

文旅消费火出圈 权益保护不缺位

——北京互联网法院聚焦在线文旅消费纠纷

吴 娇 陈志宇 张怀文

导语:

近年来,随着人民生活水平的不断提高,文化旅游市场快速发展,在线文化旅游消费数据不断攀升。在线文旅消费相较于传统线下消费,在信息获取、产品选择、预订退订等方面更具便捷性。在线文旅经营者为了满足广大人民群众的消费需求,不断推出丰富多样的文化旅游产品,在线文旅消费已经成为文旅产业发展的重要引擎和关键支撑。然而,随着在线文旅消费的快速发展,相关纠纷数量也急剧增长。近日,北京互联网法院梳理涉在线文旅消费典型案例,以期通过案件裁判的释法说理,有效防范苗头性风险,切实维护消费者合法权益,为推动在线文旅经济持续健康发展提供法治保障。

案说·民法典

法官讲法典

近年来,随着在线文旅产业的发展,行业内竞争日趋激烈。为了吸引消费,部分经营者设置了“随时退”

“放心退”“不约可退”等有利于消费者的退款政策,吸引消费者下单,从而获得竞争优势,但往往对于退款方式缺乏进一步的约定。《中华人民共和国民法典》第五百七十七条规定,当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取

补救措施或者赔偿损失等违约责任。本案明确,消费者根据平台“不约可退”承诺申请退款,在没有相反约定的情况下,平台不得对退款方式作出额外限制阻碍消费者退款。本案判决有利于规范经营者的退款行为,更好地维护消费者的合法权益。

销售机票捆绑隐形服务构成欺诈

王某某在某平台上购买了一张机票。购票时,显示成人票票面价格280元,机建加燃油费70元,另外可享受40元优惠,最终实际支付310元。王某某收到平台提供的客票信息后,在航空公司官方软件上查询,发现机票实际票面价格为230元,机建加燃油费70元,总计300元。经查,平台在向王某某销售机票

的过程中搭售了10元的外卖服务包。王某某诉至法院,要求平台退还机票款并进行三倍赔偿。案件审理过程中,平台向王某某退还了全部购票款。法院经审理认为,涉案平台有能力且有义务在用户购买界面设置醒目、清楚的提示语,以及是否勾选增值服务的选项。然而,该平台

未明确向王某某释明其支付金额的情况和金额用途,王某某在购买界面并不能清楚地知悉费用的支出细节,也无法拒绝支付10元的额外费用。平台经营者主观上存在隐瞒真实情况的故意,导致王某某支付了高于原机票价格的价款,应当承担惩罚性赔偿责任。

法官讲法典

随着人工智能、大数据等新技术

的应用,在线文旅平台及经营者可以通过分析消费者的行为习惯、偏好、需求,进行精准的市场预测和产品升级。但是,法院在案件审理过程中,发现个别经营者利用信息技术手段,实施捆

绑销售、临时涨价、超出合理经营需要收集个人信息、大数据杀熟等行为。本案判决提示平台及经营者在利用新技术创新发展的同时,应当合理划定技术应用边界,防范技术侵权风险。

未告知演出座位信息应退款

杨某在某平台上购买了一张某歌手的livehouse演出门票,下单页面显示演出时间、价格和“不支持退”等信息,购票完成后的订单详情页面显示“无座位”。杨某认为无座影响观演体验,随后向平台申请退票,遭平台拒绝。杨某

遂诉至法院,要求平台退还购票款。法院经审理认定,涉案订单在购买前未标注座位信息,在购买成功后显示“无座位”,即消费者在购买过程中无法获知该演出门票“无座位”的信息,而观演中有无座

位直接影响消费者的消费需求和观演体验。杨某在发现该演出门票“无座位”后及时向平台申请了退票,且涉案门票并未实际使用。因此,法院判决平台向杨某退还全部购票款。

法官讲法典

《中华人民共和国消费者权益保

护法》第八条第一款规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。购买在线销售的演出门票时,消费者获取演出重要信息主要依赖于经营者展示的票务信息。经营者

应当以显著方式标识影响消费者决定是否购买演出门票的重要信息,保障消费者的知情权和选择权。如经营者未在售票时事先告知消费者此类重要信息,消费者有权要求经营者退票。

退票规则解释应有利于消费者

方某某在某平台上同时购买两张演唱会门票,因行程有变,向平台申请退票,其中一张门票退票成功,另一张门票被告知无法退票。购票页面的票务须知记载“在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次绿色通道权益,在产生一次退票后,如该购票人/购票账户再次购买同场次演出门票后,将不再享有退票权益”。方某

某将平台诉至法院,要求退还另一张门票的购票款。法院经审理认定,购票页面的票务须知为格式条款,不再享有退票权益的前置表述为“在产生一次退票后,再次购买同场次门票”,依据通常理解对其的解释应为“退票成功后再次购买”,而涉案门票并非在方某某退票成功后再次购买,故

平台不能依据前述“不再享有退票权益”的条款免除向方某某退还另一张票款的义务。如果按照一个购票账户仅享有一次无条件退票权益的理解,该种解释明显更有利于平台。此种情况下,本案中的退票适用条件应作出有利于非提供格式条款一方的解释。因此,法院判决平台向方某某退还票款。

法官讲法典

《中华人民共和国民法典》第四

百九十八条规定,对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的,应当作出不利于提供格式条款一方的解释。格式条款和非格式条款不一致的,应当

采用非格式条款。经营者以格式条款方式约定退款条件的,应当以显著、通俗的方式向消费者进行告知,注意在文字表述上避免因歧义而产生不必要的纠纷,做到诚信、规范经营。

法条链接

《中华人民共和国民法典》

第四百九十八条 对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的,应当作出不利于提供格式条款一方的解释。格式条款和非格式条款不一致的,应当采用非格式条款。

第五百七十七条 当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

《中华人民共和国消费者权益保护法》

第八条 消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服

务的内容、规格、费用等有关情况。

第五十五条 经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。

经营者明知商品或者服务存在缺陷,仍然向消费者提供,造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的,受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失,并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

《中华人民共和国电子商务法》

第三十七条 电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的,应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务,不得误导消费者。

电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责任。

平台标记不明致消费者误解应担责

杨某在某平台预订三亚某酒店景观房2间4晚,共计464元,全款支付后收到预订成功的短信,短信显示“服务由某某某住提供”。同日,平台客服电话通知杨某称,商户表示已退房,不能安排入住,如取消订单,平台可以赔偿760多元费用,杨某遂取消订单。之后杨某发现仍然可以预订同一时间、同一酒店、同样房型的房间,但价格变为每间每晚378元,如

按原订单方案预订,需支付3024元。为确保出行顺利,杨某最终选择入住另一家酒店,共花费2000多元,平台承诺的760多元赔偿一直未到账。杨某认为平台违约导致自己花费了更多的住宿费,这笔差价应当由平台买单,故将平台诉至法院,要求赔偿差价。

法院经审理认为,平台未举证证明其在预订环节尽到了以显著方式区分不同

业务的义务。在消费者预订成功后,平台发送的提示内容没有标明平台内经营者的真实名称,不足以让消费者理解其准确含义,消费者无法判断该业务是平台自营还是第三方经营。因此,平台应当对此承担服务提供者的法律责任。鉴于双方就取消订单的赔偿方案进行了协商并达成一致意见,判决平台应当按照双方达成的协议对杨某进行赔偿。

的业务,不得误导消费者。本案明确了在平台没有清晰标明自营业务、他营业务的情况下,基于对合同相对人信赖利益的保护,应通过合理的方式确定此种情况下理性消费者如何理解相关业务的归属,从而确定相关的责任主体。

过程中应切实保障消费者的知情权,以合理方式告知合同相对方的名称。《中华人民共和国电子商务法》第三十七条第一款规定,电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的,应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展

法官讲法典

经营者在销售产品或者提供服务的

平台虚假标注五星图形构成欺诈

樵某在某平台上预订了两晚的某酒店房间并支付了费用。在预订页面中,某酒店名称后被标注了五星(★★★★)图形,樵某认为该图形表示五星级酒店。樵某入住后发现该酒店并非五星级酒店,认为平台涉嫌虚假宣传,构

成欺诈,故诉至法院要求平台退还住宿费并给予三倍赔偿。法院经审理认为,酒店星级作为酒店等级判定标准符合普通消费者的一般认知。平台直接以五星图形作为酒店宣传内容,而且未在明显处对该五星图形

作出标注和说明,根据日常生活经验,平台的行为足以使消费者认为涉案酒店为文旅行政部门评定的五星级酒店,该行为构成欺诈,判决平台向樵某支付三倍赔偿款,但鉴于樵某已经实际入住消费完毕,因此平台无需退还已消费金额。

者在宣传商品时采用容易让消费者混淆的内容,且未以显著方式对此作出特殊的标注和说明,按照日常生活经验和约定俗成的判断标准,足以对消费者造成误导的,属于欺诈消费者的行为,应承担惩罚性赔偿责任。

台购买商品或服务时无法实际接触实物,更加依赖于平台对于商品及服务的分类和描述。《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条第一款规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。平台经营

法官讲法典

随着电商平台的兴起,消费者在平

小程序钱包内的退款不能提现构成违约

杨某某在某小程序购买了民宿通用住宿券,该商品详情界面显示“不约可退”“安心退改政策”等内容,后杨某某申请退款,款项退还至小程序内钱包,但无法提现,客服表示提现功能未开放,平台存在阶段性现金流

压力暂时不能退款。杨某某诉至法院,要求小程序运营者原路退还全部款项。

法院经审理认为,涉案订单详情页明确载明“不约可退”“安心退改政策”等内容,在没有相反约定的情况下,杨某某就其在平台购买的民宿通

用住宿券申请退款,平台显示款项退还至小程序内钱包,但未设置提现功能,未将订单款项退还至消费者付款账户,构成违约。因此,法院判决支持了杨某某要求小程序运营者退还全部款项的诉讼请求。