

编者按：

每有引人关注的社会事件、法律问题发生，律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法律解析，让您不用出家门就可享受“律师服务”。

电影票买时容易退时难

律师：应当制定详细清晰的“退改签”规定

据《工人日报》报道，今年以来，电影市场持续火爆。然而，有不少观众反映，电影票“退票”“改签”难。“电影票退票攻略”成为一些社交媒体上的热门话题之一。

对此法律专家表示，影院或第三方平台应当制定详细、清晰的“退改签”规定。

观众：

买票容易退票难

北京的小樊在某平台上买了一张电影票，后来因时间不合想退票，却发现平台内没有退票的操作项，客服也告知“退不了，也改不了”。于是，他去了影院现场，却被工作人员告知，在第三方平台购的票，需要找平台方退票。

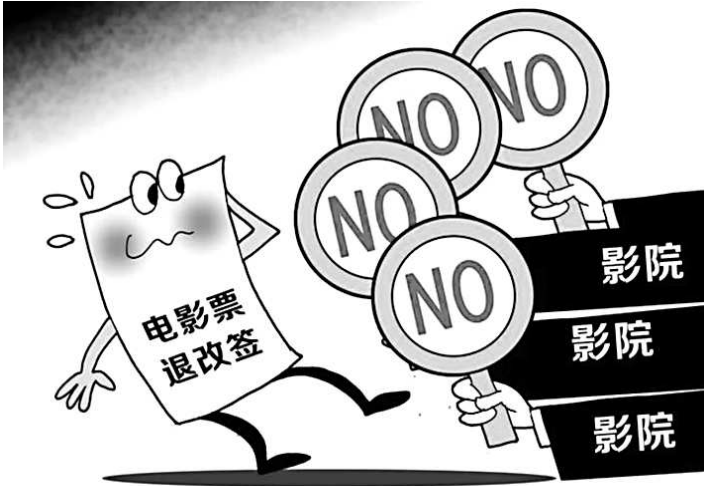
记者尝试在两家不同的第三方平台上购票、退票。在确认好座位之后，页面跳转至“确认订单”。此时，两家平台的页面下方“确认支付”上面都有一行小字，显示不支持退票、改签。

在线下，同一家影院不同分店的退票情况可能也不一样。今年初，小郑在深圳市某影城一家分店购买了两张预售电影票。之后突然有事要离开深圳，无法观看，但该电影院不支持退票。小郑不解：该影城的其他地区分店都支持退票，凭什么这家就不可以？目前，小郑已在网上发起投诉。

另外，一些影院在“退改签”问题上，针对不同消费者实行差别待遇。据媒体报道，有的影院推出自己的客户端，只有会员在官方客户端上订购电影票时，才可以自助办理退票，通过第三方平台购票则不能。

据统计，北京 267 家影院中，支持退票的影院仅 78 家，其中部分还附带手续费。一些影城退票的手续费高达原票价的近四成。

采访中，不少消费者都表示，由于一张或几张电影票涉及的金额并不多，退不了票通常都放弃维权。大多数会通过朋友圈等渠道转



资料照片

给别人，转不出去，一般也认栽。

商家：

防止恶意刷票

记者走访北京回龙观一家影院时，工作人员称现场不退票，记者随即询问了缘由。

工作人员解释称：不退票是担心有人恶意刷票，刷票会造成预售期间票房大卖的假象，影响影院排片。“一场电影只要有一人买票，就无法更改电影的排期。如果此时恶意退票，不仅这部电影票房会降低，直接影响影城收入，别的电影也会失去更多排片机会。”

对此，盈科律师事务所律师孔峰辉认为，依据消费者权益保护法等规定，经营者单方规定“电影票售出概不退换”，是以格式条款作出的对消费者不公平不合理的规定，属于“霸王条款”。而且，电影院认为“退改签”会影响排片，属于对市场风险的考虑，不应该把这种市场风险转嫁给消费者。

专家：

退票规则需完善

中国电影发行放映协会早在

2018 年 9 月就发布了《关于电影票“退改签”规定的通知》。其中规定：各方制定的“退改签”规定，要简化手续，优化“退改签”流程，全国各影院须在大堂醒目位置公示购票“退改签”须知，以保证观众提前了解相关“退改签”规定。国家广电总局出台的《影院计算机售票软件系统技术规范》也规定，售票软件应具有退票功能，并建立相应退票记录。

孔峰辉认为，用户去影院看电影买票，实际上是与影院或第三方平台签订了关于电影票的买卖合同。合同履行前，双方都有权利变更或解除合同。影院和购票平台单方设立“不退不改”规定，不仅不合情，也不合法。

中国政法大学教授庞金友认为，为使观众清楚了解到自己所买电影票的“退改签”规定，不管是影院还是第三方电影售票平台至少都应履行告知义务。目前，不同平台和影院“退改签”规则混乱，权责不清，制定详细、清晰的“退改签”规定确有必要。

有业内人士表示，可参照火车票的“退改签”规定，电影票依据退票时间收取比例不等的退票手续费。同时，修订完善相关制度法规，明确电影票“退改签”规定。（刘兵）

扫码点餐须关注公众号

律师：应遵循“合法正当必要”原则

据新华社报道，如今消费者在饭店用餐时，扫码点餐已十分普遍。但部分餐厅点餐、买单时，要求强制关注微信公众号，有的还需要输入手机号、生日、姓名等。本来只想安静地吃个饭，没想到却被“收割”一波个人信息。

扫码点餐强制关注

如今，消费者在餐厅吃饭时，通过手机扫码已经成为流行的点餐方式。这为商户节省了人力，给顾客带来了便利，但也暗藏“强制关注”的陷阱，引发过度收集信息、存在信息泄露风险的讨论。

记者走访深圳数个商圈了解到，多数餐厅上线了扫码点餐功能。扫码后，约有一半餐厅要求关注微信公众号后进行点餐，一些餐厅扫码后还要求用手机号登录才能点餐。还有餐厅的点餐系统要求顾客输入手机号、生日、姓名、性别等个人信息注册成为会员。

深圳市消委会法律部负责人何宝媚说，近期当地组织志愿者走访调查了 36 个大中型商超、26 个连锁餐饮品牌共计 260 个门店，有 97.02% 的商家采用了扫码消费，其中 95.64% 的商家在扫码后仍须关注或授权才可进行消费。

同时，深圳市消委会以线上投票的方式调研了消费者对扫码消费问题的看法，共 963 名消费者参与了投票，949 名消费者遇到需同意授权或注册会员才能使用的情形，941 名消费者表示介意商家收集个人信息。

个人信息被收集利用

记者采访了解到，由于开发的门槛不高，市面上存在不少开发扫码点餐小程序的技术企业。

一位技术企业工作人员表示，公司可快速搭建包括 App、小程序、公众号在内的扫码点餐系统，客户可选择让消费者扫码

跳转关注微信公众号中的服务号，再进入点餐页面。而在餐品结算时，“在后台可以自定义添加要求顾客填的信息，就餐人数、顾客姓名、联系方式等都可”。

消费者还可能“一不留神”就被商家“画了像”。

国内一家人工智能企业负责人告诉记者，技术提供商可以通过相关数据，分析顾客的消费行为，形成精准的用户画像，针对性地将打折、优惠券、积分等营销措施推送给顾客。

扫码消费亟待规范

不少业界专家认为，餐饮作为最基本的消费之一，覆盖了几乎所有的消费者，近来由扫码点餐消费等带来的“信息收割”迹象，亟待采取措施予以规范。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，扫码点餐涉及顾客的选择权和隐私权，餐厅提供扫码点餐服务时不应强制关注公众号、强迫提供信息，部分技术公司宣称顾客信息储存在“云端”，但仍可能引发隐私泄露忧虑。

实际上，围绕个人信息安全，消费者权益保护法、网络安全法、电信条例等顶层设计均已做出规定。

广东卓建律师事务所律师余刚表示，个人信息保护法（草案）近期提请审议的背后，是互联网时代个人信息的收集方式和途径让人防不胜防。商家获取消费者手机号、通讯录、精确地理位置等多项与消费无关的信息，涉嫌违反消费者权益保护法规定的“经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则”。

余刚等法律专家建议，行业主管部门应根据法律的原则性规定制定行业管理细则，督促餐饮等行业优化服务，加强行业规范，同时设立扫码消费的数据安全“边界”，拓宽消费者的侵权投诉渠道。

深圳市消委会相关负责人表示，针对扫码消费的相关问题，将进一步展开相关调查、监督工作。

（孙飞 赵瑞希）

律师：用“彩礼贷”包装“消费贷”涉嫌虚假宣传

据“中新网”报道，最近，“彩礼贷”“墓地贷”轮番登上热搜，再加上此前的“二胎贷”“婚庆贷”等，简直是“万事皆可贷”。银行为何屡屡推出“奇葩”贷款？这些产品都合法合规吗？

银行推“彩礼贷”“墓地贷”

“彩礼开销不用愁，‘贷’来稳稳的幸福”，近日九江银行推出的“彩礼贷”宣传海报显示，该贷款最高可贷 30 万元，最长可贷一年，年利率为 4.9%，申请者需年满 22 周岁以上，连续工作时间不少于 12 个月，且情侣一方需为行政事业单位正式员工。

天价彩礼一直备受诟病，2021 年中央一号文件明确要求加大对高价彩礼等不良风气治理。九江银行的“彩礼贷”一经披露，便引发了网

友的口诛笔伐。

随着事情不断发酵，3 月 18 日晚间，九江银行发布致歉声明：目前，银行已对直接责任人给予停职处理，对部门负责人给予记过处分，并对相关转发人员进行了批评教育。

“彩礼贷”闹得沸沸扬扬之时，一则“昆明一陵园推出墓地按揭贷”的消息又登上热搜。据了解，昆明晋龙如意园与云南西北银村镇银行股份有限公司联合推出“墓地按揭贷”，首付两成、最高能贷款 20 万元。

昆明晋龙如意园工作人员向记者表示，“情况属实，是有这个意向，但没有正式签约、实施，现在已经取消了。”

其实，“彩礼贷”“墓地贷”等银行推出的特色贷款，已不是什么新鲜事。据媒体报道，2020 年 12 月

底，河北张家口市宣化区某银行就与某公墓陵园合作，推出了针对购买墓地的贷款产品，厦门、安顺等地银行也曾被曝与当地陵园合作推出公墓按揭产品。

更早在 2015 年，江苏银行无锡分行就与许星明婚庆公司先行试点“婚庆贷”；2016 年，南京银行、江苏银行、农业银行又与南京婚庆公司结婚乐推出“结婚贷”，最高可贷 30 万元。

甚至，有银行还要“帮”你生二胎。2016 年，邮储银行、中邮消费金融携手家庭消费企业发布“二胎贷”，“只要一张亲子照+出生证明”最高可贷 20 万元。

针对特定职业的贷款也大行其道。如，2020 年 8 月，山东德州农商银行推出的“园丁贷”；2020 年 10 月，山东滨州农商银行推出的“人民公仆消费贷”；2020 年 11 月，农业

银行沈阳分行南湖支行推出的“记者 e 贷”；2021 年 1 月，广东广宁农商银行推出的“厨师贷”。

“奇葩贷”本质是消费贷

虽然贷款的“名字”五花八门，“但本质上还是属于消费贷。”中央财经大学金融学院教授郭田勇告诉记者。

“现在银行竞争压力很大，因此会选择设计、开发一些新的信贷产品吸引更多客户。”郭田勇指出，“在这个过程中，银行要防止走偏。”比如彩礼贷，国家在结婚这方面是不提倡收彩礼的，所以彩礼贷就和我们目前的价值观不符合。“银行创新应跟社会价值观相符合，不能触碰道德底线，要做到社会效益和经济效益相统一。”

“贷款需要针对合法正当的职

业，要有良性的场景，不能违法违规和违背公序良俗。”招联金融首席研究员董希淼也认为，“彩礼贷”本质上是一种婚庆贷款，这种很多银行都推出过，但取这样的名字宣传是有问题

题的。据网友反映，扫描九江银行“彩礼贷”海报上的二维码会跳转到一款个人消费信贷产品“快活贷”的页面。该贷款产品的宣传海报显示贷款用途为：新婚旅行、购车、购买首饰、购家电。但九江银行客户经理曾向媒体表示，“彩礼贷”实际上是“快活贷-零花钱”产品，“贷了款，你可以用它买车，也能够用来做彩礼。”

“严格上来讲，这可以算是一种虚假宣传。”北京市云通律师事务所主任闫兵向记者指出。

值得注意的是，1 月份，央行工作会议曾明确，“严禁金融产品过度营销，诱导过度负债。”（谢艺文）