

# 便利规则成敛财手段

## 平台能否用熔断机制堵住“薅羊毛”漏洞

《工人日报》曲欣悦

许多新业态平台企业为了吸引用户,推出新用户首单优惠、到货不满意极速退款、打车软件先用后付等规则,但有用户恶意利用这些规则漏洞“薅羊毛”,甚至故意敛财涉嫌犯罪。制造“问题外卖”恶意索赔115笔订单;利用“极速退款”大批量退了3000余单;“薅”新用户福利的“羊毛”套取3万余元……近日,多地警方破获用户恶意利用平台便利规则的漏洞“薅羊毛”构成诈骗的案件。律师表示,诚信原则要求一切市场参加者在不损害他人利益和社会公益的前提下追求自己的利益。在一些新业态模式中,消费者可能从恶意“薅羊毛”行为中获利,但这不仅不利于新业态良性发展,长此以往消费者也会受到不诚信的反噬,甚至构成犯罪。



## 平台便利规则成敛财手段

一些外卖平台会与保险公司合作,制定极速赔付规则,一旦用户吃到“问题外卖”,可在APP内上传相关证明,提交理赔申请,就能在短时间内获得理赔结果。不过,有人利用外卖平台快速赔付规则行骗,湖北省武汉市江汉区人民法院近日就宣判了这样一起案件。

被告人阮某通过外卖平台点单后,制作了食品有异物的虚假图片,并以食品卫生问题为由向平台申请赔偿,从中获取赔偿金。6个月内,阮某使用多个账号向平台恶意索赔115笔订单,骗赔总金额近2万元。

在江西永丰警方今年查处的一起案件中,谢某发现一网购平台有“极速退款”的服务承诺。利用该规则漏洞,谢某伙同张某先是大量购买该平台商品,收到货后以商品过保质期、发错货物等理由向平台申请退款不退货,之后再已到手商品转卖掉。两人用此方法,共申请退款3000余单,累计金额达20余万元。

在许多电商平台,向新用户提供优惠券也是一种常见的拉新手段。今年8月,江苏南通警方破获了一起利用电

商平台新用户福利“薅羊毛”的案件。袁某通过在电商平台注册新用户,随后获得账号上的优惠券和红包。袁某采用积少成多的方法,在平台上一共套取3万多元。

记者还发现,在网约车、共享单车等平台,有一些用户利用平台“先用后付”的机制逃单。有乘客会注册多个打车软件,逃单后便不再使用该账号。也有乘客购买多个虚拟号码注册打车,从而多次逃单,后续追索车费也面临困难。

## 是商家“玩不起”还是用户“玩脱了”

“规则是商家制定的,商家是不是玩不起?”“‘薅羊毛’的人那么多,别‘玩脱了’就行”……记者在采访中发现,一些消费者对于利用平台规则漏洞“薅羊毛”被处罚感到不解。

近年来,利用电商漏洞大规模刷红包或刷单已逐渐发展出了完整、成熟的产业链。其中不乏黑灰产团伙使用技术手段不正当牟利。

对于用户“薅羊毛”的行为是否违法,北京德恒律师事务所合伙人、网络与数据研究中心主任张韬认为要视不同

情况来具体分析。“首先要看消费者的行为是善意的还是恶意的。就‘羊毛党’而言,如果是正常利用平台优惠促销信息下单购买,按照商家的优惠政策进行交易得到实惠,属于合法正当交易行为,其交易受到法律保护。同时,根据平台促销活动或在规则允许范围内,即使一人获得了多份优惠券,也属正常。但如果是利用技术漏洞或者通过其他非法技术手段,恶意获取利益或者套取现金利润时,则可能构成不当得利或其他违法行为,情节严重的,还可能涉及刑事犯罪。”

## 新业态良性发展呼唤诚信

今年5月,上海市徐汇区人民法院公开宣判的一宗“薅羊毛”诈骗案曾引起广泛关注。在校大学生徐某利用在肯德基客户端下单时发现的技术漏洞,将骗取来的套餐产品通过线上交易软件低价出售给他人,从中非法获利。同时,徐某还将犯罪方法当面或通过网络传授给丁某等4名同学。法院以徐某犯诈骗罪、传授犯罪方法罪,判处其有期徒刑2年6个月,并处罚金6000元。

“诚信原则要求一切市场参加者在不损害他人利益和社会公益的前提下,追求自己的利益。消费者在交易中违背诚实信用原则必然会损害正常的市场交易秩序。”陕西高律师事务所律师刘晶表示,在一些新业态模式中,消费者可能从恶意“薅羊毛”行为中获利,但这不仅不利于新业态良性发展,长此以往消费者也会受到不诚信的反噬,甚至构成犯罪。

“消费者在交易中违背诚实信用原则会损害商家的利益,也可能导致商家在策划某些优惠、让利活动时更加谨慎,因此有可能间接地使本来对消费者有利的规定和优惠逐渐缩小空间。”北京云嘉律师事务所副主任、中国政法大学知识产权中心研究员赵占领认为,一些恶意“薅羊毛”的行为往往存在违法成本较低的情况,用户通过不断更换新号就可以继续进行不正当牟利。

张韬建议,电子商务平台应当针对相关漏洞产生的原因,对症下药,建立起熔断合规机制,保证系统和网络安全。

# 无统一标准,同价值费用差近10倍

## 快递保价门道多

《北京青年报》张鑫

日前,上海市消保委针对快递保价费进行了测评并发布了结果。记者了解到,各快递公司对保价都有自己不同的要求和计费方式,保价费用差别明显,同等申报价值的快件保价费用可能相差近10倍。

此外,不少消费者认为保价价值就等于消费者能获得的赔偿金额,但是快递公司却有一套自己的计算方式,因此针对快递保价的纠纷也频频出现。

## 发现

### 快递保价无统一标准 同价值费用差近10倍

目前,针对消费者寄递的贵重物品,国内各快递公司的通常做法就是建议保价并收取相应保价费。但因为没有保价费的统一标准,很多消费者也不知道到底哪家快递公司的保价费便宜。

上海市消保委实际测评显示,大部分快递公司的保价费按照消费者寄递的物品声明价值划分收费区间,相对低一些的声明价值实行定额保价费,而声明价值较高的实行比例保价费率。

在同等申报价值的快件中,价格也存在差异。其中,价值1000元以下的快件,保价价格在0.9元到8元不等,价值万元的快件保价金额从24元到100余元不等。记者了解到,大部分快递公司会设置单票最高声明价值或实际价值上限,一般为2万元到3万元。上海消保委数据称,京东单票保价上限30万元,德邦最高声明价值可以达到100万元。

## 调查

### 保价政策各公司都有 快递员拒收“理由”多

虽然每家快递公司都有保价政策,但到具体执行上则

会出现很多状况。目前,个人寄快递较为流行的方式是小程序或APP下单,但申通等一些快递公司的小程序里下单页面中就没有保价一项。记者咨询了部分快递客服,对方表示,如果自助下单后要求保价,可以让收件快递员进行操作。但是,在快递员这边,保价却成了一个“难题”。

“您这个电子产品,要是保价的话,我建议您还是问问顺丰,我们收不了。”某通达系快递小哥表示,对于为何不收,小哥语焉不详。另一家不愿意收寄文件保价快递件的快递公司则表示,不能确认保价品的价值。

记者了解到,很多快递公司对于承保物品都有相应规定,比如圆通不承保发票、票据等无法核实真实价值的物品;韵达对冷藏物、工艺品等都不能保价。不过,一些被快递员拒绝收寄的快件有的也不在上述范畴。

## 原因

### 高价快递出问题赔偿难 “可能一个月就白干了”

对此,一些快递从业人士表示,目前部分快递公司还是加盟制,如果高价值快递出现问题,加盟站点会承担赔偿责任,这也就导致了部分快递站点不愿意为客户保价或者明确不收寄高价值的快递。“对于他们来说可能一个快件就赚一两块钱,但是保价件一旦出问题,可能一个月就白干了。”

此前也有类似情况发生,而更多的是保价后出现的赔

偿问题,比如“一箱6瓶飞天茅台,寄件时按市面价格4000元一瓶保价,赔偿时却只能按出厂价1499元一瓶来赔”,“明明交寄时让快递员按照1.4万的价值保价,但快递员下单时只填了5000元的价值,到理赔时就说只能赔500元”……

记者在黑猫投诉平台上看到,关于快递保价的投诉有1万余条,除了保价后快递丢失、损坏的纠纷外,投诉问题还包括快递员收费时私自为用户增加或减少保价金、客服推诿不给保价等方面。

## 关注

### 保多少就赔多少? 快递公司不这么算

不少消费者认为保价价值就等于消费者能获得的赔偿金额,快递公司则表示这些都写在相关条例里。记者查询了部分快递公司的保价条款,就有公司将情况分为“足额投保”和“未足额投保”。该快递公司客服解释称,假如快件是800元的商品且有发票或凭证,如果保价声明价值是1000元,那么一旦丢失了,按照实际损失赔偿800元。如果声明价值是500元,则按照保价比例,赔偿625元。当然如果快件只是损坏了部分,那么可能赔付的比例会更少。

而对于这些条款,在小程序或APP下单的用户,如果不勾选则无法完成下单,快递员当面揽收的快件则不会主动告知上述情况。

上海市消保委提醒消费者,消费者如果有快递保价需求,可以提前了解下各快递公司保价费收取标准并测算下保价费用,下单前联系承保快递公司确认保价费用及其他相关注意事项。

不过,也有法律界人士表示,目前针对快递保价频频出现纠纷,有关法律部门应出台更为细致的法律法规,对快递保价的赔偿标准、索赔主体、举证责任等进行具体规定。减少消费者维权的困难和不必要的诉累。