

江苏省2022年度消费者权益保护十大典型案例发布

私教频繁更换,会员有权解除合同



特别行动

3月15日下午,2023年江苏省“3·15”国际消费者权益日直播活动在南京举行。活动上,省法院与省消保委共同发布《江苏省2022年度消费者权益保护十大典型案例》。现代快报记者注意到,这些案例聚焦传统消费领域中的痛点难点,如预付式消费、低速电动车的质量问题等。对于诸如文化旅游活动、二手消费这类消费增长点,和“撸猫”“撸狗”“撸鸭子”等新消费,相关部门也密切关注。

现代快报+记者 安莹 江楠

案例 1 品牌管理人负责连锁门店经营应当认定为实际经营者

2017年9月,张某在某品牌健身门店办理会员卡,协议上载明当事人为“某某健身”,协议及收款收据中的签章为该品牌健身店会籍专用章。甲公司为该健身品牌的品牌管理人,乙公司参与实际运营,两公司的股东分别或共同出资设立多家名称不同的公司,以相关公司名义开设多家该品牌健身门店。案涉健身店经营地点的注册公司为丙公司,股权结构与乙公司相似,经营范围与甲公司、乙公司重合,三家公司之间未签订该健身品牌的特许经营合同。2019年7月,案涉健身门店张贴告示称因经营亏损停

业,但未向张某退还剩余会费。张某将甲公司、乙公司诉至法院,请求二被告退还剩余会费并支付三倍惩罚性赔偿金。

江苏省高级人民法院认为,甲公司、乙公司和丙公司之间存在高度关联性,且甲公司、乙公司直接负责案涉健身店的经营管理,取得经营收益,故甲公司、乙公司是案涉健身店的实际经营者。该健身店因亏损停业,但未妥善安排退费事宜,也未披露实际经营者信息,存在故意隐瞒真实情况规避责任承担的情形,应当认定甲公司、乙公司的行为构成欺诈,遂判决支持张某的诉讼请求。

案例 2 减肥糖含禁用成分获十倍赔偿

2021年11月,王某分两次向庄某购买五盒名为“台湾强奶”的减肥压片糖果,服用后出现心慌、气短、头痛、失眠症状。事后庄某退还购物款,将王某微信拉黑。2022年3月15日,王某将“台湾强奶”送去检验,结果表明该产品含禁用成分“西布曲明”。王某诉至法院请求判令庄某支付十倍惩罚性赔偿金。庄某经法院依法传唤后未

到庭。

丹阳市人民法院认为,庄某销售的减肥压片糖果中添加有国家禁止使用成分,庄某经法院传唤无正当理由拒不到庭参加诉讼,应当承担未能到庭答辩、质证的法律后果。综合全案情况,法院依法认定庄某销售明知不符合食品安全标准的食品,对其处以销售金额十倍惩罚性赔偿金。

案例 3 企业经营不善以货抵款减轻消费者损失

2022年1月起,无锡市梁溪区消保委陆续收到多名消费者投诉,反映某家居门店存在延期履行合同、履行不符合合同约定以及售后服务质量差等问题。接诉后,区消保委了解情况发现,该家居店总部及全国门店资金链断裂,无法如期交付消费者预订的定制家具产品,

仅无锡地区涉及消费者近百人,销售金额约200万元。

区消保委遂启动应急预案,经过多轮联合约谈,督促并引导商家拿出“以货抵款”的方案,即以无锡门店库存家具产品抵扣消费者预付款,最终86名消费者选择以货抵款的方式,挽回经济损失143万元。

案例 4 骑马跌伤景区与实际经营者都担责

某公司是某嘉年华景区的经营者,投保“公众责任保险”,被保险人为该公司,营业场所为嘉年华景区。该公司将景区内的骑马场交给魏某实际经营。本案原告为未成年人,随其父骑马过程中跌落致颅脑损伤,经鉴定构成十级伤残。原告诉至法院,要求魏某、某公司、保险公司共同赔偿其各项损失合计17万余元。

宿迁市中级人民法院认为,

魏某未尽到安全保障义务造成原告人身损害,应当承担赔偿责任,某公司将骑马场交由魏某经营,依法应当承担连带责任。原告监护人放任未成年人自行骑马,对损害发生亦存在过错,相应减轻经营者20%的责任。保险公司对某公司承担的连带赔偿责任承担保险赔偿责任。遂判决保险公司赔偿原告13万余元,魏某和某公司连带赔偿3千余元。

案例 5 健身会所频繁换私教消费者有权解除合同

某公司系游泳健身会所的经营者,2020年11月,杨某与该公司签订私教合同,花费18000元充值100节课。合同载明会员或会所均有权根据实际情况选择多个教练或者更换指定教练。在其后参加的11节课程中,该公司分别指定三名教练指导完成,此后又为杨某指定其他教练。杨某认为公司频繁更换教练影响其训练的

系统性与计划性,影响到了合同目的的实现,遂诉至法院要求解除合同并退还剩余课时费。

盐城市大丰区人民法院认为,过于频繁地更换教练无疑会对杨某的个人体验产生严重影响,私教合同的目的已经难以实现,某公司应允许杨某解除合同。法院酌情由某公司退还杨某1.2万余元。

案例 6 寄丢两台苹果手机保价1.2万赔偿2万

2021年3月,陈某通过某快递公司寄送苹果手机两台,保价金额12000元。货物送达后,收件人与快递公司工作人员共同现场开箱验收,发现手机不翼而飞,其他配件完好,两部手机价值2万余元。快递公司依据保价金额赔付12000元,剩余款项未赔付。陈某诉至法院,要求快递公司赔偿差额损失。

南京市中级人民法院认为,案涉两部手机在寄送过程中一直处于快递公司的控制之下,其无证据证明案涉手机的丢失系因运输过程中的合理风险、货物本身性质或不可抗力所导致,能够反映快递公司存在较为严重的过失,故不能引用保价条款免除责任,遂判决快递公司在保价金额外足额赔付陈某的损失。

案例 7 因界定模糊构成警示缺陷经营者应当承担赔偿责任

2021年10月,某销售部向吕某销售低速电动四轮车一辆。2022年3月,吕某驾驶该车与朱某驾驶的摩托车发生碰撞致朱某受伤。经鉴定,该电动四轮车属于机动车,交警认定吕某负事故主要责任。后经调解,吕某一次性赔偿朱某19万余元。吕某主张销售部以非机动车名义销售机动车,销

售部亦应承担部分责任,遂以销售部为被告向法院提起诉讼。

高邮市人民法院认为,销售部对车辆性质界定模糊,未就上述注意事项对消费者进行产品警示,对吕某而言案涉车辆存在警示缺陷,该缺陷与损害结果具有一定因果关系,酌定销售部承担15%的赔偿责任。

案例 8 消保委调解+法院司法确认助力消费者低成本维权

2022年6月,孙某在某品牌专卖店买了一台净水器,后因漏水严重致地板被泡,橱柜、床、门、沙发等不同程度损坏。该品牌售后工作人员上门查看,发现是净水器的三角阀门导致漏水。品牌公司请专业机构评估现场损失,确认总额为33.4万元。孙某对此不认可,要求对方赔偿50万元,双方意见不一。孙某无

奈求助于江苏省消保委。

经省消保委反复沟通协商,品牌公司除去已经支付的鉴定费及孙某的食宿费用共计3万元外,再一次性支付孙某40万元赔偿款,协议签署后5个工作日内一次性到账。因协议不是即时履行,消保委在征得双方同意后,引导当事人申请司法确认,解决了孙某的后顾之忧。

案例 9 卖二手包隐瞒瑕疵无权主张“非真假问题不退不换”

王某在某二手交易平台出售二手名牌皮包一只,备注说明“皮包是正品,背得不多,只有指甲印,没有其他瑕疵,拍下非真假问题不退不换”。韩某购买收到货后发现除指甲印外,皮包四角存在较为明显的磨损。韩某向交易平台投诉无果后诉至法院,请求判令解除买卖合同。

常州市中级人民法院认为,

案涉皮包虽为正品,但王某在出售时明确表示仅存在指甲印瑕疵,只在刚购买时背过,但皮包的磨损程度明显不符,且提供的照片不能有效展示皮包四角磨损情况,故认定王某存在隐瞒商品瑕疵的情况,违反诚实信用,不能以“非真假问题不退不换”主张免除责任,遂判决解除双方合同,相互退还货款与皮包。

案例 10 消费者“撸猫”被抓伤经营者承担无过错赔偿责任

2021年5月,颜某到某宠物工作室“撸猫”时,被一只白猫抓伤,就诊和注射相关疫苗花费1500余元。因向宠物工作室索赔未果,颜某诉至法院,请求赔偿医疗费、交通费等各项损失。

连云港市海州区人民法院认为,本案中,宠物工作室饲养

的猫将颜某抓伤,虽然工作室主观上不存在过错,但颜某对损害的发生亦无故意或重大过失,因此宠物工作室作为动物的饲养人与管理人应当对颜某所受损害承担赔偿责任,遂判决宠物工作室赔偿颜某医疗费及维权产生的交通费1600余元。

相关新闻

超半数消费者倾向于主动维权

快报讯(记者 江楠 安莹)3月15日,江苏省消保委在南京发布《2023年江苏省居民消费意愿与维权认知调查报告》,结果显示居民变得越来越理性,刚需和性价比成为主角。

现代快报记者了解到,调查显示,居民未来生活信心显著提高,42.28%的居民表示未来一年会增加消费,超七成居民重视生活情调与个性消费,近八成居民愿意为自己的兴趣消费买单。在消费需求方面,53.05%的居民将未来一年生活关键词设定为“健康”,排在所有关键词首位。超六成居民表示愿意购买智能家电/家居产品。未来一年,37.39%的居民打算增加线下餐饮消费,近五成居民对线下演出感兴趣。国内游成居民首选,境外游仍处观望阶段。老年游回温,“退休长者”成出境游主力军。

《报告》显示,半数居民倾向于线上消费,但近五成消费者反映商家投诉入口难找,人工客服难联系。此外,商家不合理条款、退卡退费难、商家和平台推诿责任、大数据杀熟等都是消费维权的重要阻碍。对预付式消费,霸王条款、商家跑路、质量问题是消费者的主要担忧。

居民维护自身权益的态度积极,遇到不公平对待时,52.84%的居民通常会维护自身权益;39.56%的居民会看具体情况做决定。12315和12345等政务热线是居民主要维权渠道。

2022年整体消费状况南京近九成消费者满意

快报讯(通讯员 宁萱萱 记者 江楠)3月15日,南京市消费者协会、南京市市场监督管理局等单位共同组织了“倡导诚信风尚·提振消费信心”2023年南京市纪念“3·15”国际消费者权益日暨秦淮区“加速经济提质·激发消费活力”启动仪式。现场公布了《2022年度南京市消费环境满意度评价报告》,其中指出,消费者不满意的消费领域为美容保养、美发和洗浴服务,快递服务,教育培训服务等。

现代快报记者了解到,2022年,南京市12315热线平台接收市场监管领域各类社会诉求46.15万件,同比2021年(下同)上升2.87%。其中投诉9.57万件,同比下降6.43%;举报2.91万件,同比上升22.05%。在这些投诉中,2022年消费者投诉举报的热点问题主要集中在食品餐饮、家用电器、家居用品类等10个方面。

值得注意的是,在近日中消协公布的“2022年百城消费者满意度测评结果”中,南京市位居全国前列。百分制下,南京市消费环境满意度综合得分84.95分,比去年略高。在2022年全市消费环境满意度测评中,得分高于全市得分的辖区依次为:秦淮区88.05分、玄武区87.03分、江宁区86.87分,建邺区85.64分。

此次测评中,最为关注的方面是消费时财产和人身是否安全,以及售后服务的好坏。总体来看,近九成消费者对2022年南京市整体的消费状况满意。