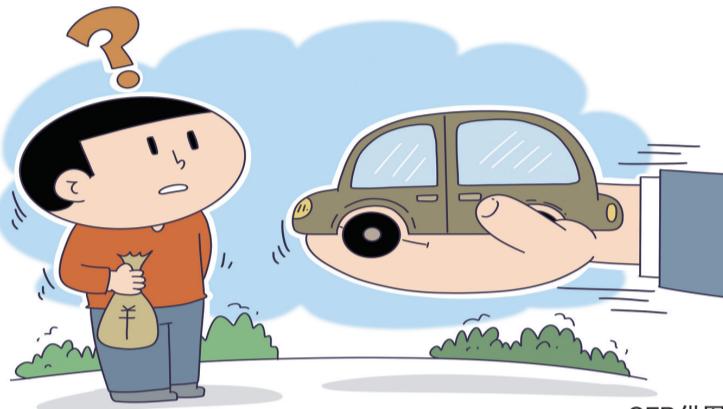


抽奖送车的公正性如何保证?

专家解析抽奖送车套圈套豪车活动背后法律问题

一段时间以来,一些知名人士或商家发起的抽奖送车、套圈套豪车等活动频上热搜。接受《法治日报》记者采访的专家指出,此类抽奖活动被定性为抽奖式有奖销售,受反不正当竞争法及相关规定约束,最高奖金额不得超过5万元,但汽车使用权估值难题凸显;部分发起者宣传时未明确奖品“所有权”或“使用权”,涉嫌不正当竞争、虚假宣传与误导消费者。



CFP供图

使用权估值难界定

近日,在河南省商丘柘城县,一个套圈摊位以豪车玛莎拉蒂为奖品,引发关注。摊主葛先生在接受采访时表示,玛莎拉蒂是专门为了套圈购买的二手车,套中后获得车辆一年的使用权。山东滨州的王先生驱车600公里,花了2000元近3个小时,成功套中车辆。

涉事摊点所在广场物业负责人介绍,此处套圈摊点较多,将汽车作为奖品的并不少见。

值得注意的是,在上述多起高额抽奖活动中,奖品落地后均为汽车的使用权。这让不少网友直呼“上当”“被骗”“以为是送车,结果用一年还得还回去,真麻烦”。

受访专家指出,这是因为我国法律对于抽奖式有奖销售的奖品作出了限制性规定。

北京市律师协会消费者权益专业委员会副主任、北京天驰君泰律师事务所高级合伙人饶伟介绍,现行网络上的直播送车类活动实际上是活动发起者为获取流量,将汽车或汽车使用权作为直播活动抽奖奖品,粉丝们通过关注、点赞等方式参与直播互动,以获得参与抽奖的机会。因此,该类活动在法律定性上应属于抽奖式有奖销售。根据反不正当竞争法、《规范促销行为暂行规定》的规定,抽奖式有奖销售的最高奖金额不得超过5万元。若奖品价值超过此限额,可能涉嫌不正当竞争行为,须由监督检查部门责令停止违法行为,处5万元以上50万元以下的罚款。

在饶伟看来,如果活动发起人事先宣称“送车”,但公布中奖名单后才告知

是送“使用权”,则涉嫌违法。活动发起者进行有奖销售时,所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息必须明确。活动发起者在宣传时未明确说明奖品是所有权还是使用权,导致参与抽奖者在参与活动时无法准确了解奖品的真实性质,该行为涉嫌不正当竞争。同时,该行为还存在虚假宣传和误导消费者的嫌疑,可能同时违反消费者权益保护法和广告法的相关规定。

实践中,还存在汽车使用权估值难界定的情况。

“从视频中看,该车辆外观较为整洁,应该能达到正常的二手车玛莎拉蒂总裁租赁价格,即每天至少1000元。一年使用权下,如果使用者靠汽车租赁,获利就要大幅超过所谓的5万元抽奖限额。不过豪车每年要保养,油钱也不菲,具体收入开销很难明确界定。”该从业人员说。

北京瀛和(沈阳)律师事务所律师刘国照介绍,以使用权作为奖品,奖品的价值应以市场上同类物品或服务的租赁价格来确定使用权的价值。如抽奖奖品为汽车使用权,可调查同品牌、同型号、同配置汽车在当地租赁市场的日租金、月租金或年租金等,再根据所设使用权期限计算价值。

“根据《规范促销行为暂行规定》,以物品使用权、服务等形式作为奖品的,若该物品使用权、服务等的市场价格超过5万元,则认定为最高奖的金额超过5万元。在实践中,执法部门多以奖品本身的市场价格来认定使用权价值是否合规,若奖品市场价格超过5万元,则认定为涉嫌不正当竞争。”刘国照说。

活动规则需要明确

记者采访发现,网友对这种高额抽奖、游戏设置高额奖品的活动,除了关注奖品价值外,还产生了不少争议点,如“抽奖活动参与条件一变再变”“不对参与年龄进行限制,10岁小孩抽中也送车”“送使用权,试用期间发生磕碰,损失算谁的”等。

受访专家认为,这些争议都涉及抽奖条件和领奖条件的设置问题。

根据《规范促销行为暂行规定》第十三条第一款,经营者在有奖销售前,应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品种名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息,不得变更、不得附加条件、不得影响兑奖,但有利于消费者的除外。

“如果活动发起人在抽奖前未说明特定的兑奖时间和地点等限制条件,抽奖后却突然附加,属于擅自变更规则、附加条件,影响了中奖者的兑奖权益,违反了上述规定,市场监管部门有权对其进行处罚。”刘国照说。

在饶伟看来,高额奖品抽奖往往基于大额消费或经营性支出。对于此类大额消费或经营性支出行为,需要经过法定代理人同意或追认才能有效;而对于由此衍生的高

额奖品抽奖,因属于纯获益的行为,即使未成年人的法定代理人未同意或追认,也不应否定其法律效力。但未成年人因智力、思维方式、价值观等并不成熟,经营者不应向未成年人提供诱导其沉迷的产品或服务。

“因此,如果仅仅是单次高额奖品的抽选,对参与者的年龄等并无必要进行限制。但如果是需要大额消费或经营性支出才能获得抽奖的资格,对于该消费或经营性支出行为,需要对参与者的身份特别是年龄进行限制。另外,对于高频次消费对应高频次的抽奖需要加以限制,避免诱导未成年人沉迷其中。”饶伟说。

对于使用期间奖品受损问题,饶伟认为,如果活动发起者与中奖者之间就奖品使用权的具体权利义务签署了书面合同,并明确约定了奖品使用过程中的责任承担,则应以合同约定为准;如果合同对双方责任划分约定不明确或未作约定的,奖品在使用过程中因正常使用(如车辆的正常驾驶磨损)导致的价值减损,属于合理损耗,通常应由活动发起者承担。然而,如果中奖者因故意或重大过失导致奖品价值受损的(如驾驶车辆时发生严重交通事故导致车辆损毁),则应由中奖者承担相应的赔偿责任。另外,在使用期间,中奖者若因交通违规而受到罚款或扣分处罚,相关责任应由中奖者自行承担,与活动发起者无关。

引入监督确保公正

高额奖品必然引发社会高度关注。在这种情况下,活动的公正性该如何保证?

刘国照建议,首先应当明确规则与流程,活动前通过多种渠道(如活动页面、官方公告等),详细、清晰地公布抽奖规则、参与条件、开奖方式、时间等全部细节,确保规则公平、合理且无歧义。其次须采用可靠的技术手段,抽奖环节可使用专业、经过认证的抽奖软件或系统,保证随机抽取,无法人为操控。对活动数据进行加密存储和保护,防止数据篡改。再次是引入第三方监督,邀请公证机构、律师或行业协会等独立第三方参与,对活动全程监督,确保符合法律法规和既定规则。最后要对活动相关工作人员严格进行

背景审查,和参与者无利益关联,制定内部操作规范和纪律,防止舞弊。

刘国照还提到可以采取如下方式保障兑奖和使用:

制定包含身份验证、提交证明材料等详细兑奖流程,中奖名单公示无异议后及时通知中奖者,提供多种便捷的兑奖方式。

奖品有使用期限、使用范围等限制的,提前明确告知中奖者,提供详细的使用说明和操作指南。

建立专门渠道,及时处理中奖者的疑问和投诉,对兑奖和使用过程中的问题及时解决,记录并跟进处理情况。

对中奖者进行回访,了解奖品使用情况和满意度,发现问题及时解决,对活动效果评估改进。

据中新网

更俗
剧院

热映电影

动画《哪吒之魔童闹海》

动画《你的颜色》

王宝强、刘昊然主演《唐探1900》

陈柏霖、张榕容主演《诡才之道》

演出信息

3月8日19:30——《紫凤女子乐团音乐会》

(广告)



扫二维码关注更俗剧院微信公众平台,获取更多电影演出信息。
更俗剧院新官方网站 <http://www.ntgsjy.cn/>
售票热线:85512832 服务监督:85528668