

打差评反惹官司 消费者有没有“差评权”

消费之后，在社交平台发布对商家“种草”或“避雷”的点评，是近年来兴起的消费新风潮。然而，部分商家认为负面评价损害了自身的名誉权，由此引发一系列官司。

消费者有没有权利在网上打差评？如果发生纠纷怎么维权？今年的“3·15”国际消费者权益日，重庆市第五中级人民法院披露了一起由差评引发的网络侵权责任案例，可以给消费者一些启发。

给商家打差评却坐上被告席

案件发生在重庆市綦江区。2023年8月，张某获得保险公司免费赠送的车辆保养服务，前往当地一家修理厂保养车辆。保养中，修理厂工人用力将机油标尺把手抽出，导致机油卡尺刻度条脱落，在发动机油底壳里。工人告知张某，拆除油底壳取出机油卡尺刻度条需要收取费用。在张某未明确表示认可费用标准情况下，工人清洗了油底壳，安装了新的油标尺，对车辆进行了保养。

1天后，张某到修理厂取车，被告知需付320元。由于对费用存在异议，双方发生争执并报警。公安机关出警后组织双方进行协商，张某支付300元后开车离开。次日，张某在社交平台上发布了3条视频，描述了争议发生的过程，并对修理厂的行为作出批评。该修理厂遂以名誉受到侵害为由向法院提起诉讼。

“我将自己的真实经历发布在网络平台的个人账号里，并未歪曲事实，而且发布不久后我就已将这3条视频删除，客观上并没有对原告造成任何损失。”被告席上的张某十分委屈。

原告修理厂负责人则认为，张某发布的视频严重损害了修理厂的名誉和生意，其在前期试图与张某协商，未果，不得已才起诉到法院。修理厂提出的诉讼请求

包括要求张某停止名誉损害行为，公开道歉，赔偿经济损失2万元。

是合理批评还是恶意诽谤

近年来，消费者与商家之间的差评纠纷屡见不鲜。记者梳理各地发布的典型案例，既有消费者的批评意见得到法院支持而赢得官司，也有人被法院认定为“恶意差评”而追究责任。

负责审理本案的重庆綦江区人民法院法官魏永康表示，评判的关键在于如何界定合理与恶意的边界。

消费者权益保护法明确，消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。经营者应当听取消费者对其提供的商品或者服务的意见，接受消费者的监督。

“从张某的视频内容来看，基本属于客观描述及对该修理厂服务质量的个人感知，没有贬损和丑化的陈述，也没有出现明显恶意诽谤、侮辱性等词语，不应认定存在主观恶意；其言论对修理厂产生的影响程度较低，不足以降低该修理厂社会评价的损害后果。”魏永康说。

法院最终判决，驳回该汽修厂全部诉讼请求。

无独有偶，中国消费者协会去年3月发布的2023年“全国消费维权十大典型司法案例”中，有一起消费者因差评纠纷起诉商家侵犯名誉权并胜诉的案例。

2022年9月，姚某某在网上预订了被告所经营的民宿。姚某某入住后结合自身体验对该民宿打出三星评价，后将评价改为一星，被告用“恶意差评”“缺乏心智”等言辞辱骂姚某某。因双方沟通未果，姚某某以被告侵犯其名誉权为由提起诉讼，被告又反诉要求姚某某赔偿26万元。

2023年12月，湖南省长沙市中级人民法院终审判决，被告向原告公开道歉，赔偿原告精神损害抚

慰金1000元并驳回被告全部反诉请求。

打差评要基于事实把握分寸尺度

消费者的“差评权”有法律撑腰，并不意味着可以利用“差评权”为所欲为。

近年来，多地政法机关开展行动严打“职业差评师”，一些利用“恶意差评”牟利的不法分子被追究刑事责任。有遭遇过敲诈勒索的网店经营者表示，一旦短时间内涌入大量差评，轻则影响网店曝光率，重则会被平台和市场监管部门处罚，所以往往只能选择“花钱消灾”。

“对商品质量和服务进行评价是消费者的法定权利，但消费者应当基于事实在社交网络上发表对商品或服务的评价。”魏永康说。

今年2月，最高法发布6件依法惩治利用网络敲诈勒索犯罪典型案例。在其中一起案例的点评中，最高法有关负责人表示，消费者的评价和投诉对入驻电商平台商家的口碑及后续经营有着重要影响。合理差评和正当投诉有利于维护消费者的合法权益，提高商家的服务水平和竞争力。利用线上平台恶意“索赔”，不仅严重侵害了经营者的财产利益，也扰乱了正常的市场秩序。

“人民法院依法予以打击，有利于遏制恶意差评的蔓延，避免消费者被误导，维护企业合法权益，营造良好的营商环境。”这位负责人说。

网络不是法外之地。在消费后进行评价，是消费者行使监督权的正当行为。对于合理的批评意见，经营者应有“容人之量”，针对不足采取改进措施提升商品和服务质量，不能“玻璃心”甚至攻击报复消费者；消费者也不能滥用手中的权利，把握好批评的分寸尺度，依法理性维权，维护清朗网络空间。

(周闻韬 白阳)

苗木被污染 化工企业赔偿损失 环境污染适用无过错责任

2021年10月，某园林公司从刘某处转租某村一块土地，支付原地上苗木转让款后取得所有权，后又在土地上大量种植亮晶女贞造型树、小叶女贞造型树。2023年8月，该公司发现苗木大面积落叶且越靠近西侧围墙的落叶越严重，西侧一墙之隔的某材料公司院内正散发出刺鼻的气味。经查，800多棵亮晶女贞造型树全部受损。93棵小叶女贞造型树受损。许昌市生态环境局某分局调查发现，某材料公司系化工企业，无营业执照、无环评手续、无任何污染防治措施，企业厂区内有生产设备、原料、成品，释放的气味刺鼻、刺眼，属“散乱污”企业。后该分局以未采取集中收集处理措施控制气态污染物排放为由对某材料公司处以行政处罚。某园林公司与某材料公司、股东牛某就苗木受损情况协商未果，遂诉至河南省襄城县人民法院，要求某材料公司、牛某赔偿其苗木损失26万元。

襄城县人民法院审理后认为，因污染环境、破坏生态造成他人损害的，侵权人应当承担侵权责任。因污染环境、破坏生态发生纠纷，行为人应当就法律规定的不承担责任或者减轻责任的情况及其行为与损害之间不存在因果关系承担举证责任。本案中，某材料公司未批先建存在污染环境行为，某园林公司存在苗木受损的事实，某园林公司周边仅某材料公司这一家化工企业且一墙之隔，某材料公司未提供证据证明该公司排放化学气体与某园林公司苗木受损之间无因果关系，故其应当承担相应的损害赔偿赔偿责任。结合受损苗木数量、生长情况、所在地苗木市场价格及双方协商情况等，酌定某园林公司损失数额为17万元。牛某作为一人有限责任公司的股东，未证明个人财产独立于公司财产，应当对公司债务承担连带责任。综上，法院判决某材料公司于判决生效之日起赔偿某园林公司苗木损失17万元，牛某承担连带赔偿责任。某材料公司、牛某不服提出上诉，郑州铁路运输中级法院判决驳回上诉，维持原判。

环境污染责任以无过错责任为归责原则，企业在追求利润增长的同时，也应注重规范生产经营、管理，增强环境污染风险隐患排查意识，切实承担起环境保护社会责任。否则，将可能承担因生产经营而导致的损害赔偿后果。

(岳明 王婧 邵梦雅)

花10元网购“淘金沙”，至少可得2克黄金？ 专家揭底“淘金沙”骗局

随着国际黄金价格的持续攀升，一股低价“淘金沙”热潮悄然兴起。网购平台上，不少商家声称一包几十元的“淘金沙”就能淘出至少2克黄金。“淘金沙”究竟能不能淘出真金？连日来，记者进行了调查。

用低价“淘金”引消费者上套

记者点开某电商平台，发现有不少售卖“淘金沙”的店铺，其售价10元至40元不等，甚至还有0.95元一包的体验价格。在详情页面，商家几乎都标注了“必出黄金”或“保底2克”等字样，销量高的店铺显示已售卖超5.7万件。

记者随机联系了其中一家店铺，客服表示，购买100克“淘金沙”保底出2克黄金。操作方式是用食用盐水把“淘金沙”泡29天后清洗，就可以看到黄金。客服还称，提取的黄金支持检测。

记者注意到，在社交平台上，有不少网友分享了购买“淘金沙”的经历。有网友表示，自己抱着玩玩的心态，在电商平台上购买了一款10元左右的

“淘金沙”，收到的货物是用小塑料袋装着的一袋沙土，里面金色东西不少。

重庆市民康先生表示，前不久他在网上买了一包“保底出2克黄金”的“淘金沙”，其中还附带了一份操作说明。康先生向记者展示了他拍摄的操作视频。在视频中，康先生将“淘金沙”倒入盘中后，里面有不少金色的小颗粒。康先生将金色的小颗粒一个个挑出来后，用高温熔金喷枪进行灼烧，小颗粒却变成了灰黑色。

“黄金在火烧时会呈现红亮的色泽。这些烧成了灰黑色的肯定不是黄金。”康先生说。

淘出的“黄金”可能只是黄铁矿

究竟“淘出”的是什么？会是真金吗？

重庆市地矿局107地质队地质矿产高级工程师周庆介绍，通过淘洗就可以得到的黄金称为砂金，淘洗一吨砂矿成本一般不会超过100元，而10元钱网购的“淘金沙”就可以淘洗出1到3克、价值700元至2000元的黄金，这事显然不靠谱。

周庆介绍，消费者“淘”出的金黄色物品可能是黄铁矿。黄铁矿是一种常见的矿物，因其具有金黄色的外观和金属光泽，常被误认为是黄金，故又称“愚人金”。用火烧时，黄铁矿会与空气中的氧气发生化学反应，生成一种黑色物质。而用火烧黄金不会变色。

“开采砂金必须办理采矿权许可证，黄金买卖必须通过特定渠道，所以普通网购渠道根本不可能获得所谓的‘淘金沙’。”周庆表示，即便是一些尾矿里伴生了一些金，其含量也是极低的，无利用价值，“岩金经过粉碎最小可以细到74微米，用显微镜都看不见，淘洗的方法根本弄不出来。”

可向卖家主张“退一赔三”

要是购买了“淘金沙”，应该怎么办？重庆法学会首席法律咨询专家杜江涌表示，卖家的行为，涉嫌虚假宣传和价格欺诈。首先是虚假暗示黄金含量，使用“黄金嘎嘎多”“淘金999沙”等表述，结合矿石图片，足以使消费者误认为商品含黄金，违反了消费者权益保护法第二十条规定，构成“虚假或者引人误解的宣

传”的行为。

其次，嫌疑价格欺诈。目前黄金市价约700元/克，而“淘金沙”商品售价0.95元起，利用“保底克”等话术虚构价值，可能认定违反价格法第十四条“利用虚假价格手段诱骗交易”。

杜江涌表示，消费者可以向卖家提起民事索赔。首先固定证据，包括商品宣传页面截图、“淘金”操作过程视频及检测报告等，依据消费者权益保护法的相关规定，向卖家主张“退一赔三”。也可依据广告法的规定，向属地市监局提交虚假宣传证据，要求对卖家处以罚款、下架商品。若受害者众多，可联合提起集体诉讼，主张惩罚性赔偿。

杜江涌还提醒消费者，切勿轻易相信低价产品的黄金含量承诺。在购买黄金相关商品时，应选择知名度高、信誉好、有保障的渠道。他还表示，网购平台也应加强监管力度，打击这种虚假宣传和价格欺诈行为，建立健全的投诉举报机制，及时受理消费者的投诉举报，并对涉嫌违法的商家进行严肃处理。

(周盈)