

选了景观房，登船后却发现看不见海

杨浦法院审结一起邮轮旅游产品服务合同纠纷案

□ 记者 王葳然

近年来，邮轮旅游备受青睐，不少游客特意加价选海景房，只为坐拥开阔海景。可若预定承诺“无遮挡、视野佳”，登船后却发现视线严重受阻，消费者该如何维权？近日，杨浦区人民法院审结一起邮轮旅游产品服务合同纠纷案件。

2024年6月，周女士通过在线旅行服务平台订购了6天5晚邮轮旅游产品，选定“精选阳台房”并支付费用18000余元。该房型为阳台房中最高等级，价格也显著高于其他房型。预订成功后，平台为周女士分配了房间。周女士特意致电该平台客服，确认房间视野是否存在遮挡，平台随后以短信告知“该房间是不遮挡房型”。

2024年8月，周女士携家人登上邮轮后却发现，该房间阳台正前方有一片白色遮挡棚，平视视野严重受限，几乎看不见海。因首次乘坐邮轮，且船上服务人员均为外籍人士，周女士未当场提出换房，但整体旅行体验和心情明显受到影响。

返程后，周女士将该邮轮公司及在线旅行服务平台诉至法院，要求全额退还邮轮旅游产品服务费用，并赔偿三倍服务费。

周女士认为，邮轮公司没有为其提供与官方页面宣传相符合的房型，属于诱导、欺诈，应当退一赔三。她基于信任在某在线旅行服务平台下单付款，故该平台也应共同承担责任。

旅行服务平台辩称，其仅为邮轮旅游产品的代理销售，实际服务由邮轮公司提供，故其不应承担责任。邮轮公司则辩称，其在官方页面宣传涉案“精选阳台房”拥有更广阔的天空视野及更大面积阳台，并未将其定义为无遮挡房型，同时页面也标注了“以船上实际提

供为准”。周女士作为具有辨别能力的消费者，登船后认为舱房不符合预期，却未及时提出更换，应自行承担相应后果，其在向周女士提供邮轮产品和服务过程中不存在违约和欺诈行为。

法院经审理认为，根据相关法律规定，受托人以自己名义与第三人订立合同，第三人在订立合同时明知代理关系的，该合同直接约束委托人和第三人。本案中，周女士所订邮轮旅游产品确认单虽由在线旅行服务平台发送，但该产品下单界面已明确标注船司直营，登船通知书也载明了相关信息。平台作为受托人已披露该旅游产品委托人为邮轮公司，周女士对两公司的代理关系应属明知，并且该邮轮服务实际由邮轮公司提供，故涉案邮轮旅游合同纠纷相对方为周女士和邮轮公司，旅行服务平台不承担合同责任。

现周女士已实际接受该旅游服务，合同已履行完毕。经查，邮轮公司提供的房型确有部分景观受限，应当认定存在履约瑕疵。但考虑到该邮轮旅游服务具有综合性，房型景观是定价重要因素，却并非唯一因素。因此，综合考虑合同的实际履行情况、邮轮同期其他舱房价格、当事人意见等因素，法院酌定邮轮公司退还周女士旅游服务费6000元。至于周女士以两被告存在欺诈等为由要求退一赔三，缺乏依据。

由此，法院作出一审判决，该判决已生效。

【法官说法】

随着邮轮旅游兴起，各种产品选择琳琅满目，但邮轮服务合同中常出现模糊表述、约定不明等情形，由此引发房型、景观、服务标准等方面的纠纷日益增多。

消费者预订前应仔细阅读邮轮公司、旅游平台对产品、房型、路线、餐饮服务、附加消费等的介绍，若发现介绍不清楚的地方应与商家进行确认，确保购买的旅游产品信息明确，避免发生纠纷时无据可循。登船后若发现舱房与宣传严重不符，建议当场提出异议，避免因未及时主张导致损失扩大或举证困难。若邮轮公司无法现场更换，也应妥善留存沟通记录及相关证据，以便后续协商或维权。

同时，邮轮公司对房型、面积、朝向、景观等影响定价的核心信息，应当真实、准确、完整披露，不得进行引人误解的宣传。即便标注“以实际为准”，也不能免除其提供符合通常标准服务的义务。若实际提供的舱房存在明显遮挡、与承诺不符的，构成

履约瑕疵，应依法承担减价、退还部分费用等责任。

鉴于邮轮旅游产品具有一定的服务综合性，涵盖住宿、餐饮、娱乐以及岸上观光等多项服务。因此，在旅行过程中，邮轮公司提供给消费者的房型、面积、景观、朝向虽然均对邮轮旅游产品的定价产生较大影响，但并非唯一决定性因素。本案中，邮轮公司存在履约瑕疵，但尚不构成欺诈，故不适用惩罚性赔偿。人民法院结合服务瑕疵程度、对体验影响、服务整体性等因素，酌定退还部分费用，更符合消费公平原则。

此外，旅游平台作为销售方，应当如实披露旅游产品实际服务提供者的真实信息，并且用显著方式标明平台与旅游服务实际提供者之间的关系，便于消费者识别。同时，平台对商家宣传内容负有合理审核义务，应当妥善处理消费者投诉，并及时处置部分产品虚假宣传、额外收费、擅自增加购物点等乱象，引导商家合规经营。

释法

“照骗”卖手镯，称定制拒退款

法院：行为构成欺诈 卖家退一赔三！

□ 记者 季张颖 通讯员 朱元达 孙泓云

以15000元在网上选定一枚玉手镯，付款收货后却发现实物与微信中选定的手镯图片明显不符，消费者提出退货退款，珠宝商行却以定制产品非质量问题不退不换为由拒绝退款。近日，黄浦区人民法院审结一起关于手镯的买卖合同纠纷案件。法院经审理后认定珠宝商行构成欺诈，应承担“退一赔三”责任。

实物手镯与选定手镯图片不符引纠纷

薛女士在网络平台关注了一家经营翡翠手镯的珠宝商行，经引导，她添加了商家微信，某珠宝商行向她发送了多款翡翠手镯图片供挑选。

照着图片，薛女士选定一款玉手镯，双方谈定价格为15000元，薛女士转账给商家。然而收货后，薛女士发现实物手镯与微信中选定的手镯图片明显不符，当即提出异议并要求退货退款。某珠宝商行以“定制产品、非质量问题不退不换”“同一个板料、会有灯光色差”为由，拒绝退款。

多次沟通无果后，薛女士将该珠宝商行及其经营者诉至黄浦区法院。薛女士认为某珠宝商行的行为属于欺诈，要求撤销该手镯买卖合同，珠宝商行退还货款15000元并赔偿三倍货款45000元。

某珠宝商行辩称，其网络平台账号简介中注明了“毛坯翡翠定制业务”，账户内视频也明示其经营“定制手镯”业务，薛女士应知悉是非成品销售；其次，成品依约定定制，材质款式符合约定，照片仅作参考，色差属合理范围，并且案涉手镯经过鉴定机构鉴定，不存在欺诈行为。在诉讼过程中，某珠宝商行也向法院提供了其向第三方采购毛坯时的毛坯照片。

法院：构成欺诈应承担“退一赔三”

法院经审理认为，本案争议焦点为卖方是否存在欺诈，即某珠宝商行是否用成品手镯照片诱导消费者下单购买，实际却交付其他手镯，并以定制为由拒绝退货。

经查明，某珠宝商行在网络平台主页的简介中宣称销售成品手镯，未

明确提示其业务仅为“毛坯定制”，消费者无从知晓交易性质。某珠宝商行在微信中向薛女士展示手镯图片时，未就手镯的材质、款式、成色、不退不换等定制事宜与条款进行任何沟通确认。

薛女士收到手镯后，某珠宝商行辩称手镯属于同一板料、存在色差，该抗辩理由不成立。即使是同一板料也有多个部位可供选择，因翡翠的外观、价值具有很强的主观性，某珠宝商行作为卖方也必须必然提供板料请薛女士对部位进行选择，但某珠宝商行并未进行板料展示及部位选择，不符合玉石制品板料加工定制的步骤，珠宝商未尽如实告知义务。双方也确认了薛女士收到的手镯并非薛女士在微信上指定图片的手镯。

综上，法院认定某珠宝商行以成品手镯照片、视频展示，未告知定制事宜，使薛女士陷入错误认识付款购买手镯，实际交付非指定商品，并在事后以“定制”为由拒绝退货，构成欺诈，判决某珠宝商行依法承担“退一赔三”的责任。

法官说法：

近年来，网购玉石逐渐流行，很多人在网上选板料定制手镯等饰品。玉石类产品的网络交易因商品特殊性，存在信息不对称、色差争议、定制规则模糊等突出问题，在实践中由此引发的争议不在少数。

对于经营者而言，应恪守诚实信用原则，明确告知商品性质（成品或定制）、如实展示商品信息、规范交易流程。若销售成品，应确保实物与展示一致；若销售定制产品，应在合同订立前明确告知“不退不换”规则，且需要双方沟通确定好产品的各项特征。以“定制”之名行“现货”之实，或以“色差”为由逃避责任，都将承担相应法律后果。

对于消费者而言，网络购买高价特定物商品时应提高警惕，注意留存聊天记录、付款凭证、商品展示图片等证据；收货后及时验收，发现问题立即提出异议并固定证据；尽量在平台商城内完成交易，避免被引导至第三方社交软件私下交易，谨慎脱离平台私下转账，以便在权益受损时有效维权。

对于平台方而言，应当在依法履行主体审核义务的基础上，进一步完善内部治理机制，加强对平台内经营者的日常监管，畅通消费者投诉举报渠道，及时发现和处理违规行为。