

江苏省消保委约谈“智能电视开机广告”责任企业

为了进一步规范智能电视生产经营行为,落实智能电视经营者主体责任,促进行业健康发展,10月10日下午,江苏省消保委结合智能电视开机广告专项消费调查情况,对七家智能电视经营者开展集体性约谈。

今年7月下旬,江苏省消保委通过公开数据收集、消费者问卷调查、征集志愿者收集信息等方式对三星等10家智能电视品牌进行开机广告的专项消费调查,并于8月29日,发布了该调查报告。结果显示,开机广告问题普遍存在,开机广告影响消费体验,经营者行为侵权严重。

96.4%的消费者告知,家中智能电视存在开机广告问题,有开机广告的情况下,30.16%的消费者表示,开机广告无法中途关闭。

线下志愿者调查显示,创维、海信、海尔、乐视的开机广告不可关闭;小米、长虹的开机广告最后3秒可关闭;夏普长达30秒的开机广告在最后10秒时屏幕右下方出现可关闭提示,但提示不清晰,存在销售时未告知开机广告,未能提供一键关闭功能,不能自主关闭广告等共性问题。

为促进智能电视经营者正视问题,切实履行主体责任,预防和避免消费纠纷升级,保障消费公平正义,根据我国《消费者权益保护法》、《江苏省消费者权益保护条例》赋予的消费者组织的公益性职责,结合智能电视开机广告消费调查情况,江苏省消保委提出如下整改要求,请各企业在十个工作日内提交书面整改方案,对于不予配合、不予整改的企业,省消保委不排除运用公益诉讼等法律手段,坚决维护消费者合法权益。

切实履行告知义务,保障消费者知情权。我国《消费者权益保护法》(以下简称《消法》)第八条规定:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”第二十条规定:“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面。”经营者应当在商品购买页面或其他适当公示具体的买卖合同条款,在销

售时以显著的方式向消费者明示智能电视利用互联网自动下载、更新开机广告内容并在开机后播放加载广告的功能,履行真实、全面的告知义务。

提供广告一键关闭功能,保障消费者选择权。我国《消法》第九条规定,消费者的选择权包括以下四项:①有权自主选择提供商品或者服务的经营者;②有权自主选择商品品种或者服务方式;③有权自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务;④在自主选择商品或者服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。销售智能电视涉及提供电视机硬件、开机播放商业广告以及提供内容性服务,无论何种经营行为均应遵守《消法》第九条的规定,在智能电视播放广告时,提供一键关闭广告的功能,保障消费者权益,尊重消费者的自主选择权,不得限制消费者拒绝开机广告的权利。

自主关闭开机广告,保障消费者公平交易权。开机广告不是消费者购买智能电视的必选项目,履行开机广告告知义务不能成为消费者被迫接受无法自主关闭的开机广告,经营者规避责任承担的理由。我国《消法》第26条规定:“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。”在消费者作出明确拒绝开机广告的意思表示时,智能电视经营者应当及时为消费者提供自主关闭开机广告的功能服务,保障消费者的消费体验,尊重消费者的公平交易权。

建立健全投诉处理机制,正视消费者诉求。智能电视经营者作为维护消费者权益的第一责任人,应当建立健全消费者投诉处理机制,明确受理消费者投诉的具体部门和责任人员,并向消费者明示投诉渠道,应当充分了解并执行国家和江苏地方法律法规的相关规定,积极配合消费者组织的调解工作,不得以企业规章制度、

部门规定、行业规则等为由推脱责任,切实承担起企业维护良好消费环境的社会责任。

江苏省消保委将持续发力,采取系列措施,着力净化智能电视市场消费环境,确保智能电视行业规范化经营,保障广大消费者合法权益。

一是持续跟踪关注,确保整改到位。省消保委将积极履行监督职责,对智能电视开机广告限期整改情况持续关注和跟踪,确保整改落实到位,符合保障消费者合法权益的要求;对于态度消极、坚持不予整改的企业,省消保委将依据《消费者权益保护法》赋予消费者组织的法定职责,保留采取进一步措施的权利,不排除必要时通过公益诉讼等法律途径,坚决维护消费者整体利益。

二是畅通投诉渠道,强化社会监督。省消保委将进一步拓宽投诉渠道,不断实现投诉的便利化、渠道的畅通化,指引广大消费者发现或遇到问题,积极依法维权,主动投诉,同时,充分发挥省消保委志愿者专家团、公益律师团的力量,共同规范智能电视行业的生产经营行为,促进智能电视行业良性发展。

三是综合运用维权手段,依法履职尽责。针对智能电视领域重大、典型侵害消费者合法权益行为,省消保委将综合运用调查、约谈、反映、建议、提醒批评、公示、信用公示等方式,切实加强消费者的保护,有力遏制经营者不法行为,为消费者放心消费保驾护航。

江苏省消保委副主任兼秘书长陆峰表示,开机广告影响了用户体验,透支了用户信任,也拉低了企业自身的品牌价值与口碑,开机



广告既不合理也不合法,企业必须正视消费者的使用体验和成本,产品可以更新,商业模式也可以创新,但在缺乏约束的环境中野蛮生长,更不该由消费者来买单本不该买的单,企业作为维护消费者权益的第一责任人,必须高度重视消费者意见,正视消费者合理诉求,切实履行社会责任,敬畏消费者权益、厚待消费者才能赢得市场、才有未来。下一步,省消保委将此次调查和约谈情况梳理汇总后,向有关部门发出建议书,建议将智能电视的开机广告“关闭按钮”列入生产国标或规范性要求,让开机广告的可关闭成为智能电视生产经营的“统一动作”“规定动作”,在此基础上,建议有关部门还应加强对智能电视生产环节和流通环节的监督检查,把开机广告作为一项检查重点,发现问题,及时纠偏,给消费者的广告“清静权”提供全方位保障。

被约谈的七家智能电视经营者就江苏省消保委的整改意见作出承诺,将积极配合整改。(沈育宝 肖俊)

吴江法院庾向荣同志荣获「十佳退役军人」称号



执行异议等各类案件的审理,每年均超额完成审判任务。

在案多人少矛盾突出的情况下,他潜心研究审判管理工作,定期分析通报审判态势,加强业务监督管理,为党组决策提供参考,为法官办案提供支持。法院的审判质效始终位于苏州法院前列,在苏州法院的综合测评中获得“七连胜”,法院的信息化建设成效显著,多个项目示范全省,形成了以智慧审判为核心,集智慧执行、智慧法庭、智慧管理于一体的智慧法院新模式,有力促进了、保障了审判工作的开展。

他紧紧围绕“努力让人民群众在每一个司法案件中都感受到公平正义”工作主题,带头撰写典型案例,讲好法院故事,传播法治精神。他以全方位、多视角的工作报道,正面展示法院特色亮点,增强司法透明度,让群众全面了解法院及法官工作面貌,增进群众对法院及法官的信任和尊重。法院每年在各级媒体刊发稿件千余篇,其负责的调研、信息、宣传等工作一直名列苏州法院前列。

他坚持践行司法为民宗旨,不断推进创新法院司法公开举措,更好满足群众司法需求。作为法院的新闻发言人,他坚持把新闻发布做到规范化、制度化,组织开展的“法院开放日”和“万名市民庭审”等活动,把法庭打造成各类群体接受法制教育的主阵地,广受好评,主动发挥新媒体优势,用微博、微信及网站“大法官宣传阵地”,增强普法效应。

他善于学习,不断提高自身的业务能力和水平。从部队到法院笔耕不辍,利用业余时间撰写稿件,每年有数百篇稿件被《法制日报》、《人民法院报》等媒体录用,曾被评为苏州市“阅读之星”。

近日,从苏州市委政法委、苏州市退役军人事务局传来喜讯,吴江法院审判管理办公室主任庾向荣同志入选“十佳退役军人”,这也是吴江区入选的唯一一名退役军人优秀代表。

庾向荣同志参军入伍后,历任学员、副连职排长、政治指导员、政治部干事等职,后转业至吴江法院工作,历任秘书、办公室副主任、研究室主任、首监庭庭长、审判管理办公室主任等职。服役期间多次被评为先进,荣立个人三等功。到法院工作后,曾先后获评全省法院宣传先进个人、法治苏州建设先进个人、区十佳忠诚卫士、区优秀共产党员,多次被评为优秀公务员,三次荣立个人三等功。

作为一名员额法官,他始终坚持司法为民为第一要务,认真履行审判工作职责,充分发挥庭长的示范引领作用,带头审理疑难复杂案件和新类型案件,用心维护公平正义。他是各审判领域的多面手,近年主要从事审判监督案件的审理工作,审结了一批群众关注的再审案件,有力地维护了当事人的正当权益,维护法律权威。他还积极参与全院民事、刑事、行政、

执行异议等各类案件的审理,每年均超额完成审判任务。

在案多人少矛盾突出的情况下,他潜心研究审判管理工作,定期分析通报审判态势,加强业务监督管理,为党组决策提供参考,为法官办案提供支持。法院的审判质效始终位于苏州法院前列,在苏州法院的综合测评中获得“七连胜”,法院的信息化建设成效显著,多个项目示范全省,形成了以智慧审判为核心,集智慧执行、智慧法庭、智慧管理于一体的智慧法院新模式,有力促进了、保障了审判工作的开展。

他坚持践行司法为民宗旨,不断推进创新法院司法公开举措,更好满足群众司法需求。作为法院的新闻发言人,他坚持把新闻发布做到规范化、制度化,组织开展的“法院开放日”和“万名市民庭审”等活动,把法庭打造成各类群体接受法制教育的主阵地,广受好评,主动发挥新媒体优势,用微博、微信及网站“大法官宣传阵地”,增强普法效应。

他善于学习,不断提高自身的业务能力和水平。从部队到法院笔耕不辍,利用业余时间撰写稿件,每年有数百篇稿件被《法制日报》、《人民法院报》等媒体录用,曾被评为苏州市“阅读之星”。

(本刊记者 朱俊芳)

外卖小哥出交通事故 交通事故责任谁来承担?

外卖小哥发生交通事故后,认为事故责任应由所属平台公司负担,而公司却否认其为名下员工,拒绝承担赔偿责任,双方争执不下,责任究竟应由谁来承担?近日,吴中法院审结了这样一起机动车交通事故责任纠纷案件。

2017年3月25日,外卖小哥张某驾驶电瓶车行驶在吴中某小区门口的非机动车道上时,因与同方向骑自行车的未满12周岁的刘某距离较近而发生了碰撞,致其倒地受伤,被诊断为身体两处骨折,住院期间,张某垫付医药费4000元。经鉴定,刘某的伤情构成十级伤残。事故发生后,公安局认定张某负此次事故主要责任,刘某因违反未满12周岁不得骑自行车的规定负次要责任。其家人认为,外卖小哥张某应与外卖平台公司共同赔偿医疗费等各项财产损失共133638元,由事故车投保的保险公司在理赔范围内承担赔偿责任。张某则认为,自己是某外卖公司的配送员,公司每天都会扣除交通费、外派费用,故应由平台公司或保险公司承担赔偿责任。然而,让张某没想到的是,平台公司竟否认双方之间的雇佣关系,不愿承担事故责任。

外卖平台公司辩称,张某是根据用户协议成为兼职配送骑手,其配送运输行为是与商户建立的合同关系,而自己只是与商户之间的中介平台,认为与张某是无名的民事合同关系,不存在管理与被管理关系,因此对于张某的侵权行为不承担责任。某保险公司辩称,张某在公司投保个人意外险,未投保机动车交强险和商业险,自己不存在实际侵权行为,应待张某履行赔偿责任后再依照合同向其理赔。

吴中法院经审理认为,公民的生命健康权受法律保护。鉴于公安局对事故责任的认定,确定刘某应负30%的赔偿责任,张某应负70%的赔偿责任。本案的焦点在于张某与外卖平台公司是否存在雇佣关系。首先,平台公司掌握全部重要信息并操控外卖运营,处于支配地位;其次,公司享有配送员认定、单方面修改用户协议等管理型权利;最后,配送员收入与奖惩的规则和标准均由公司制定,账户亦受公司掌控,双方之间不存在共享盈利、分担亏损的事实,配送员实际收入的主要构成体现了劳务性回报。据此,平台公司与配送员有管理与被管理的关系,构成雇佣关系,平台公司应对此次事故承担雇主责任,张某作为员工应承担连带赔偿责任。另外,张某在事故发生后至今未向保险公司申请理赔,属于怠于请求保险金,刘某因此依法对保险公司有直接请求权,经认定,刘某各项损失共118566.27元,平台公司应承担5642元的赔偿责任,因刘某已垫付4000元医疗费,该笔款项赔偿款为平台公司内部问题,应由双方自行结算,故公司尚应支付刘某1642元。最终,法院判决保险公司赔偿刘某医疗费等财产损失共82996.39元,平台公司赔偿刘某1642元,配送员张某负连带赔偿责任。(黄威 龙飞)