

守护安全 畅通消费

——2020年全区消费维权十大典型案例解析

一年一度的“3·15国际消费者权益日”如约而至,消费维权再次成为关注焦点。本期“特别关注”选取2020年区消费者权益保护委员会及委员单位在处理消费者投诉、维护消费者合法权益中的十大典型案例,倡导全社会将消费者保护放在更加突出位置,营造更加安全放心消费环境,提振消费信心,让消费者吃得安心、买得放心、用得舒心。

案例一

推拿保健不成 反伤身体致病

2020年2月,消费者李某到我区某推拿店推拿。推拿后,李某感觉身体严重不适,随即到医院治疗。经诊断,系“脊髓型颈椎病、脊髓损伤、肺部感染、高位截瘫、泌尿道感染”,后司法鉴定为一级伤残。事故发生后,李某向推拿店索赔。推拿店负责人认为,李某本身存在严重的颈椎疾病,本次事故是由其自身疾病引起的,与推拿店无关,只同意从人道主义角度支付部分医疗费用。双方协商未果,李某向区法院提起诉讼。

区法院经审理认为,根据鉴定报告,造成一级伤残与其到推拿店

推拿和自身脊髓型颈椎病均存在因果关系,两者作用相当,即外力是发生本次涉案事件的同等原因。考虑到后果远超正常情况下的可预期范围和推拿店的赔偿能力,判定推拿店赔偿李某20万元。

区消保委点评:
推拿按摩是中国传统医术,街头巷尾随处可见。但此类推拿按摩店不是医疗机构,消费者如以治疗疾病为目的,应找有资质的医疗机构。有基础疾病的做推拿按摩需慎重,以免因推拿按摩不慎引起并发症,损害身体健康。

案例二

新车润滑油泄漏 能否退换车须视具体情况

消费者汪某于2020年10月在某品牌4S店提车,价30万元,第二天就发现润滑油泄漏,随即向该4S店反映。该4S店提出先检查确定原因,再作后续处理。汪某认为润滑油泄漏是严重质量问题,不同意检查维修,要求退车。双方协商不成,汪某随即投诉。

接诉后,区消保委秘书处立即派员到该4S店了解情况。经该4S店使用内窥镜检查并咨询厂方,初步判定是发动机底部与外界连接处的一密封圈未完全封闭造成润滑油泄漏,并非发动机问题。工作人员根据掌握的情况联系咨询宁波市消保委汽车专业办公室资深专家,专家意见与厂方基本相同。于是,约双方在该4S店沟通。最后,投诉方同意先维修密封圈以消除故障。同年10月底,在双方在场的情况下,该4S店维修了密封圈,后由投诉方继续使用。一段

时间后,未再发生润滑油泄漏问题。至此,涉诉车辆的故障排除,造成故障的原因也已查明。又经多次协商,最终由该4S店补偿投诉方3000元维修基金,赠送两次常规保养。

区消保委点评:
刚买的新车就出现润滑油泄漏,而且还是高档车,确实让人难以接受,所以消费者提出退换车的要求,其心情是可以理解的。但能否退换车,须根据《家用汽车产品修理更换退货责任规定》执行。润滑油泄漏往往有多种原因,在本案中,最终原因并非发动机故障,而是单纯的密封圈密闭不完全,不符合《家用汽车产品修理更换退货责任规定》第二十条关于退换车的要求。对此,我们呼吁尽快修改此规定,降低退换车条件。同时,提醒广大消费者,要根据实际情况理性维权。

案例三

爱美之心人皆有之 美容当去正规机构

2020年7月,蒋女士去我区某美容院祛痘。该美容院采用一项叫MTS的微针技术祛痘,费用一次为23800元。蒋女士共付费3次,计71400元。同年12月,蒋女士觉得该美容院祛痘效果不是很好,要求退还余额却被拒,随即投诉。

区卫生监督所接到投诉,随即派员到现场检查,发现该美容院涉嫌未取得《医疗机构执业许可证》,擅自开展针刺挑痘、粉刺挤压医疗美容活动,依法立案调查。经调解,

该美容院退还蒋女士58578元。

区消保委点评:
具有创伤性或者侵入性特征的美容项目,都属于医疗美容范围,本案所谓的MTS微针技术祛痘也不例外。只有经批准取得《医疗机构执业许可证》,才能开展医疗美容,未经批准显然是一种非法医疗行为。在此,我们提醒广大美容爱好者,医疗美容是一种诊疗行为,应当去正规医疗机构就诊。

案例四

糕点发霉谁之过?

2020年6月,上海的方先生来奉旅游,在一家糕点店购买175份伴手礼,回到上海食用时发现其中一种发生霉变,查看生产日期,糕点尚在保质期内。随后,方先生与经营者取得联系反映质量问题,想讨个说法。经营者却表示,糕点系规范生产,不存在质量问题,霉变是其保管不善所致。无奈之下,方先生向区市场监管局投诉。

经查,方先生委托导游购买的175份伴手礼,共有6个品种的糕点,其中一种需在冷藏

条件下保存。导游在购买时曾说是上海游客,下午就回去。由于那天恰好是梅雨时节,非常湿热,方先生晚上到达上海,经过一天发生霉变。后经调解,该糕点店和导游退还霉变部分糕点款共计9500元。

区消保委点评:
毫无疑问,本案的游客是无辜的。店方明知是游客购买,没地方冷藏保存,仍出售,而导游抱着侥幸心理,以为时间短,糕点不会变质,仍买给游客,双方都有责任,所得款项应该退还。

案例五

“城门失火殃及池鱼” 店铺转让起纠纷

2020年10月,区市场监管局陆续接到投诉,反映某建材店转让,没人履行售后服务、按合同履行交货或退款等义务,共计8件。

经调查,2020年7月至8月,投诉人董某、张某等8人陆续到该建材店定制橱柜、鞋柜、门等各类个性化家具,支付货款共计33.28万元。然而到10月,合同大多履行不久,建材店转让。因转让双方约定不明确产生纠纷,均认为与己无关,导致没人承接。

因涉及群诉且金额较大,区领导很重视,指示区矛调中心牵头组织公安、法院、市场监

管等部门处理此事。最终经多次调解,除其中一件处理期间履行完毕,其他两件由原老板(出让人)于2021年6月底前归还欠款包括利息;5件由现老板(受让人)负责继续按原合同履行。

区消保委点评:
日常消费中,消费者有时会会遇到类似本案这种情况。那么店铺转让,原债务应由谁来承担?此问题一般情况下,转让双方在转让时是协商明确的,如没明确,则由原店铺负责。如其是个体工商户,由原店主承担;是有限公司,由该公司承担,当然公司办理变更登记后由新股东负责。

案例六

摄影店人去楼空 预付式消费“爱你不容易”

2020年4月,众多消费者拨打“12345”投诉,称2019年下半年购买了我区某摄影店低价促销套餐,支付了押金,近期去该店消费时,发现该店已关门,店主也联系不上。无奈之下,只好求助维权。

区商务局接到投诉后,第一时间介入调查。经查,该摄影店已开设数年,2019年下半年举办优惠促销活动,向消费者收取200至3000元不等的押金。因投资失败加上疫情影响,已资不抵债,目前店主不知去向。工作人员多渠道辗转联系上店主,督促其正确面对现状,及时处理纠纷,同时约见消

费者代表,面对面疏导沟通。经多方协调,双方达成一致意见,消费者统一到另两家摄影店继续拍摄,相应拍摄制作费由原摄影店承担。

区消保委点评:
近年来,预付式消费作为一种新型消费形式受到经营者追捧,一定程度上为消费者带来了优惠。但商家频频“跑路”,诚信机制又不健全,也让预付式消费成为投诉的重灾区。在此,我们提醒广大消费者,要审慎选择商家,根据自身需求理性消费,对支付金额较大的预付款一定要慎重。

案例七

孩子培训受伤 调解获得赔偿

2020年10月,为增强孩子的体质,应先生在我区某校外培训机构给儿子报了跆拳道培训班。10月中旬,孩子在训练时摔倒致手臂骨折。应先生认为孩子在该机构训练时受伤,于是向该机构提出赔偿,但双方就赔偿金额未达成一致,故投诉。

区文广旅体局接到投诉后,立即派员到该机构调查。经调查,孩子确实是在该机构上课时,因老师未看护到位而受伤,该机构应当承担主要责任。经调解,双方现场签定投诉调解协议书,该机构赔偿医

疗费、护理费、交通费等共计17600元,并当场支付。

区消保委点评:
经营者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,应当承担侵权责任。近年来,文化体育等各类校外培训机构兴起,家长趋之若鹜。作为培训机构,尤其是体育类,应认真审查老师的水平,及时增添培训设施,在开展培训时,不能放松安全;作为家长,在决定参加前要注意查看培训机构的软硬件情况,尽量选择条件完善的机构。

案例八

全屋定制家居 门套颜色不符拆除

2020年7月,市民王女士要装修房子,精挑细选后确定在我区某建材商行全屋定制,支付价款55000元。本想全屋定制自己可以省心省力,但在完工验收时,王女士发现其中房屋门套颜色与约定不符,协商未果,遂投诉要求更换或退货。

接诉后,区消保委秘书处工作人员及时与该建材商行联系了解情况。经现场核实,王女士反映的情况属实。经营者表示,由于定制生产企业质量把关不严,导致王女士定制的

门套出现颜色有瑕疵。经多次调解,最终,经营者同意拆除并更换门套,并一次性赔偿王女士5000元。

区消保委点评:
近年来,全屋定制家居热潮兴起,消费者根据自己的喜好定制个性化家居。但由于行业标准缺失,定制家居火爆的同时,也存在不少问题。在此提醒广大消费者,要货比三家,理性选择,同时要细化合同,及时沟通,避免产生消费纠纷。

案例九

团购不盲从 购买容易退款难

2020年11月,区市场监管局接到多人投诉,反映在某互联网平台发布的优惠活动中团购了我区某美容店体验券,原价1880元的套餐,只需39.9元就可以享受3次美容项目体验。然而,消费者在购买后一直预约不上,或在体验一次后被商家拒绝二次体验,申请退款又被拒。

经查,该美容店为招揽人气,在某互联网平台做宣传推广,于2020年11月推出500个优惠套餐的金额,所售款项作为推广费用由平台收取支配,不用返还美容店。该美容店认为,他们没有收到费用,而且还要提供免费服务,买券人退款应找平台。区市场监管局认为,根据美容店与平台之间合同约定,团购费用是作为报酬支付给平台的推广

费,不是所谓的提供免费服务。消费者购买后,即与美容店之间构成合同关系。经调解,该美容店负责人当场通过微信退款给消费者。

区消保委点评:
网络团购这种形式如今越来越多,团购平台通过网络将有相同意向的消费者组织起来,商家节约成本直接让利,在提高知名度的同时,也让消费者享受更加优惠的价格。但在低价面前,很多消费者往往盲目消费,忽略了消费限制细节导致无法使用,造成权益受损引起消费纠纷。因此,在团购商品或服务前,要先了解商家的规模资质,仔细阅读和确认使用期限及使用条件,明确是否可以退款等。

案例十

黄金以旧换新 “一口价”套你没商量

2020年8月,市民董女士向区市场监管局投诉,她在金店维修黄金手镯时,店员告知可以换购同等价值的手镯,遂加价换购。到家后发现,新手镯反而比原来少了4克多,经与商家协商不成遂投诉。

经调查,该金店有两种以旧换新方式,一种是以克数换克数,消费者补差价;另一种是以原黄金的同等价值换购。“一口价”黄金产品因制作工艺精细,包含了一笔加工费,故相对价格更高。而当时董女士选了按价值换购,换购的是“一口价”产品,故重量要比原先轻。经调解,商家免去新手镯加工费,董女士通

过补差价换购了一只新的与原先重量一样的手镯。

区消保委点评:
黄金饰品以旧换新,看似简单,实则细节问题不少。一些黄金珠宝店为吸引顾客,打出“黄金以旧换新,无加工费”的广告吸引顾客,看上去很划算,但一不小心就会“入坑”。消费者换购时必须事先明确换购方式,问清楚当日黄金交易价格、收费项目等。最重要的是了解更换黄金的纯度、品级和重量,以免花冤枉钱。

也谈“将消费者保护放在更加突出的位置”

年前,笔者朋友因购买到的车厘子货不对板,与超市产生纠纷。经过几天的拉锯,跑了数趟主管部门才得以解决,消费者在权益受损后的弱势地位一览无遗。今年的“3·15国际消费者权益日”,特别强调“将消费者保护放在更加突出的位置”,显然是有的放矢。

在现实中,消费者往往在“占理”的前提下,经历了与商家拉锯式谈判后,耐心被逐渐消磨殆尽,最后不得不妥协了事。如果消费者忍无可忍,选择诉诸法庭,面对的

可能是一个体量更庞大的对手,诉讼结果往往不容乐观,维权成本也过于高昂。

在市场经济环境下,商家和消费者本是平等的,合法权益都受到法律保护,只要双方遵守法律和规则,遇到消费纠纷问题,依照法律和售后流程解决即可。然而,目前我国消费者与商家地位不对等,如果单纯地强调“公平”,结果往往会不“公正”。举个简单的例子,当消费者质疑某产品中某配料的比例并未达到标注的含量时,如果按照“谁质疑谁举证”的“公平”原则,由消费者负责全部举证,

着实难度过大,负担也过大。反而由商家来举证,证明自己产品中的配料比例达标,更显“公正”。

当下,我国经济社会处于发展拐点,尤其是疫情过后,消费已成为主要的“增长引擎”。国家不断出台完善政策,鼓励和刺激消费需求。显然,要想让消费者放心消费,就应彻底扭转不公平地位,将保护消费者权益放在更加突出的位置,改善维权流程,并对违反法律法规、损害消费者权益的行为,依法予以严厉处罚,最终营造一个安全无虞的消费环境。