责任编辑 陆如燕 E-mail:fzbfzsy@126.com

买情侣票 女子携女友入园被阻

女子状告长隆野生动物世界被驳回

□法治报记者 陈颖婷

"购买了双人票,为什么我们两个人不能人园?"林小姐和女性朋友持票来到长隆野生动物世界(简称:长隆公司)时,却被告知此为"情侣票",必须一男一女才能人园。为此,林小姐将长隆公司以及购票平台告上了法院,近日长宁区人民法院对此案进行了一审判决。

买了"双人票"却被拒入园

林小姐说,2021年5月20日,她通过某购票平台APP订购了长隆公司名为"长隆野生动物世界一日门票双人票(【5月特惠】情侣票),第二天,林小姐携其女友前往广州长隆野生动物园人园时,被园区工作人员拦下,以"情侣票仅限一男一女使用"为由拒绝林小姐及其女友人园,并告知如须人园须补差价90元,将情侣票更换为两张成人票。随后,林小姐与被告长隆公司的相关部门进行了多次交涉,但无果。

林小姐认为,她与长隆公司以 及购票平台建立了服务合同关系, 在她按约支付服务价款后,两被告 无正当理由拒绝向其提供服务,违 反了合同约定,给其造成了经济损 失,长隆公司的该项规定排除了她 的重大权利,该条款应为无效。故 林小姐诉至法院请求确认涉案合同 中"费用说明"里限定使用该情侣票的消费者为"一名男士和一名女士"的条款无效,同时两被告支付林小姐损失 190.48 元。

情侣票区别于其他票种

对此长隆公司解释道,首先, 涉案票种是长隆公司推出的优惠 票,区别于其他票种,在购票平台 销售该优惠票时, 购票须知页面中 已明确显示该票种为"一名男士和 一名女士"使用,以区别于其他票 种,该设定说明清晰显著,该票种 为优惠票,设定使用范围是为针对 特定人群使用,该票种的推出属于 长隆公司在合法经营范围内享有自 主经营管理权的事项, 且未违反法 律法规的强制性规定, 应为合法有 效。其次, 林小姐购票时未阅读购 票须知,在购票后由于不符合票种 的使用设定而未能入园, 是由于林 小姐自身过错导致。长隆公司并无 过错,且已经为林小姐全额退票退 款,不应承担赔偿责任。最后,长 隆公司不是购票平台的经营者,公 司无法对内容进行调整或更改,即 便林小姐认为购票预订页面提示不 显著, 亦与长隆公司无关。

而购票平台则认为其在产品页面中已做充分的信息披露。林小姐预订产品的使用规则由长隆公司制定发布,购票平台仅做展示,未作额外编辑加工。票种使用范围的展示内容是依据长隆公司发出的《关

于长隆野生动物世界 520 情侣票政策的致函》中的内容,该函件中在产品政策载明的使用范围为"……情侣票:包含1名男士和1名女士全票,凭购票时填写的有效身份证件验证,二人同时人园一次。该门票仅限再携带一名身高未达到1.0米的免票儿童人园(另有说明的特殊条种除外)"。购票平台在运营的网站上对此予以披露且内容一致。故购票平台在林小姐预订过程中不存在过错。

设定适用范围无不妥

法院审理后认为, 林小姐在购 票时,涉案票种在"费用说明"-栏内明确载明: "广州长隆野生动 物世界 (一名男士和一名女士) 情 侣票全票一张"。从该约定中可以 看出,长隆公司已表明了该票种的适用范围,即"一名男士和一名女士",从查明的事实来看,涉 案票种系长隆公司推出的特定优 惠票种,区别于其他普通票种, 鉴于该票种的性质,长隆公司设 定一定的适用范围并无不妥,长 隆公司提出是其企业自主经营范 围,且未违反法律法规的相关规 定的辩称,具有合理性,林小姐 虽诉称该约定应为无效, 但并未能 提供相关证据予以证明, 故对林小 姐要求确认该条款无效并要求两被 告赔偿损失的诉讼请求, 法院依法 不予支持。

"主播"推荐购买手机? 男子掉入网购陷阱

徐汇法院判决一起网络交易诈骗案

□记者 季张颖 通讯员 沈佳青

本报讯 网购时看到熟悉的主播推荐购买手机,不想却是他人从其他平台下载网红主播视频发布的"冒充视频",实则是为了冒充客服吸引买家购买手机并骗取购机款。近日,经徐汇区人民检察院提起公诉,徐汇区人民法院开庭审理了这样一起案件,杨某因犯诈骗罪,被法院依法判处有期徒刑 9 个月,并处罚金 3000 元。

王先生平时喜欢看社交媒体,购买数码产品也喜欢参考网红主播的推荐视频。2022年8月31日,王先生在某知名社交购物平台看到熟悉的主播推送购买手机的视频,瞬间心动,抱着试试看的想法,王先生加了客服微信,"我们是大V网红店,几十万粉丝,很多人都来我们这买,又便宜又有好货。"

王先生刚好想换部手机,为了价格更优惠,王先生和对方达成交易,以旧手机和一块手机屏抵给对方 2000 元,自己支付 6888元,对方会在 48 小时内发货。王先生收到手机后将旧手机数据导入

新手机,再将旧手机和屏幕寄给对 方。

然而两天过后,对方仍未发 货,并且把纪先生的社交平台账号 拉黑。王先生在微信上要求退款, 对方以自己是客服, 需听公司安排 为由要求王先生直接支付尾款,且 谎称"机器都给你准备好了,你不 能不买!"以此为由拒绝退款。进 退两难的王先生只能扫对方提供的 二维码支付了剩余款项。然而,对 方又以订单异常为由要其下载一款 APP 人工审核退款后重新支付。 王先生下载完该 APP 后手机内跳 出提示谨防诈骗,遂提出要求对方 直接退款,但对方却一直以需安排 人工客服、走流程等敷衍, 王先生 遂打电话报警。

经查,这个知名社交购物平台的主播视频是杨某冒充其他平台网红主播的名义发布的。"我都是骗他的,压根没想发货给他。"据杨某交代,他从其他平台主播账户下载视频发布后,冒充客服吸引买家向其购买手机并骗取购机款。最终,经徐汇检察院依法提起公诉,徐汇法院依法作出如上判决。

中国平安 PINGAN

专业・价值

以案说险:

网上投保也有"陷阱",明辨产品才能不被"套路"

【案例介绍】

"我今年65岁了,去年8月份的时候有一次刷抖音,看到上面有个广告'1元买保险,纯保障,不吃亏',就点了那个链接进去。想着就1块钱,买了也不会吃亏,我就绑定了微信扣款。没想到,除了第一个月扣了1块钱,后面每个月保费越来越多,到今年7月份,我让儿子查了下,居然断断续续被扣了4000多块钱!儿子帮我打电话给保险公司退款,对方却说只能退还200多块钱。这可是我辛辛苦苦攒下来的退休金啊!"张大爷说起自己购买互联网保险产品的过程,悔不当初。

【案例分析】

2022年1月1日,互联网保险新规正式实施。从经营门槛、产品范围、费用控制等诸多方面对互联网保险业务进行规范,为广大消费者购买互联网保险产品"遮风挡雨"。但是新规之下,仍然存在一些片面信息披露、不实产品宣传的误导消费行为,严重侵害了消费者的合法权益。主要表现如下:

一、"保费优惠"为饵。诱导消费者

片面宣传"首月1元""免费领取",吸引消费者的注意力,实则是将保费分摊至后期,缴纳的保费层层递增。等消费者发现被"套路"想退保时,往往已经损失惨重,严重侵害了消费者的知情权。

二、链接"暗藏套路", 处处有陷阱

近年来通过互联网购买保险产品已经屡见不鲜,部分互联网销售平台 利用老年消费者存在数字鸿沟的弱点,在发布的营销广告中设置不清晰,甚 至以自动续费、默认勾选等方式进行强买强卖,严重侵害了消费者的自主选 择权。

【风险提示】

伴随数字时代的快速发展,互联网保险也受到了消费者的广泛欢迎。 良性的市场发展,不仅需要规范经营的保险机构,也需要理性的消费者。

一、理性选择产品, 明确保险功能

保险作为防范风险的重要渠道,对保障个人及家庭财产安全、生活安定具有重要的意义,消费者应根据自身实际需要进行投保,选择适合自身的产品。

二、仔细阅读条款,谨防误导宣传

在购买互联网保险产品时,消费者要详细阅读合同条款,尤其是涉及保险责任、责任免除、交费、理赔等关键内容,警惕"套路"广告。

三、留心页面内容, 提防默认选项

消费者确认购买保险产品时,要逐一查看平台上所示的内容,尤其留心设置的默认勾选项,避免被强制搭售其他产品。在签订合同时,对于缴费的方式、渠道、频次都要进行确认,老年消费者最好在家人的陪伴下进行投保,以避免不必要的经济损失。

四、关注线下环节, 合法渠道维权。

消费者投保前要全面评估保险机构关于线上服务的情况说明,以及缺少线下网点可能存在的服务不到位等问题,避免引发后续纠纷。若发生消费纠纷,可以向当地保险协会申请调解、仲裁,以及法院提请诉讼等渠道进行维权。切勿通过网络不法分子等"代理维权",避免个人信息泄露、资金受损、失去保险保障、甚至遭受诈骗的风险。

平安人寿上海分公司温馨提醒:不轻信,不盲目,树立理性投资理财观念.警惕"天上掉馅饼"的好事儿.遇事多沟通.守好自己的"钱袋子"。

