

## 车辆在停车场被刮花 三步操作保权益

停放在收费停车场的车辆被人刮花,应该找谁赔偿?近日,北京市大兴区人民法院审理了一起侵权责任纠纷,判决经营停车场的某公司承担车主张先生车辆修理费2000元。法官提示,受损车主若不想吃“哑巴亏”,三步操作不能少。

张先生将私家车停放在某商场的路面停车场,当他返回时发现车辆后备箱有严重划伤,车衣和车漆损坏。报警后,交通管理部门出具道路交通事故认定书,载明因停车场无法提供监控,事故无法查清,成因无法判定,并出具交通证明。

收费牌显示该停车场由某公司经营,张先生已支付停车费8元。张先生当天联系停车场后,停车场称监控摄像头未打开,导致无相应监控记录。双方对赔偿责任产生争议,张先生诉至法院。

庭审过程中,张先生提交支付记录、维修收据,证明因喷漆、贴车衣产生修理费2000元。

大兴法院审理认为,本案中,某公司作为收费停车场经营管理者,其对经营管理停车场内停放车辆有一定安全保障义务。根据现有证据,张先生停放在该停车场的车辆遭受人为损坏,停车场停车监控未开启造成难以查清具体实施侵权行为的第三人的身份,某公司未能提供证据证明其对防范、制止侵权行为尽到安全保障义务,故某公司应对张先生的车辆因此造成的财产损失承担赔偿责任。根据受损照片、支付记录、微信收据,可以证实产生修理费2000元,故法院对张先生的诉讼请求予以支持。另外,某公司在承担赔偿责任后,如有证据能够确定实际侵权人,亦有权向直接侵权人进行追偿。

本案主审法官郭艳飞表示,因车辆维修支出的维修费用损失,一般应由实际侵权人承担损害赔偿,但在实际侵权人身份无法确定的情况下,也可向未尽到安全保障义务的公共场所管理者、经营者主张补充赔偿责任。车主应做好以下三个步骤来保障自己的权益:一是不要随意挪动车辆,全面确认车辆损坏部位并拍照记录车辆损坏情况,留存车辆损坏证据;二是向交警部门报警,由交警确认侵权人身份及责任划分;三是在公共场所管理者存在无法提供监控录像或其他未尽到安全保障义务的行为,导致侵权人身份无法查明的情况下,请求交警出具事故证明,并记下该场所经营管理者具体名称,留存好停车费支付记录,自行修理受损车辆的车主要保留好维修结算单及发票,以便后续维权有据可查。做好以上几点后,即便无法找到实际侵权人,车主亦可以向未尽到安全保障义务的经营者、管理者主张赔偿。

来源:法治日报

## 国产水果穿「洋马甲」抬身价该如何杜绝



从秋月梨到柑橘,从葡萄到芒果,原本物美价廉的国产水果悄然变身——在商家的精心策划下,不少水果被层层包装,披上了各式“洋马甲”,贴上了一枚枚“洋标贴”,从朴实无华的本土佳果,变成货架上充满异域风情的“进口珍品”。

近日,多地水果市场曝出“改头换面”后的水果价格飙升现象,“如何看待‘洋包装’卖高价”的词条迅速冲上热搜,引发社会各界对水果市场诚信经营和消费者权益保护的关注。

### 国产水果的“换装”生意经

“最近我花了108.9元购买了20个新西兰进口苹果,到货后一尝就是国内最普通的嘎啦果。”一位消费者在网上分享了自己的遭遇,言语间难掩失望与愤怒。同样,另一位消费者也遭遇了类似经历:“购买了450元的‘日本静冈蜜瓜’,后来发现我国根本没有允许从日本进口蜜瓜。”

随着居民生活水平的提高和多元化全球化市场的发展,进口水果逐渐成为不少消费者的新宠。一些商家利用消费者对“洋货”的追捧心理,将国产水果精心包装后,冒充进口水果出售。

哥伦比亚麒麟果、日本蜜瓜……不少消费者吐槽,商家声称是进口水果,却无法提供进口证明和凭证。而业内人士指出,一些所谓的“洋”水果从未出现在国家准入的进口水果名单之列,它们很可能是国产水果的“改头换面”。

据悉,不少水果上的“进口”外包装和标签,可以轻易从电商平台购得。《法治日报》记者在购物网站上以“水果标签”“水果包装”等关键字进行搜索,出现数百家相关店铺。记者随机挑选了一家标签生产商家,商家称“只要发个设计图版过来,什么样的水果标签都可以印刷,价格为9元/210贴,48小时内快递发货”。

于是,只需一张价格低廉的商标或者包装盒,国产水果就“摇身一变”成为价格翻倍的进口水果。消费者在购买时往往难以分辨真伪。

对于“洋包装”卖高价的现象,有消费者表示,“洋包装”卖高价是市场行为的结果,是商家根据消费者心理作出的营销策略。然而,这种行为欺骗了消费者,损害了消费者的合法权益,让消费者付了高价却得不到应有的品质保证;还让消费者对于水果市场的信任度大打折扣,破坏了市场的公平竞争环境。

### 粘贴假产地标识构成欺诈

国产水果“换装”的成因绕不开盈利因素——同样的水果,换个包装,贴个标签,就从“斤”卖变成了论“个”卖。

去年4月曝出的一起案件显示,戴某某等3人使用假冒进口品牌注册商标的标贴包装国产猕猴桃销售,半年内累计销售额高达300余万元。

“这种行为属于典型的欺诈、误导消费者行为,侵犯了消费者的知情权。”针对国产水果被包装成进口水果高价销售的现象,中国农业大学法律系副教授梁伟亮指出,根据我国农产品质量法和消费者权益保护法的相关规定,农产品包装物或标识上应标明产品的品名、产地、生产者等内容,而消费者有权知悉其购买商品的真实情况,包括商品的来源、品质等信息。“我国消费者权益保护法还规定了惩罚性赔偿规则,经营者提供商品有欺诈行为的,应按照消

费者要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品价款的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。”梁伟亮说。

《法治日报》律师专家库成员、北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红补充,我国广告法对发布虚假广告的行为有严格规定,此类行为还构成虚假广告行为,商家可能因此承担民事责任和行政责任。

针对此类情形,已经有消费者拿起法律武器捍卫自身权益。此前,北京市丰台区人民法院审理了一起国产火参果产地标注非洲案。超市无法提供产地证明等材料,且拒绝退货退款。法院认为超市张贴虚假产地标签系欺诈行为,理由是火参果具有地域性特征,标注与实际产地不一致会产生虚假宣传效果,误导消费者,最终认定商家构成欺诈。

对于商家假借洋包装的行为,相应的监管部门也在发力。此前,苏州一家水果店因将国产燕窝果贴上假冒进口标签被罚2万元。上述假冒进口品牌销售国产猕猴桃的戴某某等3人,被法院以假冒注册商标罪分别判处有期徒刑三年九个月,并处罚金55万元。

### 专家建议强化执法协同

消费者买到假“进口水果”绝非偶然现象。记者检索发现,国产水果贴“洋标签”穿“洋包装”行为,在10年前就已经存在。

那么为何水果产地造假屡禁不绝?梁伟亮指出,水果作为初级农产品,农产品标识监管涉及多个部门,但在实施监管时部门间缺乏有效的协调和联动,导致工作效率相对较低。

“监管协同和配套机制还需完善。”梁伟亮举例指出,在电商场景下,平台对水果标签的审核、监督作用未充分发挥,导致一些商家得以钻空子。“此外,对于违反农产品标签法规的行为,处罚力度不够,导致一些生产经营抱有侥幸心理,难以形成有效的威慑。”梁伟亮说。他建议,监管机构应强化执法协同,常态化监管进口水果手续,加大对虚假广告和农产品标识违法行为的监管力度;电商平台需承担商品信息审核责任,通过完善系统+人工的精准审核机制,精准监测商家标识信息,对假冒进口水果采取严厉措施并建立黑名单;同时,建立消费者投诉快速反应机制,简化维权流程,对于生鲜投诉取证难的问题,市场监管部门可协助取证,降低投诉门槛,维护消费者权益。

马丽红则提醒消费者,在购买水果时可以向销售者索要检疫证书,并检查产品外包装上是否有中文或英文注明的水果名称、产地、包装厂名称或代码等信息。消费者还可以登录海关总署网站查询“获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家地区名录”,通过查“产地”来辨别进口水果真假。

来源:新华网

