

进货式网购纠纷，能否主张三倍赔偿？

河南焦作马村区法院：支持退货款，驳回三倍惩罚性赔偿

□ 刘建章 陈 婷

导读：

近年来，网络购物成为人们日常交易的重要方式。近日，河南省焦作市马村区人民法院审结了一起网购玩具合同纠纷案，该案中购物者在网络平台购买大量玩具欲进行二次售卖，在收到货物后认为“货不对板”，以商家欺诈为由，诉请适用“退一赔三”惩罚性赔偿。法院审理认为，案涉购物行为明显超出正常生活消费需要的合理限度，依法支持了原告退回货款的诉讼请求，但对三倍惩罚性赔偿的诉讼请求予以驳回。判决为司法实践中消费者身份的认定提供了可供借鉴的参考，既维护了诚实信用原则，又防止了消费者权益保护法的滥用，为类似纠纷解决提供了可借鉴的裁判范式。

社会主义核心价值

案例纵览

认为商品“货不对板” 退款要求遭拒绝

2025年春节前，河南省焦作市的范大爷在直播平台看到一款飞行玩具在直播销售，欲购买该款飞行玩具后在公园门口摆摊售卖，遂与该直播商家联系。商家向范大爷发送了其营业执照及飞行玩具的视频和图片，营业执照显示该商家名称为某电子商务商行，企业类型系个体工商户，经营者系叶某。2025年1月7日，范大爷通过商家提供的收款码转账支付定金200元订购价值1388元的飞行套餐，同时确认了相关收货信息。商家按照

收货信息向范大爷邮寄货物后，并向范大爷发送了邮寄货物的单据。范大爷于2025年1月8日向该商家支付了货款488元。剩余货款700元双方约定待范大爷收到货物后由快递公司上门代收。

2025年1月11日，快递员送货上门，范大爷当场开箱验货后发现箱内货物为：电动飞行玩具99个、飞天仙子300个、竹蜻蜓600个、无人机1台、蓝牙音响1个、广告布1个。范大爷认为其订购的1388元飞

行套餐内应全部是电动飞行玩具，不包含飞天仙子和竹蜻蜓，商家邮寄的货物与其订购的货物不符，因此拒收货物。快递员将货物装箱后寄回。范大爷与商家联系要求退款。商家认为其按照1388元飞行套餐清单发货没有过错，且收到退回的货物有部分损坏，不同意退还货款。范大爷遂以该商家存在“货不对板”构成欺诈为由，要求退还货款并三倍赔偿。商家则认为不存在欺诈行为，不同意退还货款。双方争执不下，范大爷诉至法院。

诉请三倍赔偿 庭审调查成重点

诉讼过程中，范大爷提出三点主张：第一，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，商家未如实告知销售玩具套餐内的具体内容，致使范大爷作出错误的购买决策，商家构成消费欺诈；第二，商家存在虚假宣传行为，其在直播平台声称价值1388元飞行套餐内系999个电动飞行玩具，不包含飞天仙子和竹蜻蜓，商家邮寄的货物与其宣传不符，构成虚假宣传；第三，商家未提供证据证明其收到范大爷退回的货物有部分损坏，商家没

有理由不退还货款。基于此，范大爷提出诉请：商家退还已支付货款688元，并依据消费者权益保护法“退一赔三”条款赔偿2064元，同时由商家承担诉讼费用。

商家未到庭参加诉讼，该案由法院依法缺席审理。在审理过程中，法官重点调查了商家是否构成消费欺诈及范大爷是否属于消费者权益保护法中受保护的消费者范畴，案涉购物行为是否明显超出正常生活消费需要的合理限度。法官当庭查阅双方聊天记录

录后，确认如下事实：范大爷系基于二次销售的目的购买了大量玩具。范大爷在与商家沟通时，商家不仅向范大爷发送了其营业执照，还发送了飞行玩具的视频和图片。该图片上明确载明，“1388元飞行套餐清单：飞天娃娃感应飞行器混搭99个、飞天仙子300个、竹蜻蜓600个、赠送价值298元发光充电无人机1台、赠送大号蓝牙音箱1个、赠送广告布1个”。而范大爷收到商家邮寄的货物内容与上述图片中载明的1388元飞行套餐内容完全一致。

商家不是消费欺诈 支持退还货款

法院审理后认为，商家按约定履行了向范大爷提供货物的义务，范大爷认为1388元飞行套餐内应包含999个电动飞行玩具系其自身原因造成的主观认识错误，商家履行了告知义务并未构成消费欺诈，范大爷也未提供有效证据证明销售商家存在欺诈行为和虚假宣传行为。同时，从购买物品的性质看，范大爷购买案涉产品并非自身消费，案涉购物行为明显超

出正常生活消费需要的合理限度，范大爷不属于消费者权益保护法中受保护的消费者范畴。故范大爷要求商家赔偿其三倍损失的诉讼请求，无事实及法律依据，法院依法不予支持。鉴于范大爷已向商家支付了688元货款，已拒收货物并将货物退回给商家，且该商家经法院依法传唤，无正当理由未到庭参加诉讼，视为其放弃了相应的诉讼权利，其自身应承担

相应不利法律后果。因该商家未提交有效证据证明其收到范大爷退回的货物存在部分损坏，而范大爷提供的证据能够充分证明其已向该商家支付了案涉货款，现范大爷关于案涉买卖合同的目的未能实现，故对商家应向范大爷退还688元货款的诉讼请求，法院依法予以支持。

一审判决后，双方均未提起上诉，该判决现已生效。



图为案件庭审现场。

崔广华 摄

裁判解析

三倍惩罚性赔偿缘何未予支持

本案中，争议焦点在于购物者是否属于消费者权益保护法中受保护的消费者范畴，购物者主张的三倍惩罚性赔偿是否应予支持。

关于消费者权益保护法中的消费者性质判定，《中华人民共和国消费者权益保护法》第二条规定：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”消费者购买商品的目的主要是用于个人或家庭生活消费需要而不是为了经营或销售，这是消费者的最本质特征。作为消费者，消费活动的内容不仅包括为个人或家庭生活消费需要而购买和使用产品，也包括为了个人或家庭生活消费需要而接受他人提供的服务。无论是购买、使用商品或者接受服务，消费者的目的是满足个人或家庭生活消费需要，而不是为了生产和经营的需要。法律赋予了正常消费者对生产者和销售者主张惩罚性赔偿的权益，但其目的是发挥消费者对市场的监督作用，消费者通过反馈问题推动企业提升产品的生产质量和服务水平，对社会形成监督力量，同时加大对违法者的惩罚力度和提升违法者的违法成本，能够有效促进市场的公平竞争和经济的健康发展，从而净化市场的生产经营环境。本案中，范大爷购买大量玩具是基于二次销售的目的，其购买近千件玩具并非自身消费，购物行为明显超出正常生活消费需要的合理限度，不属于消费者权益保护法中受保护的消费者范畴。故范大爷不能依据消费者权益保护法中“退一赔三”的惩罚性赔偿规则要求商家赔偿其三倍损失。

关于商家是否构成消费欺诈。消费欺诈是指在消费领域中经营者通过虚构事实、隐瞒真相等手段诱使消费

者作出错误的意思表示行为，属于民事欺诈的范畴。其构成要件包括经营者主观故意、客观欺诈行为、消费者基于错误认识进行交易，三者缺一不可。本案中，商家在售卖玩具时，已告知范大爷1388元飞行套餐的内容。范大爷认为1388元飞行套餐内应包含999个电动飞行玩具系其自身原因造成的主观认识错误，范大爷是完全民事行为能力人，商家履行了告知义务并未构成消费欺诈，范大爷也未提供有效证据证明商家存在欺诈行为和虚假宣传行为。范大爷不符合因欺诈陷入认识错误从而购买案涉产品的情形，故商家不能被认定为消费欺诈。范大爷主张“退一赔三”的惩罚性赔偿，法院依法不予支持。鉴于范大爷已向商家支付了688元货款，且已拒收货物并将货物退回给商家，且商家经法院依法传唤未到庭，商家应向范大爷退还688元货款。

专家点评

厘定消费者的身份边界

首都经济贸易大学法学院副教授 陈 磊

司法实践中，消费者身份的认定是适用消费者权益保护法的前提。之所以对消费者进行倾斜性保护，是因为相较于在市场交易经验、市场信息、谈判力量等方面具有优势的经营者，消费者处于弱势地位。而在其他交易双方的平等博弈中，如果法律强行介入，则会破坏意思自治与公平性。因此，合理区分消费者与非消费者的身份边界，显得尤为重要。

实践中容易与消费者混淆，引发法律适用争议的非消费者主体主要包括商事主体与知假买假者。其中，商事主体是指企业、个体工商户等为了生产经营、转售盈利或商业投资而购买和接受服务的主体。商事主体作为以营利为目的的经营者，不满足作为消费者以生活消费为购买目的的条件；商事主体不处于弱势地位，对自身的采购行为应该尽到较高的注意义务，进行充分评估与磋商，在买卖关系中与商家是平等的地位，因此不具备适用消费者权益保护法的空间。本案判决即是根据消费者与非消费者的本质区别作出的认定，从而论证不能适用消费者权益保护法第五十五条的规定。

另一类是知假买假者，即明知商品

存在质量问题仍故意购买，以期获得大额的赔偿、从中牟利的购买者。这些职业索赔人利用法律对消费者的保护牟取利益，购买质量瑕疵产品，恶意进行投诉或诉讼，不应受到消费者权益保护法的保护。需要注意的是，《最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释》对食品药品领域知假买假的购买者，并不一概认为其不符合消费者范畴而拒绝赔偿，而是鉴于食品药品直接关系到公众健康，放宽消费者的认定范围，同时也对经营者课以更高的义务。

司法实践中，法院常采用客观行为与主观目的相结合的方式认定消费者身份。依据一般经验法则，通过观察购买行为来推定其是否具有生活消费目的，同时允许被告提供相反证据进行反驳。一般经验法则是指依据一般人的生活经验就能推断出购买人是否系因个人或家庭生活消费需要而购买和使用商品或者服务。但如果购买商品是用于生产经营，或职业索赔人以牟利为目的反复索赔，法院可能会排除其适用消费者权益保护法的相关规定。在个案审理当中，法官应结合购买产品的类型、数量、金额等是否符合日常生活消费管理进行综合判断，而不应机械判断，同时通过检索关联案件确定当事人是否属于职业索赔人。

正常消费者和以营利为目的、索赔牟利的购物者的身份认定，不仅是司法实践中的重点，也关系着消费者权益保护与市场健康发展的平衡。对于本案，法院在裁判中对不构成欺诈的事实问题与法律适用中不构成消费者权益保护法规定的消费者主体问题进行双重论证，具有一定的示范意义。首先，对广大公众而言，该判决重申了消费者权益保护法的适用主体为“为生活消费需要”的消费者。本案中，范大爷一次性购买近千件玩具显然背离日常消费常理，从而警示社会公众，任何以索赔牟利或经营为目的的购买行为，均不能获得惩罚性赔偿的倾斜保护。其次，对网络购物者而言，本案明确指出：商家若已清晰说明套餐内容即不构成欺诈，若购买方交易规模、方式超出正常消费范畴，则需自行承担商业风险，不得以消费者身份寻求特殊救济。这一裁判逻辑既维护了诚实信用原则，又防止了消费者权益保护法的滥用，为类似纠纷的解决提供了可借鉴的裁判范式。裁判结果亦引导社会公众形成正确的行为准则，以便更好地营造诚实守信的市场环境和消费环境。

