

□ 黄 硕

新闻  
纵深

春节、国庆长假期间,国家鼓励出行和消费,既丰富了人们的日常生活,也带火了旅游市场。2023年国庆假期,孙先生带全家出行却遇到了闹心事,在某APP上预订成功酒店房间,临近出行却被告知“无预订房型和订单”,因而孙先生不得不另行预订。近日,北京市朝阳区人民法院审理了这样一起“幽灵房案”。

## 出游订到“幽灵房”,旅行社和平台谁之过?



漫画: 蔺颖

## 出行前被告知酒店没有预订房型

2023年9月22日,孙先生在某科技公司经营的APP平台预订了某酒店的“典雅家庭房”1间3晚,入住时间是2023年10月1日,房间总价3503.22元。孙先生收到了确认短信,APP平台显示预订成功。

同年9月28日,孙先生接到某科技公司客服打来的电话,称因公司未及时更新酒店房型信息,导致孙先生订单里的房型在某酒店里不存在,要求孙先生取消订单。孙先生拒绝取消订单,要求某科技公司履行订单。

后来,孙先生一家如期出行,旅游期间孙先生曾前往某酒店询问其订单情况,酒店工作人员表示该酒店没有订单中的房型,酒店也没有孙先生的预订订单。10月4日,孙先生收到某科技公司发送的短信,通知其酒店订单取消,已付的三晚房款3503.22元全

部退回孙先生账户。

孙先生认为,某科技公司在APP上显示错误的酒店房型信息并收取房费行为属于欺诈,侵犯其合法权益。某旅行社作为提供酒店预订服务方也有责任,孙先生将上述两家公司诉至法院,要求赔偿三倍房价损失1万余元。

## 谁来担责,旅行社和平台各执一词

某科技公司代理人庭审中辩称,在用户首次通过APP预订酒店时,下单前会弹窗提示用户勾选同意《信息服务用户服务协议》《酒店服务个人信息处理规则》,而《信息服务用户服务协议》第一条定义信息服务和服务方概念的含义。某科技公司作为信息平台,仅与第三方酒店预订服务商及用户之间存在信息服务合同关系,第三方酒店预订服务商为用户提供的是酒店预订服务,线下酒店为用户提供的是酒店住宿服务,因酒店预

订服务产生的纠纷与某科技公司提供的信息服务无关。某科技公司仅为提供酒店信息展示的信息服务提供者,并非酒店预订服务提供者,也并非酒店住宿服务提供者,不参与或提供任何具体服务交易,并非本案的适格被告。

某科技公司认为,APP中的房型清单页、房型详情页、房型预订页、酒店主页详情部分等4个显著位置均展示了商品、服务来源,并对服务商的信息进行了公示,某科技公司已经尽到了信息服务平台的审核、公示等义务,用户均可以明确感知服务商身份,酒店预订服务的提供者均为某旅行社。

某科技公司认为,孙先生与某科技公司建立的是信息服务合同关系。在孙先生下单后,需要由某旅行社与酒店核实房源。且在某旅行社未预订成功后,某科技公司作为信息平台已及时通知孙先生,不存在违约行为。某科技公司提前3天通知孙先生取消订单,孙先生仍有充分时间重新选择酒店下单,并未耽误孙先生的行程计划。孙先生实际混淆了酒店预订服务和信息提供的合同关系,误认为某科技公司是实际提供酒店预订服务主体。

科技公司认为,该公司全面履行合同,不存在欺骗行为。孙先生主张欺诈的,应达到排除合理怀疑的证明标准,综合考虑交易习惯、行业惯例、合同约定、主观意图等。某科技公司的义务是为消费者展示酒店房源信息,是消费者和酒店预订服务商沟通的桥梁。合同履行期间,某科技公司一直全面履行作为信息服务平台的义务,均根据某旅行社传输的数据展示信息,不存在欺诈行为。涉案订单金额已经退还孙先生,孙先生在明确得知订单取消的情况下,应当合理规划行程。某科技公司请求法院依法驳回孙先生的全部诉讼请求。

某旅行社代理人在庭审中表示,孙先生预订酒店图片及房型系由其上传,亦认可其负责为孙先生提供酒店

预订服务,本案系因某旅行社渠道供应商提供的数据库匹配错误导致孙先生在某科技公司APP上搜索到的房型错误,某旅行社认为数据匹配错误的情况不属于故意欺诈,且有主动告知的情况,故不同意承担欺诈的赔偿责任。某旅行社当庭表示愿意赔付孙先生第一晚的房费1167元。

## 法院:旅行社服务有重大过失应承担责

法院经审理认为,某科技公司多次以页面展示、超链接提示等方式告知消费者涉案酒店是预订服务提供方,以显著方式实施了提示义务,并公示了商家的真实身份及营业执照信息,尽到了告知义务,孙先生要求某科技公司承担责任的依据不足。某科技公司与某旅行社存在合作关系,某科技公司为某旅行社提供信息服务,双方成立网络信息服务合同。实际为孙先生提供酒店预订服务方系某旅行社,故认定某旅行社与孙先生成立酒店预订服务合同。

对于孙先生主张经营者存在欺诈行为的诉讼请求,法院认为,经营者存在欺诈故意的主要表现一般是,其以虚假宣传的方式夸大出售产品或服务提供的价值,或隐瞒商品或服务对于消费者的不利瑕疵,以求达到使消费者以错误的认知而付出与预期商品或服务不匹配的对价。在本案中,某旅行社如果是以上虚假宣传的方式故意欺诈消费者,那么其在订单成立后又主动向消费者告知房型错误的真实情况行为则为欺诈故意的目的性明显矛盾。结合在案证据可知,从孙先生确认订单并支付款项之时再到其预订的入住时间期间,某旅行社通过某科技公司客服多次联系孙先生,主动告知了房型错误的情况,其主动告知的行为明显旨在妥善解决问题和及时止损,而非存在故意展示错误信息诱导孙先生以错误认知而付出与服务不匹配的对价,故法院认定某旅行社并无欺诈故意。

法院认为,虽然某旅行社的行为不构成欺诈,但其作为行业内具有一定规模的旅行社,其通过平台向消费者提供酒店预订服务,应具备专业的识别能力、完整的审核流程、高效的化解机制。但

其作为掌握数据库内容、对接数据信息的服务器,在无法保障准确提供数据信息、未审核数据展示内容是否真实情形下,放任错误数据在终端平台进行展示,其行为明显存在重大过失,应当承担因孙先生预订酒店时合法权益受到侵害而产生的赔偿责任。

就赔偿的金额,法院认为,因某旅行社的过失行为,导致孙先生在临近十一长假出行前不足三天的情况下才不得不考虑变更出行计划中的酒店预订内容,而一般长假旅游期间酒店预订的难度和价格会随着临近假期而水涨船高,这明显给孙先生造成了严重不便,一定程度上导致孙先生丧失了选择合理消费方案的机会,法院结合涉案酒店预订订单的价格、某旅行社侵犯消费者知情权致使消费者产生实际损失及预期利益损失的合理范围等因素,并基于对消费者知情权、认知能力和消费心理的保护,酌情按照消费者实际支付的服务对价的一倍金额支持孙先生的诉讼请求。法院判决某旅行社赔偿孙先生3503.22元。

宣判后,双方均未上诉,一审判决已生效。

## 观察思考

## 消费者知情权应受保护

秦彬

消费者权益保护法规定的知情权是指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。知情权是保障消费者了解商品真实情况、确定消费行为满足自身需求的基本权利,在市场经济领域中,消费者与生产者、经营者之间就商品真实情况存在着信息不对等的天然鸿沟,而知情权则是法律赋予消费者越过这道鸿沟的基本保障。生产者、经

营者应当依法主动披露商品及服务的相关信息,如生产者、经营者未真实、全面披露商品及服务相关信息,则侵犯消费者知情权,消费者依法有权主张赔偿;如生产者、经营者故意隐瞒真实情况或故意虚假宣传的,可能会构成欺诈,进而受到惩罚性赔偿的严重后果。

知情权是诚信信用原则在社会主义市场经济消费领域的试金石,也是消费

者选择权和公平交易权的基本条件,生产者、经营者应严守法律和商业道德的底线,既不在商品信息上故意“做文章”,也切实尽到注意义务,不因过失行为导致消费者知情权受损,切实保障消费者的合法权益,为消费经济繁荣发展和构建更优质的营商环境做出贡献。

在“互联网+”时代,人们打开手机APP即可进入酒店预订界面,搜索关键词即可在线查看酒店房型,可见互联网和信息服务的发展给社会民众带来了更多的便捷,民众对于信息服务的需求也越来越高。但是,在信息服务铺天盖地、迅猛发展的同时,更要求服务提供方、平台展示方、数据对接方加强监管力度,完善审核流程,为消费者提供更高更便捷更灵活更贴心的服务,不断营造良好的信息化营商环境。

随着互联网的普及,网上法律咨询服务逐渐兴起。然而,在享受网络便利的同时,也有一些法律咨询公司服务水平参差不齐,尤其一些从事法律咨询的人员利用当事人法律知识匮乏行骗谋利,自称能“摆平”各种问题,以“免费咨询”“案子包赢”“有关系”等手段哄骗、误导当事人,牟取高额利益,损害了当事人的合法权益。近期,山东省宁阳县人民法院审理了几起这样的案例,案件当事人因轻信网上法律服务中的不当承诺而遭受损失。

## 网上“律师”的“包赢”承诺靠谱吗?

□ 党思波 梁秀敏 李衍华



漫画: 穆依

## 为追回2000元,被收费1600元

原告韩某起诉被告李某民间借贷纠纷一案中,韩某要求李某偿还借款2000元,并承担“函件费”1600元。承办法官了解后得知,韩某从某短视频平台刷到自称可以提供免费法律咨询的“律师”,该“律师”为韩某代写起诉状、代为诉讼立案,并收取了案涉标的额80%的费用1600元,同时向韩某承诺这1600元“函件费”会由被告李某承担。经过法院多番调解,被告李某仅同意偿还韩某借款2000元,拒绝支付其他款项。法院工作人员与韩某电话沟通,韩某表示“律师说了,这钱得她拿,否则我告到底”。法院根据原告的诉求依

法择期开庭。在规定的开庭日期,原告韩某经法院依法传票传唤无正当理由不到庭参加诉讼,法院依法裁定

## 【法官说法】

## 寻求网络法律服务需防风险

对于一些简单的民事案件,当事人委托法律咨询服务公司代写起诉状、代理网上立案、参加诉讼是可行的。但应警惕一些法律咨询服务公司利用公众对法律知识、法律程序不了解的弱点,模糊律师事务所和法律咨询公司的概念,夸大宣传、虚假承诺,致使当事人遭受额

外损失。

## 本想“坐等收钱”,反成“重复起诉”

臬某曾分别以劳务纠纷和民间借贷为由把胡某告到法院。经法院依法审理,判决胡某偿还臬某劳务报酬、借款共计13万余元。案件进入执行环节后,双方达成执行和解协议,胡某却恶意拖欠迟迟不肯付钱。

后来,在多次刷到“帮人要债”“买卖债权”的广告信息视频后,臬某通过某短视频平台联系了一家法律咨询公司,工作人员向臬某承诺“坐等收钱”就可以,欠款会直接打到其提供的银行账户上。臬某向其发送了相关证据照片并支付了相关费用1万余元。咨询公司员工依据证据材料将上述两案件打包成一案向法院提起诉讼。法院向代理律师核实情况时,该律师表示都是助理操作,自己

并不清楚具体情况。最终,法院经依法审查后认定该案构成重复起诉并裁定驳回起诉,臬某也认识到自己的错误行为,并通过法院强制执行要回了胡某拖欠的欠款。

## 偏信“保准判离”承诺,不服法院促和判决

原告王某与被告李某离婚纠纷,法院工作人员向原告送达开庭传票时,原告王某表示自己已花费3000元在某网络平台找到专业“律师”,该“律师”称“一切处理完毕”“不需要出庭”“你这个案子保准判离”等。法院工作人员耐心向其讲解相关法律程序,原告王某最终通过互联网方式参与庭审。法院经审查,认为原告王某与被告李某感情并未破裂,依法判决不准原、被告离婚。原告王某不服一审判决,表示律师已向某承诺二人能够离婚,不相信一审法院,提起上诉。最终,二审法院经审理,驳回上诉,维持原判。

自身合法权益。在网上进行法律咨询时,要核对对方是否有律师执业证、法律工作者执业证等有效证件,如想签订法律服务合同,要明确收费标准、委托事项以及代理权限,还要明确是仅协助立案还是代理出庭提供法律服务。如涉及离婚案件,本人除不能表达意思或其他特殊情况外,均应出庭,至于法院是否准予离婚,应以“夫妻感情确已破裂”为标准,由法院综合案件具体情况作出判断,不要轻信“网上律师”单方面承诺。

## 类案剖析

## “职业背债人”乱象频发需加强治理

刘燕波 包健力

构实际损失难以弥补。

三是债务枷锁难解脱。“职业背债人”通过出卖个人征信所获的收益与其所承担的代价难成正比,其实际仅能拿到一小部分贷款,大部分款项都被不法中介乃至金融机构内部人员瓜分。但“职业背债人”仍然需要承担全额归还贷款的民事责任,拒不履行的会被列入失信被执行人名单,甚至构成拒不履行判决、裁定罪。此外,其参与职业背债行为还可能涉嫌金融诈骗等刑事犯罪,需承担相应刑事责任。在这种情况下,“职业背债人”很难正常回归社会。

针对上述问题,笔者提出如下建议:一是加强金融机构内部业务管理。同一“职业背债人”多会在短期内连续办理多笔贷款,基本由短时间内获取的房产、车辆进行抵押,且较多情况下还存在房产、车辆评估价格明显高于同期市场价格的情形。因此,金融机构应严格审查程序,利用关联大数据研判贷款风险;加强对房产、车辆评估单位以及合作中介机构的管理,堵住“内外勾连”的管理漏洞;建立内部问责机制,建立职业背债“黑名单”,从源头上降低风险。

二是形成职能部门多方监管合力。金融监管部门应强化职业背债行为的监管力度,对于牵涉其中的金融机构及其工作人员加大处罚力度,倒逼金融机构加强内部管理。同时金融监管部门应当加强与法院、公安、检察,完善协作机制、汇聚打击合力、形成有效震慑,共同铲除“职业背债人”产业链的生存土壤,实现发现一起、打击一起、治理一片的治理效果。

三是深化重点人员法治宣教工作。“职业背债人”通常为金融意识、信用意识、法律意识“三薄弱”的个人,极易受到不法中介的宣传误导,应当加强针对此类重点人员的法治宣传教育,通过普及有关金融、征信知识,加强典型案例宣传,筑牢群体防范意识,同时督促互联网平台加强审核力度,及时断链“职业背债人”招募的宣传广告,构建清朗的金融网络空间。