



“旅拍”虽浪漫 下单需谨慎

2022年10月,萧山区消保委城厢分会陆续处理6起“旅游拍摄婚纱照”纠纷,共为消费者挽回经济损失1万余元。

经了解,6名消费者均是通过线上订购某摄影公司的旅拍婚纱摄影服务,并支付定金,其中5人身处北京、深圳、广东、福建、西藏等地,因疫情影响无法完成拍摄,遂要求退还定金。了解情况后,分会工作人员详细查看服务协议,发现协议内容未就退款事宜作出具体约定。在工作人员多次沟通协调下,被诉方摄影公司同意为还未开展旅拍摄影服务的消费者全额退还定金,对已经提供部分旅拍服务但未完成拍摄的消费者扣除相应服务费用后退还部分定金。6名消费者均顺利收到退款并对调解结果表示满意。

【律师点评】

《民法典》第五百八十六条和第五百八十七条规定了定金以及定金罚则,《民法典》第五百九十条规定了不可抗力,结合到本案中,消费者向经营者缴纳了定金,但合同未能履行的原因系因疫情原因造成,属于不可抗力因素,经营者可无双倍退还定金,但因合同未能实际履行,故经营者需将定金返还给消费者。

律师特别提醒:1.消费者在签订合同时,双方一定要对商品的信息或者服务的内容进行明确约定。2.消费者需保留包括购物记录、与经营者客服人员的聊天记录等证据材料,从而为分清责任,化解矛盾提供依据。

案例一

案例五

婚庆服务套路多 约定细节最重要

2022年3月11日,消费者高先生投诉,反映其在某婚庆公司预订婚宴服务,共支付12万元,后发现婚庆费用明细不清,且体验完部分项目后对服务效果不满意,故要求退款,请求调解。

萧山区消保委钱江世纪城分会接投诉后,随即展开情况调查。经了解,双方签订合同时并未明确婚宴套餐内容,消费者询问后被告知婚庆费用中90%是场地费,婚庆费只占很小一部分,消费者对该价格配比非常不满。明确情况后,消保委工作人员多次电话联系消费者和婚庆公司进行调解都未果,遂安排双方进行现场调解。

经调解,双方最终达成一致协议,由被诉方调整费用配比,提高婚庆服务标准,并明确所有项目价格,包括婚礼现场布置、摄像团队、摄影和灯光布置、司仪、化妆、婚宴菜品等相关费用的明细,消费者一一确认后签字认可。

【律师点评】

发生本案所涉消费纠纷的主要原因在于消费者与婚庆公司事先未对消费的具体明细及价格进行约定,遂在婚庆服务过程中发生了争议。消费服务过程中,服务提供者往往处于优势地位,其应明确告知消费者服务标准、服务价格,若未明确告知,又未获得消费者确认的,则服务合同在履行过程中极易发生纠纷。

律师在此提醒:1.消费者在购买商品或者接受服务时,一定要向经营者了解清楚商品或者服务的详细信息,以及价格的构成,并明确约定,签订服务合同。2.建议将合同尾款约定在经营者提供完服务后的一定期限内支付。

网购摩托要慎重 “低价”宣传是陷阱

2022年年初,萧山区市监局北干所陆续接到多起消费投诉,反映辖区两家摩托车商行打着“低价”的幌子招摇撞骗。

投诉人反映:商家通过短视频、朋友圈、电话、短信等方式告知消费者有“低价”摩托车销售,诱导消费者缴纳三千五不等的定金,待消费者缴纳定金后,商家表示低价款为“特殊车辆”,存在种种不足,建议消费者升级。此时如果消费者不要车了,商家会告知其定金不退;如不升级,消费者则会得到一辆存在种种不足的“特殊车辆”;如升级,消费者最后实际所花费的费用远远超过正常渠道购入的价格。

北干所执法人员对两家被诉摩托车商行进行现场检查,发现均未在注册地址经营,也无法取得相关联系,遂依法将其列入经营异常名录。由于被诉方未通过正规电子商务平台进行销售,故执法人员无法通过平台对销售者进行限制。消费者的投诉最终都因无法找到被诉方终止调解,已建议其通过其他法律途径进行维权。

【律师点评】

在案例中,经营者充分利用了消费者贪图便宜的消费心理,侵害消费者合法权益。而经营者又未在其登记注册地经营,其销售行为也未通过正规的电子商务平台进行,致使消费者维权过程中无法查找到经营者。案例的教训是惨痛的。

律师特别提醒:1.消费者网络购物时,一定要选择到正规、经过审核备案的网络交易平台上进行交易。2.在购物时切不可贪图便宜,对于经营者所推荐的低价、特价商品,一定要问清楚商品的真实信息,并对经营者的答复采取录音、录像、录屏、截图等手段保留证据,一旦合法权益受侵害,则及时向消保委、市场监督管理等部门反映。

案例二

案例七

养老产品涉虚假 不法商家遭严惩

2022年8月15日,萧山区市监局河上所接到山东威海张女士的投诉,称其父亲在用的产品(十一个磁疗模块)系杭州某科技有限公司最新推出的试用产品,使用两次后出现头晕症状并住院,要求公司给予赔偿。同时张女士还认为该公司在销售产品的过程中存在虚假宣传误导消费的行为,要求查处。

河上所接到该投诉后第一时间联系双方了解情况。经调查,张女士父亲先后购买该公司产品近人民币20万元,而该公司山东地区代理商已对张女士父亲试用后产生不适的情况作出了一定的经济补偿,但投诉人对补偿金额不满意。后经多次电话沟通,并经过3个小时的现场调解,最终被诉方同意赔偿张女士一家3万元,由该公司设在山东威海的体验店当面支付,张女士对此表示满意。

同时,执法一中队已依法对被诉方发布虚假广告等违法行为进行立案查处,并处罚款30余万元。

【律师点评】

在本案例中,消费者购买了商家通过虚假广告所宣传的一款产品,使用后发生不良反应住院治疗,给消费者造成了损失。本案例中的产品虽然是试用产品,但即使是试用产品,仍需符合保障消费者人身、财产安全的要求。

律师特别提醒:1.老年人身体不适要去正规的医院治疗,切不可轻信网上、电视上所谓的药品、保健品、医疗仪器的治疗效果的宣传。2.一旦发现老年人购买了不符合质量要求的商品,要及时向有关部门反映、维权,保存好购买记录、物流信息、治疗凭证等证据材料。

参加“免费讲座” 千万“捂紧口袋”

2022年6月,有多名消费者向萧山区市监局北干所投诉,称被某消防技术公司误导高价购买消防产品,申请退货却遭遇高额物流费用。

经调查,该公司在街道、社区等场地组织“免费”消防讲座,宣传人员身穿与消防制服高度相似的服装,并多次暗示公司为消防机构授权合作单位。讲座结束后随即现场推销公司产品(灭火器、呼吸面罩等),其产品售价是市面上其他同类产品的2~3倍。事后消费者发现价格过高想要退货退款,却被告知合同订单明确标识“无质量问题不退”,如需退货则需收取货值30%的物流费用。

明确情况后,执法人员行政约谈该公司,督促其及时整改自身行为,严禁打着“消防中心”“消防队”的名义进行营销,严禁打着“公益活动”的幌子招揽顾客,严禁以“问卷调查表”等幌子与消费者签订不平等的格式条款买卖合同,明码标价,诚信经营。约谈后商家及时为投诉人完成了退货退款。

【律师点评】

经营者打着“消防中心”“消防队”的名义销售商品,消费者基于错误认识购买了商品,实际是侵害了消费者的选择权。而当消费者要求退货时,经营者以收取高额物流费的方式阻碍消费者退货的行为,其本质是以限制消费者权利的格式条款侵害了消费者的合法权益。

律师特别提醒:1.参加免费讲座、公益活动时,消费者一定要擦亮眼睛,消费前充分了解商品的真实信息。2.如确需购买,需与经营者签订正式买卖合同,明确约定商品的真实信息、价款和退换货的情形等。

案例三

案例四

“网络促销”可以有 “信守承诺”是第一

2022年10月13日,杭州某知名电子商务有限公司与当红网络主播合作,在“双十一”预热时承诺消费者购买其中某款产品时价格不会高于2399元。但等天猫平台正式发布活动规则时,商家无法兑现之前的优惠活动,直接导致消费者购买该款产品实际支付的金额远高于承诺的价格,大批投诉接踵而至。

萧山区市监局钱江世纪城所接投诉后迅速行动,多次约谈被诉企业,督促企业第一时间与天猫平台和网红直播间研究形成处置方案,厘清问题症结,尽快“兑现承诺”。同时指定专人双岗全程跟进,并要求商家配套组建专班落实投诉举报处置,做到“每日对表、每日回访、每日通报”,对难点投诉“点对点”沟通调解。经过努力,该所一个月内共处理投诉近500件,办结成功率达到90%以上。

【律师点评】

本案例中的网红主播与电子商务公司合作,为公司推销商品,其在推销过程中作出的价格承诺应视为电子商务公司的承诺,对电子商务公司以及消费者均具有约束力,经营者未能兑现承诺的,构成违约,需承担继续履行、或者赔偿消费者损失等违约责任。

律师在此提醒:1.在网络交易过程中,消费者要保存好交易过程中的各类证据。2.网络交易平台方一定要履行对平台内经营者的监督管理职责。3.网络平台经营者,一定要诚信经营,一诺千金。

案例八

配套宣传不符实 消委助力退定金

2022年4月中旬,消费者练先生在某住宅小区售楼处看房,销售经理介绍该楼盘周边将会有地铁配套,前景美好,练先生遂支付定金5万元订购一套。后练先生了解到相关地铁项目尚在规划中且方案已被否决,认为该房地产开发商存在虚假宣传的嫌疑,故投诉要求退还定金。

消保委市郊分会工作人员了解情况后多次与开发商沟通协调,开发商表示地铁规划调整无法控制,但同意退还消费者5万元定金。由于受房地产经济形势影响,该公司经营状况不甚乐观,且保交楼、稳市场专项资金账户处于管控冻结状态,资金运转非常困难,退款无法及时到位。在工作人员的不断跟进和协商中,开发商最终于8月10日将消费者的定金如数退还。

【律师点评】

在《最高人民法院关于审理商品房

买卖合同纠纷案件适用法律若干问题的解释》中明确了开发商就商品房开发规划范围内的配套设施所作的说明具体明确,对商品房买卖合同的订立以及价格的确定有重大影响的,该承诺即使未载入商品房买卖合同中,也属于合同的条款,开发商违反的,应当承担违约责任。本案例中,既然地铁项目尚在规划中,开发商就不应将其作为承诺对外宣传,否则涉嫌虚假宣传,开发商又未能兑现该承诺的,构成了违约,需承担违约责任。

律师特别提醒:1.消费者在选购房产时一定要通过多种渠道了解楼盘所在地块的政府规划。2.如确需购房,需对开发商的沙盘、宣传广告、销售人员的陈述、说明、承诺等通过保留宣传资料、摄像或录音等方式保留相应证据材料。

案例九

价格“标低不标高” 商家赔款又受罚

2022年6月14日,有消费者通过全国12315平台投诉,反映其在萧山区新塘街道一水果店购买了榴莲,实际支付价格明显高于现场标价,要求商家退还多支付的费用。

萧山区市监局新塘所执法人员接投诉后对该店进行现场检查,发现店内所谓“优等品”榴莲确实未有标价,其他水果也只有部分标价。该店“标低不标高”的行为明显违反了《中华人民共和国价格法》的法律规定,执法人员当场对店主给予批评教育,店主承认错误,并当场退回消费者42元差价。同时执法人员依法对该店予以行政处罚,罚款500元。

案例十

建材退货设期限 事先告知是前提

2022年1月18日,萧山区消保委益农分会成功调解处理了一起因袋装水泥不能退货而引发的装修建材消费纠纷。纠纷的起因是消费者在购买袋装水泥时,商家告知剩余水泥只要不影响二次销售就可以退货,但未明确告知退货的时间最长为售后7天;消费者在购买20天后将多余的袋装水泥拿去退还,商家却以超过退货时间为由不予退货,双方由此发生纠纷。

接到投诉后,益农分会工作人员第一时间赶到现场了解情况,并组织双方进行现场调解。调解中,商家表示通常袋装水泥的最佳使用期限为3个月,随后强度会逐步下降。消费者退货周期过长,已经影响其二次销售了,故不同意退货,消费者则表示商家事先未明确告知退货期限。对此,工作人员认为,对于袋装水泥等建筑材料,很多消费者都是第一次接触,并不知道有最佳使用期限的说法,商家如若事先

未告知退货要求,确实会对消费者造成误解。后经进一步沟通协商,被诉方最终同意为消费者退货退款。

【律师点评】

本案例中,消费者购买水泥的行为不属于《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的七天无理由退货的范畴,但消费者在购买水泥时经营者承诺只要不影响二次销售即可退货,故双方对退货的条件进行了明确约定。本案的争议焦点在于经营者提出了最佳使用期限的问题,但经营者未事先告知,故消费者在不知情的情况下,有权按照经营者的承诺要求退货。

律师特别提醒:经营者在履行合同主给付义务的同时,还负有通知、协助、保密等附随义务。对商品的使用有特殊要求的,经营者应当向消费者作出必要的说明,以保障消费者的知情权。