



# 对恶意退单应严惩



瞭望塔

□据《经济日报》

春暖花开,清明假期将至。出游热带动民宿产业快速发展的同时,也暴露出部分经营者侵犯消费者权益的问题。中消协发布的2023年十大消费维权舆情热点中,民宿经营者“涨价退单”“虚假地址”引发投诉的关注度位居第二。拆迁、倒闭、房子着火……为了涨价,商家退单理由五花八门,让游客十分闹心。

恶意退单风气不可助长,规范经营才是民宿经济发展的长远之道。受供需关系影响,假日期间民宿需求增加,商家希望把握旺季实现盈利也属正常。但花式退单行为不仅伤害商家的口碑和信誉,还会损害地区旅游形象,扰乱市场正常经营秩序。既然顾客按原定的价格下单,商家就应一诺千金,面对变化的行情,提价也应以既

定协调一致为前提,而不是采用恶意退单的手段。

平台需加强对入驻民宿商家的监督,重视其信用管理。此前,针对消费者反映的问题,多家在线旅游平台也曾作出加强监管等承诺,但乱象频出的状况并未得到明显改善。其实各大平台都有对商家毁约的惩罚制度,但由于罚款金额和涨价带来的利润相比相差甚远,一些民宿商家明知会被惩罚,还是要坚持毁单。对此,平台可将信用积分纳入评级体系,并将其作为民宿经营的硬指标,对信用积分不合格的商家在评级时可进行一票否决,对信用积分扣除完的商家采取下架闭店整顿等措施,让商家树立规范化经营意识。

在行业规范方面,去年,首个涉及民宿的国家标准《旅游民宿基本要求与等级划分》正式实施,推动民宿行业走向标准化。但由于民宿经营具有房源分散化、经营主体多元化等特点,一些痛点短期内难以彻底解决。对此,相关部门应增强统筹协调,加强对民宿房源、房东等信息的监管审核,更好从源头上遏制恶意退单行为发生。同时,面对个别平台出于抽成

收益考量与商家合谋涨价的问题,监管部门也须从制度上对价格实施监管,要求平台和民宿经营者都认真落实明码标价和价格公示制度,禁止价格欺诈、扰乱市场价格秩序的行为。

规范的民宿经营并不只是诚信为本和价格合理,更意味着需要为游客提供专业化的服务和安全卫生的居住条件。不同于标准化的酒店经营模式,民宿多为个体经营,且很多从业者都未经过专业化培训。一到假日就只想着涨价获利,服务质量却不见得有明显精进,长此以往,也难以留住客人。民宿商家要有长线经营意识,不做“一锤子买卖”,努力提高自身经营的专业化水平。

为尽量避免权益受损,消费者在出行前应尽可能选择规模大、信誉好的商家,下单前及时关注了解商家是否有负面信息或差评。若遇到恶意退单的情况,要及时保存证据,向平台和有关部门进行投诉,主张赔偿来弥补自身经济损失,维护合法权益。

随意毁约绝非民宿经营的好策略,只会坏了民宿的声誉。让每位游客都能乘兴而来、尽兴而归,才能实现民宿经济的可持续发展。

## 媒体聚焦

正观视评:

### 车位被占业主将车封死,有理不该向没理让步

据极目新闻报道,近日,哈尔滨一位业主李先生花15万元购买的私家车位多次被占,并且沟通无果,李先生一怒之下,雇人将车位用焊条焊死,将对方车辆封住。最终,车主自行拆除焊条,将车开走。

从情理上讲,李先生已经多次要求对方不要再占车位,也通过物业进行了协商,甚至还在车位上放了三个轮胎防止被占。显然,沟通、协商、调解是没用的。从法律上讲,车位是李先生私人财物,对方乱占车位已经侵害李先生的使用权,李先生使用焊条封堵车位不失为一种自救的方式,不需要承担民事责任。法不该向不法让步,有理也不该向没理让步。对于乱占车位现象,物业、警方理应为车位业主站台,绝不能和稀泥。

南方都市报:

### 被犬只吓倒受伤犬主亦担责,提示养犬管理要做到位

近日,人民法院案例库进一步披露饲养动物损害责任典型案例的案情,其中提到,饲养动物的危险性并不仅指身体上的直接接触所致伤害,给他人造成的惊吓也属危险之一。

在此之前,最高法曾在典型案例发布会上指出,犬只靠近他人吠叫、闻嗅或者追逐他人等行为,引起他人恐慌进而产生身体损害的,犬只饲养人、管理人亦要承担赔偿责任。饲养动物侵权在民法规定中属于无过错责任。仅在被侵权人故意或者重大过失的情形下,动物饲养人或者管理人才可以依法减轻或者不承担其动物饲养责任。实现文明养犬,需要司法判例更好发挥作用,通过鲜活的例子以案说法,为纠纷化解提供指引,需要依据法律条文与法律精神,做出公正判决,让文明养犬共识在个案中得到凝聚,让每一个养犬人对他人的生命健康权益有所敬畏。

澎湃新闻:

### 赚500元被罚22万元,“小过重罚”症结在哪

营业才两周的采耳店,收入2000元,获利仅500元,却被罚22万元。数字之间的强烈对比,让行政执法“小过重罚”的问题,再度引发舆论关注。最新消息,当地回应已撤回强制执行申请。

行政执法是行政机关履行政府职能、管理经济社会事务的重要方式。行政处罚除了需要坚持合法性原则,还需要坚持合理性原则及比例原则,过罚相当。有学者认为,“小过重罚”之所以成为一种现象,其根本原因不在于执法,而在于立法。目前引发争议的诸多“小过重罚”案例,几乎都是因为专门法律当中设定的罚款数额起步非常高,而且这些专门法律大部分是涉及重要民生领域的食品安全与医疗安全。行政执法工作,处罚并不是目的,纠正违法行为,引导企业和群众依法经营、自觉守法才是重点。一次“小过重罚”确实能看出执法的雷霆手段,但可能影响的是整个社会的活力。

## 热点话题

相关企业应意识到,“套路”消费者绝非长久之计

# 整治App“免费试用”乱象,需多方发力

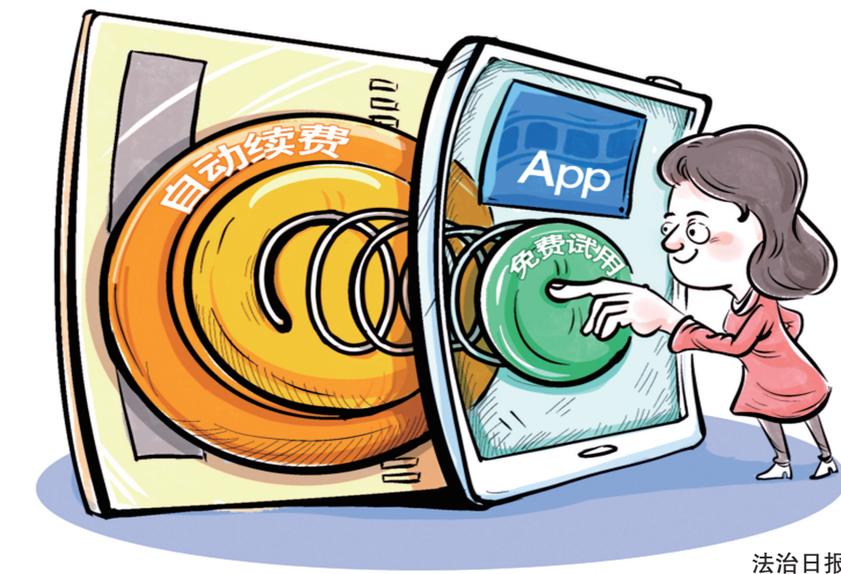
近日,河南郑州的吴女士开通某App软件的“七天免费试用”后,直接被扣掉一年会员费,当她找App客服申请退款时,客服以已经使用为由拒绝退款。而类似吴女士这样掉进App“免费试用”“低价享用”陷阱的消费者不在少数。(4月1日《法治日报》)

在某第三方投诉平台上,有关“免费试用”的投诉高达1.9万余条,绝大多数是在吐槽各种App。有的点击免费试用后,即默认包月包年套餐;有的宣称低价续费,结果续的是高价套餐;有的在免费试用期内,第二次点击即默认支付会员费。

如今,“免费试用”陷阱五花八门,让消费者防不胜防。作为一种常见的市场推广手段,“免费试用”通过让消费者体验产品或服务的一部分功能,以激发其购买欲望,原本能够实现App与用户的双赢。然而,却被一些不良商家扭曲,用来“套牢”消费者。如此侵犯消费者的知情权和选择权,让消费者对这类App失去信任。

从法律的角度看,当商家提供的服务与扣取的款项,与其宣传内容存在严重出入时,极可能构成虚假宣传。若进一步有证据表明,商家故意向消费者传达虚假情况,或故意隐瞒真实情况,意在诱导消费者作出错误的消费选择,便可能构成消费欺诈。消费者不仅有权要求商家退还所扣款项,更可以依法请求惩罚性赔偿,以维护自身合法权益。

然而,现实情况中,由于所遭受



法治日报图

经济损失不算大,维权成本却很高,很多“踩坑”的消费者往往选择放弃维权。更糟糕的是,一些App平台客服难以联系,或者即使联系上,客服也常常答非所问、推卸责任,更让消费者感到维权无望。这种消费者的无奈选择,在一定程度上纵容了App平台的不正之风。

近期,尽管有关部门针对自动续费问题出台更为明确的规范,但关于“免费试用”的条款仍显不足。目前,试用期长短、试用期内的权益限制、期满后的转化策略等细节,在不同商家间存在较大差异,难以用统一的标准进行规范。为此,相关部门应针对“免费试用”和低价享用服务制定更为可行的实施细则,明确规定商家必须履行的义务,确保

条文清晰具体,这样既便于执法部门日常监管,也为消费者维权提供有力的法律依据。

要从根本上规制这一乱象,还需多方形成合力。相关部门应加强对App支付环节的日常监管,及时发布典型案例予以警示,并敦促平台迅速整改。同时,建立便捷、高效的在线纠纷解决平台,为消费者提供低成本、高效率的非诉讼纠纷解决渠道。消费者也应谨慎“试用”,及时退订或拒绝购买。

相关企业应意识到,“套路”消费者绝非长久之计。主动公开并透明披露试用条款,严禁任何形式的误导性宣传,不仅是企业应尽的法律义务,更是实现长远发展的题中之义。评论员 周也琪

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghpl@163.com