

快递物品丢失,也可获等额赔偿

【案情简述】定安消费者符女士投诉,通过韵达快递公司将从海口寄往东莞途中被快递弄丢,要求照价赔偿遭商家以《邮政法》及其配套规章的规定“最高赔偿金额不超过所付邮费的二倍”为由拒绝。

【工商调解】经定安定城工商所工作人员现场调解,快递公司同意等额赔偿消费者损失。

【工商点评】寄递邮件或物品时有丢失,经营者常以《邮政法》及邮政部门的规定:未保价邮件发生丢失、损毁、短少时,应按实

际损失赔偿,但最高赔偿金额不超过所付邮费的二倍。事实上,《邮政法》及其配套规章同时规定,保价邮件的赔偿限额和未保价邮件的赔偿比例,仅适用于邮寄服务中的邮政普遍服务,而不适用于其他邮政服务。本案中,快递公司提供的邮寄服务不属于邮政普遍服务范围,因此,其赔偿不适用《邮政法》及相关规章的规定,应当适用《合同法》的规定,快递公司须按符女士实际损失进行赔偿。经工商执法人员多次调

解,消费者终获与丢失衣服价值等额的190元赔偿。

【消费提醒】消费者在填写快递单据时,要看清快递单背面条款,不要急于在寄件单上草率签名,应将贵重物品名称、数量、规格、价值等内容填写完整,主动对贵重物品进行保价。如有可能,在寄递贵重物品时,最好签订合同约定。此外,在接收快递物品时,一定要当面检查核定物品,如果物品有破损或缺失现象,应当场要求快递员做出物品损坏或丢失证明。

消费违约,定金该扣多少?

【案情简述】赵先生投诉,在海口市东沙路新西源家俱广场雅林轩家俱店支付500元定金订购一款价格800元梳妆台,由于个人原因不再买梳妆台,要求退还定金遭拒,请求工商部门调解。

【工商调解】金盘工商所现场调解,商家同意赵先生买另一款梳妆台可少收120元,如果退现金只能退款340元,消费者表示不同意,一定要退款500元,调解失败。建议消费者走法律途径。

【工商点评】定金是合同签订后,为保证合同的履行,当事人按照合同资金额度的一定比例,预先给对方的金钱或者其他替代品。给付定金一方不履行合同的,无权要求返还定金;收受定金的一方不履行合同的,应当双倍返还定金。本案中,作为交付定金的一方,消费者赵先生因个人原因违约,无权要求返还定金。但是,根据《担保法》规定,定金的数额不得超过标的额20%,此次交易,双方谈好800元价格,商

家最多只能收取160元定金,500元超过标准。因此,商家应退回多收的340元。

【消费提醒】消费者购买商品或接受服务,考虑不成熟不要轻易下定金。如确需下定金,不要轻易接受经营者单方面设定数目,具体数目要与经营者协商,不要超过标的额20%,下定金前,不但要对所购买的商品或所接受的服务有充分了解,还应仔细阅读要签的合同是否暗含霸王条款。

美容店换主,充值卡不作废

【案情简述】消费者刘女士投诉,在海口市解放西路阿明美容店美发时,店方大力宣传“办卡可享受七折优惠”,便预付200元购买一张美发充值卡,但第二次去消费时,美容店以老板更换为由拒绝其充值卡继续使用,也拒绝退还卡里预付款。

【工商调解】经海口西庙工商所工作人员现场调解,商家同意退款。

【工商点评】消费者付了款,商

家给了充值卡,双方形成了服务合同关系。美容店更换老板,消费者应当分清经营主体是否发生变化。如果经营主体属于延续状态,经营者应延续之前的合同关系,消费者之前的充值卡有权继续消费,经营者若拒绝就是违反合同法;如果经营主体发生变化,经营者就没有承担消费者充值卡后续消费的义务。

【消费提醒】从省工商12315中

心受理的消费纠纷情况看,有关预付式消费的投诉不断增多,主要集中在美容美发、健身娱乐、汽车消费等行业,均是由于店主停业、转让或其它原因将导致原卡不能再使用。因此,消费者在办卡时,不要盲目地因商家的优惠较大而忽视潜在风险,特别是办理金额较大的预付式消费卡时,不要轻信商家的口头承诺,尽可能与商家签订“一对一”书面合同,明确双方权利与义务。

丢1张房卡赔100元,霸王条款!

【案情简述】消费者吴先生来电投诉其人住万宁市东澳镇半岛酒店,由于把房卡弄丢,结账时,酒店以已在住客须知明确丢失房卡赔偿数额为由,要求其赔偿100元。吴先生认为价格过高,不合理,请求工商部门协助处理。

【工商调解】经万宁东澳工商所工作人员现场调解,商家收取50元房卡丢失费用。

【工商点评】《民法通则》第一

百一十七条规定:“损坏国家的、集体的财产或者他人的财产的,应当恢复原状或者折价赔偿。”恢复原状主要适用于对财产损害程度较轻的情况,经过修理可以发挥原有功能。折价赔偿是指被损坏的财产无法恢复原状时,将原财产的价值折合成相应数量的人民币给付受害人。本案中,消费者因丢失弄丢了酒店的房卡,应承担相应赔偿责任,但赔偿价格不能由宾馆单方说了算。宾馆酒店业经营者

利用自己提供服务的优势,以往客须知等方式单方要求消费者付出高于市场价数倍赔偿,违背公平和等价有偿的原则,属于《合同法》监督处理办法》第十条第(一)项所指的经营者在格式条款中加重消费者责任“违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者合理数额”的霸王条款。

【消费提醒】消费者遭遇“霸王条款”要大胆维权,及时拨打12315投诉热线维护合法权益。

汽车商违约,拒退订金不合理

【案情简述】王先生反映在海口南海大道一汽大众奥迪4S店交5万元订金订购一辆家庭乘用车,并于当场一次性付清车身价全款41万多元,但提车时,4S店要求购买商业保险1.3万元和车膜4000元,否则不给提车。消费者认为不合理,想退订车辆或者按协议提取车辆遭拒。

【工商调解】经海口金盘工商所工作人员现场调解,奥迪4S店同意送一次保养及其他维修2次。

【工商点评】本案中,消费者王先生与奥迪4S店之间已经就车型、车辆价格达成一致,且王先生也已一次性预付车辆的全款,买卖双方之间已就车辆买卖形成约定。买卖双方都应履约。4S店在消费者提车时以购买配置、保险为借口变相加价,违反《合同法》、《消费者权益保护法》的相关规定,侵犯消费者的公平交易权和自主选择权。同时,强制加装车膜方可提车违反《反不正当竞

争法》第十二条规定“经营者销售商品,不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。”

【消费提醒】消费者购车前,要多了解相关信息,对是否存在强制购买车险、提车日期时间长短等情况,要询问清楚、仔细考虑后再做购买决定,并保留好发票、购车合同、说明书、三包证等凭证。遭遇强制消费,及时拨打12315电话投诉。

规定“提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效。”因此,即使餐饮服务企业通过声明或者店堂告示等方式对消费者事先进行有偿收费的提示,该提示也不具备法律效力。

【消费提醒】消费者若遭遇商家要求使用付费餐具,并收取餐具费的,消费者可保留相关证据,向12315进行投诉或举报。

工商行政管理

海南工商2014年调解处理消费者投诉举报11359起

打击侵权行为 净化消费环境



商事制度改革,海南工商创新体制机制,全方位多层次维护消费者权益,全年调解处理消费者投诉举报11359起,不仅成功为消费者挽回经济损失2000多万元,而且有效净化海南消费环境,有力促进地方经济发展。值一年一度315国际消费者权益日到来之际,摘编一批消费维权典型案例,普及相关法律知识,震慑不法商家。

格式合同不得排除消费者权益

【案情简述】2014年5月12日上午,琼海工商执法人员检查发现,在琼海同城易购网首页,点击任意商品,就出现“马上抢购”提示框,进入后又出现“本单购买须知”和“本单特别提示”:1、本单不支持“未消费24小时内退款”;2、本单不支持“过期未消费48小时内退款”;3、本单需在有效期内使用完成,过期自动作废/不能使用/不能退款。经查,当事人行为涉嫌在格式合同中作出排除或者限制消费者权益,违

反《网络交易管理办法》第十七条有关规定。

依据《网络交易管理办法》与《合同违法行为监督处理办法》有关规定,琼海工商局责令当事人停止违法行为,并对其作出罚款3000元处罚,上缴国库。

【工商点评】由于网络交易具有即时性和信息不对称性,一些互联网商家利用格式合同条款排除或者限制消费者权益、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任的违法

行为时有发生。无论是《消费者权益保护法》还是《网络交易管理办法》,对这类违法行为都有严格的规制,互联网商家应当自觉遵守,严格落实管理责任和义务。

【消费提醒】消费者在网上购物时经常只关注商品或服务的品质和宣传内容,而忽略格式合同条款中对消费者权益义务的设定。网络购物时,如果出现相关条款,一定要仔细阅读,确认自身的合法权益是否受到侵害,才能点击确认。

网上无照经营旅馆 罚处3000元

【案情简述】2014年1月8日,执法人员在互联网上检查发现,三亚向日葵快捷酒店在网上销售酒店客房,提供住宿服务,工商系统查询,没有该酒店登记信息。经查明,当事人在未取得特种行业经营许可证、消防安全合格证、卫生许可证的情况下,擅自提供住宿服务,在网上销售客房。其行为违反《无照经营查处取缔办法》有关规定,构成无照

经营行为。依据《无照经营查处取缔办法》第十四条第一款规定,责令当事人立即停止违法行为,并处罚3000元,上缴国库。

【工商点评】消费者在网络交易中常是以“图片+文字”来对商品进行认知,一些网络经营者就对“三无”商品改头换面,通过图片和文字美化诱使消费者交易。在未取得消防安全合格证等许可证情

况下,擅自以酒店名称开展旅馆经营活动,存在消防、卫生等方面安全隐患,消费权益很难得到有效保障。

【消费提醒】消费者在互联网订购相关商品时,要注重了解商家的经营资质,通过工商部门的官网查询商家的登记注册情况;如果到现场发现经营资质有问题,要及时投诉举报。

保健品使坏死骨头重生? 骗人

【案情简述】2014年3月25日,消费者举报称海口报业网络传媒有限公司网站“××牌骨质疏松”广告违法。经查,该广告宣称“独特的专利中草药配方,改善骨内微循环,保证血液畅通……甚至使已经坏死股骨头重焕生机。”其行为违反《食品广告发布暂行规定》第七条“食品广告……不得直接或者间接的宣传治疗作用。”依据《食品广告发布暂行规定》第十五条有关规定,海口工商局

责令当事人停止发布违法宣传,并作出罚款8000元行政处罚,上缴国库。

【工商点评】《食品广告发布暂行规定》第七条“食品广告……不得直接或者间接的宣传治疗作用,也不得借助宣传某些成份的作用明示或者暗示该食品的治疗作用”的禁止性规定。本案中的当事人直接或间接地宣传保健食品具有治疗作用,无论真实与否,都不能在广告内容中出现。现在一些网络传媒往往

重视广告效益,而对广告内容的合法性没有履行审查义务,结果造成违法广告时有出现。

【消费提醒】互联网中食品类违法广告非常多,一些消费者对食品的疗效非常关注,相信奇迹会发生在自己身上,而忽视了商品本身的基本属性是食品。消费者在订购相关食品药品时,要注意查看国家食药总局的批准文号,区别商品的属性,以免被虚假夸大的宣传用语所误导。

美容除皱有效率99%,违法宣传!

【案情简述】2014年6月12日,海口工商执法人员发现海南瑞韩医学美容中心网站上发布“局部注射BOTOX-A型肉毒素美容除皱瘦脸,有效率达99%以上,疗效维持5—10个月,重复注射可达到永久效果”的宣传广告。经查,当事人在互联网登载上述内容的情况属实。《医疗广告管理办法》第七条第一款“医疗广告的表现形式不得含有以下情形”的第(三)项:“宣传治愈率、有效率等诊疗效果的;”

依据《医疗广告管理办法》第二十二条有关规定,海口工商局责令当事人立即更改网站上违法宣传,并作出罚款10000元的行政处罚,上缴国库。

【工商点评】随着生活水平不断提高,整形美容业快速发展,医疗美容安全问题日益突出,成为工商系统监管重点区域。《医疗广告管理办法》第七条第一款明确规定医疗广告的表现形式不得含有的8种情形,是禁止性规定,包括保证治愈、

宣传治愈率等诊疗效果的情形。这类广告往往有虚假或夸大宣传的成份,而忽略医疗手术中存在的风险,一旦术后没有达到消费者的心理预期,容易出现消费纠纷。

【消费提醒】实践中网络违法医疗广告较为常见,消费者订购相关服务时,不要被所谓的“有效率”“治愈率”所迷惑,应当注重了解商家的经营资质、操作人员的执业资格、产品的批准证书、手术的风险,以及是否提供医疗保险等。

买证书网上吹牛 不正当竞争

【案情简述】2014年9月2日,三亚工商执法人员在互联网上进行检查时,发现海南巴黎经典婚纱摄影有限公司在网站有涉嫌虚假宣传。经查,2010年1月,当事人在未参加任何实际评比活动情况下,以1500元(每件证书500元)向自称是“中国品牌质量管理评价中心”和“中国中小企业名牌培育工作委员会”的工作人员,换取“全国诚实守信示范单位”“中国婚纱摄影行业十大影响力品牌”“全国重质量、守信用品牌企业”三

个证书,并将无效证书中内容放在其网站,在网络上进行引人误解的虚假宣传违反《反不正当竞争法》第九条第一款有关规定,依据《反不正当竞争法》第二十四条第一款有关规定,三亚市工商局责令当事人立即停止违法行为,并作出罚款40000元行政处罚,上缴国库。

【工商点评】本案难点在于当事人获得的证书是否有效。当事人通过花钱来换取证书的行为,根据《国务院办公厅转发监察部等部门关于清理评比达标表彰活动意

见的通知》(国办发〔2006〕102号)》有关要求,上述的评选结果和证书都是无效的,不得对外进行宣传或作为宣传的依据,当事人将花钱买的证书进行宣传其企业,是虚假宣传。

【消费提醒】消费者在订购相关服务时,不要被商家各种夸大或虚假宣传所吸引,要注重了解商家的经营资质、合同格式条款的约定是否公平合理、价格中包含的服务项目以及自选收费项目、违约责任、退款条件等。

苹果6手机做奖品促销,违法

【案情简述】2014年11月24日,执法人员发现海南美都投资有限公司在其微信企业公众号上发布抽奖式的有奖销售信息,内容为“11月3—9日凡在京华城任意品牌消费200元即可参加抽奖,特等奖Iphone6(以任意一部手机换领)”等。经调查,特等奖Iphone6时价超过5000元,其行为属于《反不正当竞争法》“第十三条:经营者不得从事下列有奖销售:(三)抽奖式的有奖销售,最

高奖的金额不得超过五千元”规定。依据《反不正当竞争法》第二十六条有关规定,责令当事人立即停止违法行为,并作出罚款10000元的行政处罚,上缴国库。

【工商点评】无论是实体商家还是互联网商家,开展有奖销售活动是较好的也是常见的促销手段,消费者也从中获利,但是有奖销售活动不能触犯法律底线,即最高奖的金额不得超过五千元。无论是开办实体店、网店还是微店,无论采用什

么样的促销手段,一定要遵守国家的法律法规,否则都会受到约束和惩罚。

【消费提醒】由于微博微信的受众日益广泛,不少商家纷纷开起微店,或利用朋友圈推销商品,其中商家的资质和商品质量鱼龙混杂,在“朋友圈”吃亏的消费投诉也日益增多。消费者无论在什么样的环境中消费,一定要擦亮眼睛,不要冲着大奖购买没有经营资质以及没有质量认证的商品。