

合同条款有“埋伏” 乱花迷眼易上当

——市消保委组织专家点评“霸王条款”

文 法官

一些酒店条款很强势 消费者权益屡遭侵害

一些酒店设置过高的定金和违约金,加重消费者义务。比如,“此活动(婚宴)预定一经确认,酒店将收取人民币xx元作为定金(约为此次宴会消费的50%),为了确保婚宴的顺利进行请于xx年xx月xx日交与酒店,此定金将不予退还”。

专家点评:根据《中华人民共和国担保法》第九十一条的规定:“定金的数额由当事人约定,但不得超过主合同标的额的百分之二十。”酒店在格式条款中设置了相当于合同价款50%的定金,显然违反了法律规定,加重了消费者责任,对消费者既不公平也不合理。

又比如,“距婚宴开始日1个月内取消的,酒店将向您收取本次活动预计总费用(食品、饮料酒水、场租等)的100%作为赔偿金。距婚宴开始日1个月至6个月内取消的,酒店将向您收取本次活动预计总费用(食品、饮料酒水、场租等)的80%作为赔偿金。距婚宴开始日前6个月以上取消的,酒店将向您收取本次活动预计总费用(食品、饮料酒水、场租等)的50%作为赔偿金。”

专家点评:《中华人民共和国合同法》第一百零七条规定:“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。”如果消费者提出取消婚宴,酒店应该允许消费者采取补救措施,比如将场地转让给他人等。同时,按照《中华人民共和国合同法》的规定,酒店也有义务采取措施防止损失的扩大。即便要赔偿损失,也应以酒店的采取措施后的实际损失为限,不应高于酒店基于本合同获得的净利润。而在上述条款中,酒店要消费者承担相当于合同价款50%~100%的违约赔偿金,显然加重了消费者责任,更有违诚信原则。

一些酒店霸气十足,竟然连婚庆公司也要由其指定,消费者如要选择其他婚庆公司,就要向酒店支付数千元的“入场费”。

专家点评:《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条规定:“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。”酒店利用市场优势地位,捆绑搭售其指定的婚庆公司,显然侵害了消费者对于婚庆公司的自主选择权。

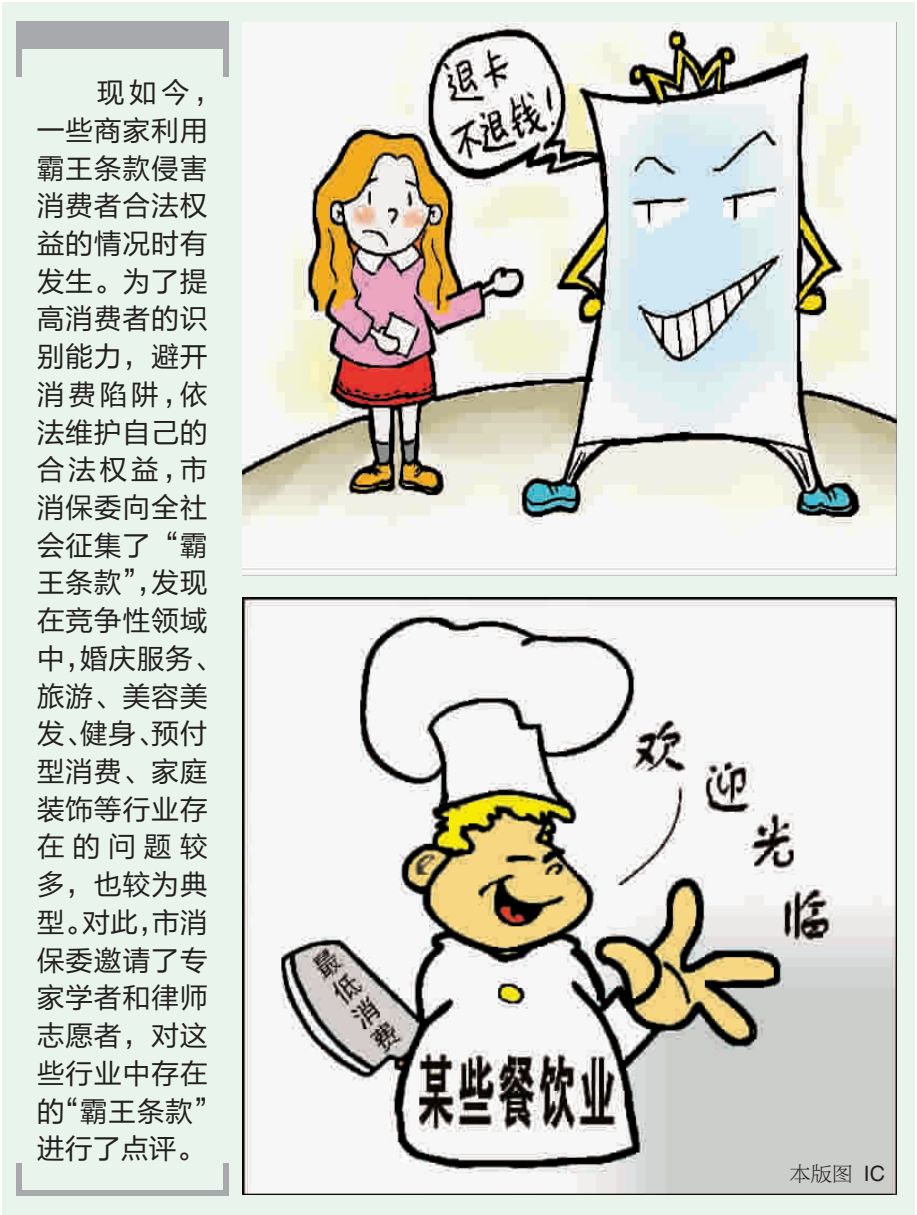
部分旅行社设埋伏 “补充条款”免除责任

一些旅行社在《旅游合同示范文本》设埋伏,添加不公平、不合理的“补充条款”。比如“此线路16人开班,不足16人全额退款,我社在出团前三天通知客人,团款全额退还,我社不做其他赔偿。如客人临时取消,在出团三天前需付5%的违约金,出团前三天之内需付10%的违约金及座位损失费xxx元/人”。

专家点评:“人数不够未能成团”显然不属于“不可抗力”等不可归责于旅游经营者的客观原因,如果旅行社因此而延期或取消行程,消费者有权要求其承担违约责任。上述条款只是单方面规定了消费者违约要向旅行社支付违约金,而旅行社违约则可以不予赔。这样的条款显失公平,是免除自己责任、加重消费者责任的“霸王条款”,侵害了《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消费者的公平交易权。

一些旅行社以《行程单》《出团通知书》等方式随意改变旅游行程或是加重消费者的违约责任。常见的有“以上行程仅供参考,不作为合同附件,行程以我社最终确认的《出团通知单》为准。”

专家点评:旅游的具体行程安排,是旅游合同中的一项主要内容,也是关系到旅游质量的重要因素。如果旅行社不能按照合同约定的行程提供旅游服务,那就是违约行为,理应承担违约责



任。但按照上述条款,消费者在出发前拿到《出团通知单》,即便发现真实的行程与之前所约定的大相径庭,也无法获得任何的赔偿。上述条款的实质就是旅行社可以通过单方变更合同逃避违约责任,侵害了消费者的知情权与公平交易权,属于典型的“合同陷阱”。

一些旅行社将正规合同当摆设,常常在空白旅游合同上加盖“详见附件”图章来“狸猫换太子”,用自制“附件”霸王条款来侵权。比如“根据国际惯例,甲方(指游客)需支付境外导游和司机小费,小费为人民币xx元/天/人”。

专家点评:《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。境外旅游一般应遵循国际惯例,如支付导游和司机小费,但如何计算收取小费的天数应该在合同中加以明确约定。如果游程中的某一天没有导游的出现和司机的驾驶,就不应当收取相应的小费。如果只有导游没有司机或者只有司机没有导游,就只能收取一半的小费。如果只有半天的活动即半天没有导游和司机的,就只能收取半天的小费。倘若约定不明确,就可能出现“打闷包”多收费的情况,损害消费者的合法权益。

预付卡不能用不能退 经营者有侵占之嫌

消费者在购买预付卡时,常常会遇到这样的条款:

一是“本卡一经售出,卡内金额一律不退”。

专家点评:如果是在商业预付卡的使用有效期内,卡内金额一律不退,有悖于《中华人民共和国合同法》中有关在“不可抗力”情形或经营者存在违约情形下,消费者可以解除合同的法律规定,经营者就有强制消费之嫌;如果超过了卡的使用有效期,卡内金额既不能用也不能退,经营者就有侵占消费者财产之嫌。

二是“本卡有效期x年,卡内金额过期作废。”

专家点评:商业预付卡可以设定使用有效期。如果超过了使用有效期,卡可以作废,但卡内金额的所有权属于消费者,经营者无权无偿占有。“卡内金额过期作废”的条款无疑侵害了消费者财产所有权,属典型的“霸王条款”。

三是“本券限一次使用,不找零,不兑现。”

专家点评:消费者依法享有公平交易的权利。经营者如果在条款中设定“不找零”规则,就应该保证消费者可以通过一种商品或多种商品的组合达到“提货券标价”。否则,经营者就有通过不合理的“商品定价”和“提货券标价”欺诈消费者和侵占消费者财产之嫌。比如经营者通过设定商品组合的总价或大于或小于“提货券标价”,以达到消费者现金补差价或放弃多余金额差价的目的。“不兑现”规则的设定则要以经营者能够提供约定商品为条件。否则,经营者就有强制消费之嫌。

一些美容美发店在卖卡时,会有这样的条款:“如果消费者提出退卡,店方应按原价计算消费者在此之前的消费,余额扣除30%违约金后退还消费者。”

专家点评:《中华人民共和国合同法》规定,

当事人应当遵循公平原则确定各方的权利和义务。《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,消费者享有公平交易的权利。因此,经营者在拟定消费者解除合同的格式条款时应该遵循公平、合理的原则。同时,根据《中华人民共和国合同法》相关规定,当事人可以约定一定数额的违约金或者约定损失赔偿额的计算方法。而在上述条款中,既约定了如果消费者提出退卡要按原价计算在此之前的消费,又约定了高达余额30%的违约金,显然加重了消费者的违约责任,违反了法律规定。

一些美容美发店换了店名、换了老板,预付卡的优惠折扣就会大大缩水。

专家点评:《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,经营者和消费者有约定的,应当按照约定履行义务。此类的问题有两种情况:一是原法人继续经营。美容美发店虽然换了名称甚至换了投资人(老板),但法人主体没有改变。美容美发店仍然应该按照消费者购卡时的约定提供服务。如果经营者假借“老店新开”逃避合同约定的义务,则有欺诈消费者之嫌。二是原法人停止经营。在这种情况下,原法人有义务妥善处理预付卡的相关事宜。一种做法是原法人在征得消费者同意后,将预付卡合同的权利义务转让给第三方。根据《中华人民共和国合同法》相关规定,第三方应当接受原预付卡全部义务,也就是完全按照消费者购卡时的约定履行合同。第二种做法是退卡,即原法人要按照购买时实际支付的费用扣除享受优惠幅度后的消费额,向消费者全额退还卡内余额,如果因其停业给消费者造成其他损失的,还要向消费者作出赔偿。

一些健身房以《会员章程》条款:“出于专业管理的需要,本健身会所有权修改或变更《会员章程》之条款及其细节……”来为其单方面变更合同预留后手。

专家点评:《会员章程》的实质是健身会所拟定的格式合同,在消费者签署后,如果健身会所不能按照《会员章程》约定提供健身服务,那就是违约行为,理应承担违约责任。健身会所有权修改或变更《会员章程》,就会直接导致双方权利义务的改变。对于之前已入会的消费者,显然是不公平、不合理的。上述条款的实质就是健身会所可以通过单方变更合同逃避违约责任,侵害了消费者的知情权与公平交易权,属于典型的“合同陷阱”。

一些健身房在《会员章程》中夹杂霸王条款:“会籍申请一经接纳,所有会籍费用均不可退还。”“私人教练课程费用一旦收取将不予退回。”

专家点评:该类条款包含着“合同一经订立即不得解除”或“合同解除,健身会所不承担任何损失”两种解释,无论哪一种解释,都不符合《中华人民共和国合同法》中有关在“不可抗力”情形或健身会所存在违约情形下,消费者可以解除合同的法律规定,属于典型的“霸王条款”。

中xx加油卡以条款“卡内小额残值不能退、不能用、不能移”来侵占消费者财产。

专家点评:加油卡内的金额无论多少,其所有权都属于消费者,经营者无权占有。“卡内小额残值不能退、不能用、不能移”的条款侵害了消费者财产所有权,是对消费者不公平、不合理的“霸王条款”。

每年春节,一些美容美发店、洗车店,即使消费者持预付卡去消费,也会被告知不能按原来约定价格使用,需要支付加倍的钱。

潜规则“节假日不能使用预付卡”让消费者很有意见。

专家点评:《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,经营者和消费者有约定的,应当按照约定履行义务。消费者在办卡时与洗车店约定了洗车的价格,洗车店擅自提价,就属于违约行为。消费者既可选择按原约定价格继续履行,也可选择解除协议退款。同样道理,因为在办卡时没有约定,所谓“节假日不能使用预付卡”的规定对之前已购买预付卡的消费者不具有约束力。