筹备婚礼本是人生喜事,可密先生却因一场纠纷烦心事不断。2020年,他与上海一 家婚庆公司签订婚礼服务协议,支付近18万元费用后,本可领取一枚附赠的一克拉钻 戒,却因种种原因未能如愿。为维护自身权益,密先生将该公司诉至法院,要求赔偿损 失9万元。近日,上海市黄浦区人民法院对该起案件进行了公开审理。

近18万元订婚礼, 附赠一克拉萧邦钻戒

2020年5月,即将步入婚姻殿 堂的密先生开始筹备婚礼相关事宜。 经过一番挑选,他与一家婚庆公司达 成合作意向,并于当年的5月31日 签订了《婚礼协议书》。根据协议约 定,婚庆公司为密先生提供婚宴和婚 庆一站式服务,婚礼时间定在2021 年2月27日。婚宴和婚庆费用合计 17.858 万元,并附赠一枚萧邦联名的 -克拉钻戒, 钻戒需客户自行前往香 港领取。

婚礼举办前夕,婚庆公司将钻戒 的取货单交给了密先生。取货单上清 晰载明了密先生的姓名、联系电话, 以及具体的取货地址——位于香港太 子大厦内的萧邦专卖店。同年2月 26日,密先生按约付清了 17.858 万元的全部婚礼费用, 满心期待后续能顺利 领取钻戒。

拿到取货单后, 密先生因工作繁忙 等原因,一直没能 抽出时间前往香港领取钻戒。其间, 他曾多次就钻戒领取事宜与婚庆公 司工作人员沟通。从密先生提供的 与一名王姓工作人员的微信聊天记 录中可以看到, 2021年5月27日, 他询问"钻戒一直不去取的话要紧 吗",对方回复"也没事",让他暂 时放下了顾虑。到了2021年11月 16日,密先生又主动询问"你们还 能帮忙去香港取钻戒吗",并解释 "快一年了没机会去取回来",工作 人员则以"我们这一年也没同事去 香港……"为由婉拒。

此后, 密先生分别在 2023 年 4 月1日、2023年8月3日两次询问 婚庆公司是否有同事前往香港,希望 能委托对方帮忙领取,但均未得到肯 定答复。2024年12月12日,密先 生终于有了前往香港的计划, 他再次 联系工作人员,询问"我们要去香港 拿钻戒的话需要预约吗,需要出示什 么证明吗",准备着手办理领取事宜。 然而,相关人员的回复却让他彻底傻 了眼,对方告知钻戒早已领完,现在 已经无法领取。

诉讼实录

近18万订婚宴 附赠一克拉钻戒 领取遇"闭门羹"

法院:酌情退2万元

"婚宴差价相当于钻戒 价值,赔偿9万元不过分"

在庭审中, 密先生当庭拨打了婚 庆公司提供的两个联系电话。其中一 名接听者表示,自己曾是婚庆公司工 作人员,已于2025年1月离职,并 称公司之前赠送的钻戒早已领完;另 -名接听者则称,自己是婚庆公司与 钻戒品牌对接的工作人员,赠送钻戒 的活动从2018年开始,总共只准备 了500枚,2022年就已经全部领完, 现在已无法领取。

种种说法让密先生十分气愤。他 认为,婚庆公司在整个过程中从未告 知自己钻戒数量有限、领完即止,也未 提醒过领取有时间限制,导致自己错 过了领取机会,对方拒不履行合同义 务的行为已构成违约,应当赔偿自己 的损失,要求婚庆公司赔偿9万元。

在庭审中, 密先生围绕自己的索 赔金额提供了多份证据。他提交了一 份婚庆公司当年的宣传广告。广告内 容显示, "现预付999元,即可获得 价值 18 万元萧邦一克拉钻戒一只, 活动时间 2020 年 5 月 1 日至 2020 年 5月31日",同时还提到"即日起,

凡在外滩店伊甸花园厅内预订婚宴的新 人现场即可获赠精美礼品一份,还能领 取由萧邦提供的联名限量款一克拉钻 戒,限定500枚"。密先生表示,当时 婚庆公司并未主动告知钻戒的价值、款 式和数量,但从广告内容能看出,该钻 戒价值高达18万元,这是自己主张损 失的重要依据之一。

密先生还提供了与婚庆公司相关人 员的微信聊天记录作为证据。2025年2 月 16 日,他以咨询者的身份询问该公 司客服 10 桌婚宴的报价,对方回复 "我们一站式服务,整个套餐包含婚宴 和婚庆,您只需要自备烟酒婚车,全部 包含下来平摊到每桌均价 8000 多元至 10000多元"。按照这个价格计算,10 桌婚宴加婚庆的总费用仅需9万多元。 密先生认为,自己当年支付了17.858 万元,远超当前市场同类服务价格,差 价部分其实就相当于钻戒的价值,如今 钻戒无法领取,这部分差价损失应当由 婚庆公司赔偿。

此外, 密先生还提交了一份网页截 图,截图中显示一款萧邦品牌戒指(主 石为 0.7 克拉钻石, 另有 18 颗碎钻) 的价格为10万元。他以此类推,认为 一克拉钻戒的价值必然更高, 自己主张 9万元损失并不过分。

法院:消费者自身责任为主,婚庆公司存在瑕疵

法院认为, 原、被告之间签订的 系争协议是双方真实意思表示。且未 违反法律规定, 应属有效。合同约定 婚庆公司提供婚宴、婚庆等服务,密 先生支付费用 17.858 万元。

法院认为, 系争协议另手写了 "一克拉钻戒",根据婚庆公司的宣传 广告及密先生的陈述、该钻戒系婚庆 公司附赠给密先生, 基于消费者对钻

戒高价值的普遍认知, 赠送钻戒已成 为吸引密先生购买婚庆公司婚礼服务 的重要因素之一, 且双方将钻戒写入 了系争协议, 该钻戒已构成系争协议 的一部分,属于婚庆公司的合同义

婚庆公司在密先生付清尾款前已 经将钻戒提货单交付给密先生, 已完 成了主要交付义务, 但是婚庆公司并

未举证其已告知密先生钻戒数量有限且 领完为止, 存在一定瑕疵。密先生由于 自身原因未及时前往香港领取钻戒,承 担未能领取到钻戒的主要责任

鉴于此, 结合密先生婚礼套餐及市 场价格等因素,基于公平原则,法院酌 情确定婚庆公司退还婚礼费用2万元。 综上, 法院判决, 婚庆公司应支付密先 生2万元。

上海市市场 监督管理局近日 公布一则行政处 罚信息。上海花 千树信息科技有 限公司 (以下简 称"上海花千 树") 因存在虚 假或引人误解的 宣传行为,被杨 浦区市场监督管 理局处以 28 万 元罚款。据了 解,上海花千树 为"世纪佳缘" App 的运营主 体,主要提供互 联网婚介服务。

消息树

保

务证

上虚**投**が

对

服

或者引人误

的宣

传

去年已有多起被罚

世

处罚事由显 示, 当事人主要 从事互联网端的 婚姻介绍婚保会 员服务,为"世 纪佳缘"App的 经营管理者,消 费者通过 App 注册登记后,当 事人销售人员会 诵讨和消费者取

得联系,根据消费者意向向其 推荐高端定制会员服务,消费 者缴纳费用并签订服务合同 后,获取介绍对象的会员联系 方式及后续服务。

自 2024 年 12 月至 2025 年5月期间,在销售过程中, 当事人为促使消费者购买高端 定制会员服务,对多名消费者 宣传的公司会员信息和"保证 找到对象"等内容与实际不 符,属虚假宣传。上述服务产 品涉及服务费计 38198 元, 无 违法所得。2025年9月26 日,上海市杨浦区市场监督管 理局对其处以28万元罚款。

此前,世纪佳缘已有多次 被罚的经历。2024年央视 "3·15"晚会曝光了珍爱网、 世纪佳缘等婚恋公司利用焦虑 收割消费者的套路。

2024年5月8日,广州 市天河区市场监督管理局开出 行政处罚决定书,责令世纪佳 缘停止不正当竞争违法行为, 并作出罚款 150 万元的行政处 罚。去年4月,世纪佳缘还因 对商品或者服务作虚假或者引 人误解的宣传被罚 10 万元。

此外, 因多个违规事由, 2024年1月至3月,上海花 千树分别收到来自上海市杨浦 区市场监管局 5 万元、60 万 元、20万元的罚款处罚。处 罚事由指向当事人在消费者销 售付费会员服务中,对消费者 购买的付费会员服务项目,部 分款项未告知消费者具体的服 务数量、质量等内容; 当事人 销售人员通过电话介绍、微信 推荐的方式先后向多名消费者 虚假宣传其会员服务中相亲会 员信息等。

(来源:南方都市报等)