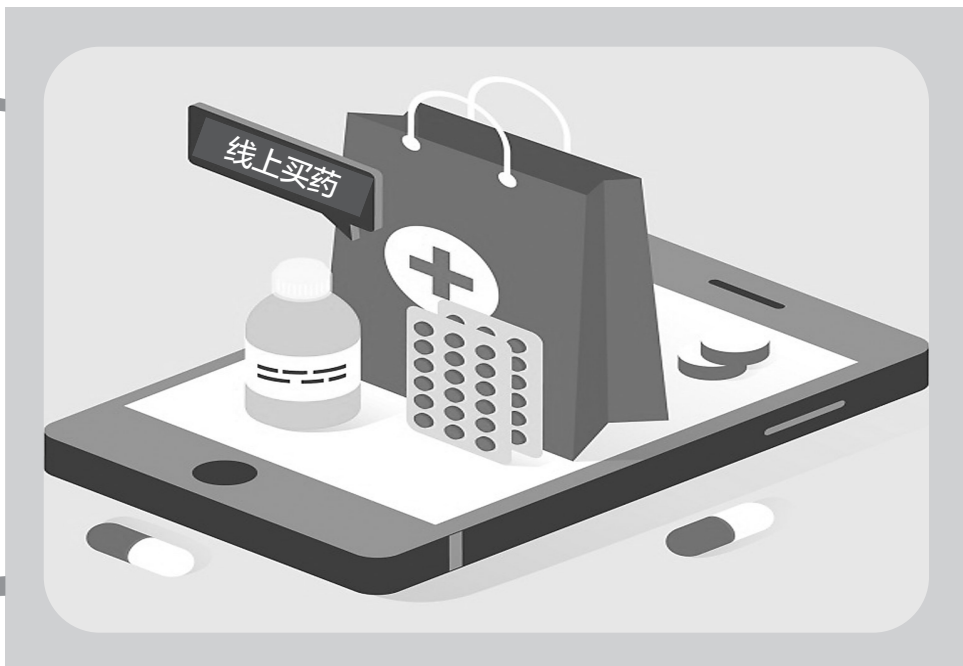


如今,网络购药足不出户就可以买到全国各地药品,但也存在着许多法律风险。消费者在网络购药时应如何“避坑”,维护自身合法权益?



足不出户买药 这些坑不要踩

案例一

线上买药 “代购”“网购”大有不同

有些国外药品、保健品在国内不易购买,于是大量“代购”看准商机闻风而至。

夏女士有一家网购店铺,经营销售国外现货商品。该网店订单快照的“购物须知”标注有:拍下此商品视为“同意本店与您达成相关物品的代为购买合同”“本店作为委托合同的受托方”“对于收取的价款,双方一致同意是委托购买合同项下的商品原价与委托方提供劳务所收取的委托费用总计”“本店默认发国内现货,所有商品由日本统一提前发到国内后转快递发出”等内容。

陈先生通过夏女士的网店购买保健品,在收货后发现该保健品外包装无中文标签、无检验检疫合格证明。后双方发生争议,陈先生主张夏女士需向其退还购物款并支付十倍赔偿金。

结合夏女士店铺标注的涉案商品价格,双方未约定代理费、运费等委托购买合同中应明确的关键信息,该商品标注为现货、发货地址为国内等信息以及《平台特殊商品/交易争议处理规则》的规定认定,法院认定双方之间不成立委托代为购买的法律关系,夏女士销售的涉案食品属于不符合我国食品安全标准的商品,最终支持了陈先生的诉讼请求。

在本案审理过程中,陈先生提出,该产品并非“代购”,只是夏女士店铺中经营的商品,双方交易应是网购。那么,“网购”与“代购”有何区别呢?

不同网络消费行为可能产生不同法律关系。“代购”系委托行为,被代购者与代购者之间达成的委托内容是:被

代购者委托代购者在海外购买其指定商品,并向代购者支付相应的“服务费”。对委托购买的物品质量大多以委托人的指示为主,一般标准为辅。

而“网购”则是指网络购物合同关系,双方交易的标的物就是商品本身。通过网络购买药物,需要遵守《中华人民共和国药品管理法》等的相关规定。

需要进一步提醒的是,大家通常认为的“保健品”大多应属于特殊食品而非药品,故因网购保健品发生争议时,应当适用《中华人民共和国食品安全法》《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》等调整食品交易的相关法律规定。

案例二

网购药品有瑕疵 可向销售者、生产者主张权利

完成一单网络药品订购,需要消费者、销售者、网络服务平台、快递运输公司等多方参与。当消费者发现到手药品出现瑕疵,又该向谁主张权利、进而各主体该如何确认责任呢?

温女士网购了药品,收货后发现购买的药品包装有明显的二次开封痕迹且药板上铝箔破损。温女士将该“网上药房”诉至法院,要求退还购药款项并支付十倍赔偿金。最终经法院调解,某药房网向温女士退款并支付了部分赔偿金。

消费者网购后收到的药品存在质量问题,可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十四条确认责任主体。该条规定消费者通过网络交易平台购买商品导致合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。因此,温女士向药品销售者索赔受到了支持。

此外,《消费者权益保护法》第四十

四条还规定,当网络平台无法提供销售者或者服务者有效信息时,消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿。消费者对购药过程中发生的沟通信息、药品信息、收货状态等要注意通过拍照或拍视频的方式加以记录和留存,方便日后维权。

案例三

制售假药害人害己 一经查处绝不姑息

消费者在网购药品时不能一味相信商家的网络宣传,还要自己注意甄别、保障用药安全。如商家制造、销售假药,需要承担相应的法律责任。

高先生经营着两家生意不错的网络药店,店内销售了未经国家批准进口的多款药品。后经北京市食药监局认定,其店内查获的多种药品均系未经批准生产、进口的药品,依法应以假药论处。法院最终认定高先生构成销售假药罪,判处高先生有期徒刑一年,罚金人民币十万元;在案扣押的假药、电脑主机两台,予以没收。

根据《药品管理法》第九十八条规定,假药是指药品所含成份与国家药品标准规定的成份不符的、以非药品冒充药品或者以他种药品冒充此种药品的。为严厉打击药品的制假、售假行为,《刑法修正案(八)》实施后,生产、销售假药罪不再以“足以严重危害人体健康”的损害后果为构成要件,只要行为人具有主观故意生产、销售假药的行为,一经认定将直接通过刑事手段加以惩处。

制售假药会危害他人的身体健康、扰乱社会经济秩序。现行法律严厉打击药品的制假、售假行为。因此,商家要秉持诚信经营的原则参与市场交易,向消费者提供合法、合规、合格的药品。

(来源:《北京青年报》)

天气转暖户外活动升温 电动助力降低骑行门槛

天气转暖,户外活动再度活跃起来。近年来,从飞盘到露营,再到徒步与骑行,户外运动逐渐演变成为一种生活方式的象征。而骑行热潮的延续使得多元化车型需求旺盛,便携的折叠车、省力的电助力自行车收获热度。

在骑行圈,购置自行车的支出弹性极大,有一两千的基本款,也有资深玩家青睐的三四万元进阶款。大部分市场份额被中国台湾品牌捷安特、美利达以及海外品牌崔克、迪卡侬等把持。骑行圈的顶流、英国折叠车品牌小布(BROMPTON)足有21万篇笔记,入门款高达1.5万元的售价被誉为“自行车中爱马仕”。

数据显示,2024年,中国自行车市场呈现出竞争加剧与创新并行的态势。国产品牌在供需波动中经历激烈的博弈,而消费趋势的变化也进一步影响市场格局。骑行热潮的延续使得消费需求多元化,高端车型需求旺盛,便携的折叠车、省力的电助力自行车等其他品类也表现强劲。

其中,折叠车以其独特的优势在骑行市场中占据了重要地位。它最大的特点就是便于携带和收纳,对于需要在不同交通方式间切换的通勤族来说,折叠车是绝佳选择。在近两年的骑行热潮中,小布折叠自行车即便价格高昂,市场上仍然“一车难求”。它设计精巧,折叠后体积小小巧,无论是带上地铁、公交,还是放进汽车后备箱都十分方便。国内还有科技公司进军自行车行业,它们在材质方面做文章,采用高强度碳纤维材料制作的折叠自行车,实现了轻量化与高强度的完美结合。

电助力自行车则为骑行者提供了更加省力的骑行体验。随着科技的发展,电助力自行车的技术也在不断升级。新型智能电助力自行车采用先进的传感器技术和智能控制系统,能够根据骑行者的体力和路况自动调节助力力度。当骑行者遇到爬坡路段或者体力不支时,电助力系统会及时提供助力,让骑行变得更加轻松。

有了电助力,骑行的门槛进一步降低,即使是运动“小白”,也无需担心自己体能不够,从容踏上骑行之旅。与此相对应的是,电助力自行车市场正在全球范围内快速增长,预计2024年全球市场规模可达到501.4亿美元,2032年将达到1480.7亿美元,年复合增长率为14.6%。中国电助力自行车市场虽然起步较晚,但发展迅速,2024年出口量同比增长26.1%,全球市场份额超过60%。

除了折叠车和电助力自行车,市场上还有许多其他类型的新型自行车,如车轮采用特殊设计,能够自动适应路面,减少骑行时的颠簸感;配备智能减震系统,可根据路况自动调节减震力度等,让骑行更加舒适。智能安全性能升级的自行车在市场也占有一席之地,新款产品配备了智能灯光系统,能够根据环境光线自动调整灯光亮度,提高夜间骑行的安全性。一些更高端的自行车配备了智能导航系统,帮助骑行者规划最佳路线,确保安全出行。

另外,定制化的个性化自行车为骑行者提供了展示自我的机会。骑行者可以根据自己的喜好和需求,选择自行车的颜色、配件等,甚至可以选配音乐播放系统、智能储物空间等,打造独一无二的自行车,让骑行体验更加丰富。

(陈斯)

预期寿命增长开始减缓

一项日前发表在《自然老龄化》杂志上的研究报告称,高收入国家的人类预期寿命将不再以20世纪的速度持续增长,未来30年,预计居民平均预期寿命仅能增加2.5岁。

美国伊利诺伊大学芝加哥分校流行

病学教授杰伊·奥利尚斯基和同事调查了1990年至2019年之间居民预期寿命趋势,分析了美国、澳大利亚、法国、意大利、日本、韩国、西班牙、瑞典、瑞士和中国这10个国家的动态人口统计数据。研究小组发现,这10个国家的居民预期寿

命总体增长速度有所放缓,尤其是2010年之后,居民寿命达到100岁的可能性很小,女性概率是5.1%,男性概率是1.8%。奥利尚斯基表示,若要继续延长人类的预期寿命,应在衰老生物学领域投入更多精力。

(来源:《北京日报》)