买了一款由某珠宝公司销售的水晶摆件。经珠宝鉴定中心检测，该水晶摆件为玻璃摆件。刘某以珠宝公司构成欺诈，而某网站作为网络交易平台提供者，作出了更有利于消费者的承诺，应当履行承诺为由，将某网站诉至法院，要求某网站退货退款并给予三倍赔偿。法院审理认为，本案中某网站产品页面上载明了销售方是某珠宝公司，并在其网站上公示了某珠宝公司的地址和有效联系方式，刘某也通过上述信息与某珠宝公司取得了联系。刘某未能举证证明某网站作出更有利于消费者的承诺。法院认为，某网站不是适格的原告，依法驳回了刘某的诉讼请求。