



# 常见消费合同藏着哪些猫腻

## 市消保委聚焦4个行业为你一一点评

为了梳理出各行业格式合同普遍存在的问题,市消保委于2014年1月公开向消费者征集各类格式合同条款,并从中选取婚庆服务、汽车买卖、教育培训和健身服务这四个典型行业来聚焦。昨天,市消保委发布了格式条款点评。

### 未尽提示与说明义务

新《消法》第二十六条第一款规定,经营者在经营活动中使用格式条款的,应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容,并按照消费者的

要求予以说明。现实中,经营者未尽到相关义务的主要有:

- 某婚庆公司的格式合同中,与消费者约定了提供最高级别的“金牌”服务,但最关键的司仪、摄像、化妆等具体服务人员姓名和相关服务标准却是空白。

- 沪上某知名连锁健身机构在合同中约定,消费者单方提出解除合同须承担30%的违约金,但却未以显著的方式提请消费者注意。

- 某知名教育培训机构与消费者签订的学生入学注册合同与学生注册登记表,显示消费者注册的课程为“五个级别固定”,但具体的服务内容和应达到的质量均未作约定与说明。

### 单方面设置霸王条款

新《消法》第二十六条第二款规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。现实中,经营者未尽到相关义务的主要有:

- 沪上某知名健身服务连锁品牌的会籍合同规定:会所管理层在以下情况时有绝对权利撤销任何会籍:a如管理层合理地认为该会员之行为损害会所或会所内其他会员的利益,即使该行为尚未受到其

他会员投诉,管理层仍然可以在未作预先通知的情况下,即时撤销该会籍;b如会员违反了现行会员章程及会所使用规则,管理层仍然可以在未作预先通知的情况下,即时撤销该会籍。

- 某婚庆服务公司的格式合同条款约定:摄像摄影服务自合同签订后三日内解除合同(或者取消服务)的,全额退款;超过三日的不予退款,且须按实际服务内容全额收取;司仪、化妆自确认单签署之日起,不予退款。

- 某英语培训机构的课程合同中规定:学员可自本合同签订之日起5个工作日内填写《退学申请表》申请退学(办理华夏银行分期付款

款的不得退费),但因此在银行产生的手续费须由学员承担。甲方将在扣除退学手续费人民币壹仟伍佰圆整、银行要求支付的手续费以及刷卡手续费后,将剩余款项退还给学员。超过5个工作日申请的,甲方将不再受理。

- 上海某高档五星级酒店的婚宴预订合同中规定,消费者于婚宴举办日前超过4个月,告知取消婚宴的,将收取婚宴总金额的20%违约金;在婚宴举办日前1至3个月,告知取消婚宴的,将收取婚宴总金额的80%违约金;在婚宴举办日前30日内,告知取消婚宴的,将收取婚宴总金额的100%违约金。

本报记者 陈杰

本报北京今日电 (驻京记者杨丽琼)“44.6%的消费者反映遇到长途客车超载情况,最受铁路消费者诟病的是买票难、太拥挤,超过三分之一的消费者遭遇航班延误”——中国消费者协会昨天发布的《2014年长途交通服务状况调查报告》显示,我国长途交通的管理和服务尚需进一步改善。

调查显示,在长途客运服务方面,超载情况较为突出。中消协认

## 中消协发布长途交通服务状况调查报告

# 长途超载严重 火车一票难求

为,超载不仅意味着乘坐环境变差,更意味着安全隐患加大,有关部门应高度重视这个问题。消费者反映最多的还有“车站环境差”、“汽车老旧”等问题,最期待的是改善“乘车

环境”和降低“车票价格”。

调查中,三分之二消费者选择火车出行。但受制于运输能力,一票难求状况没有根本好转。57.8%的消费者反映“买票难”,46.1%的消

费者反映火车“太拥挤”。对于火车客运服务,消费者反映“餐饮、环境卫生”和“进出站的方便快捷性”存在不少问题。

航空服务方面,超过三分之一

消费者反映遇到航班延误。延误超过1小时的达三成以上,其中6.4%延误超过4小时。提高航班正点率和餐食质量、改进延误后续服务质量,是消费者对航空服务的新要求。



## 今年以来上海查获禁入物品 5290 批次

昨天上海机场出入境检验检疫局对截获的旅客禁止携带入境物品以及不合格的进口水生动物、水产品开展了集中销毁。2014年以来通过上海机场口岸查获的进口水生动物及产品,共计73批次不合格,不合格产品包括龙虾、象拔蚌、扇贝、生蚝、石斑鱼等价格不菲的海鲜类食品。

此外,随着近年来出入境旅客数量不断攀升,旅客携带禁止入境物品的问题十分严峻。今年前两个月,上海机场检验检疫局截获的禁止携带入境物品共计5290批次,包括水果、肉肠、火腿、奶酪、燕窝、海参等,从中截获各类有害生物共计83种次。

本报记者 陈杰 陈梦泽 摄影报道

# 金融消费卖方市场 监督手段有待提高

目前理财市场,尤其是互联网金融领域的乱象引起广泛关注。问题的解决之道在哪里?政府主管部门和相关机构的监管与运作是否还有改进的空间?

互联网金融方兴未艾,但不同业务涉及不同的监管机构,存在许多交叉和不明确的地带。如第三方支付,互联网企业利用移动通信技术提供新的渠道和方式来介入支付业务,但离不开银行的基础服务支持,如客户身份认证和最终资金结算,这些属于银监会的监管范畴。

今天开始实施的新《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十八条规定:“采用网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的经营者,以及提供证券、保险、银行等金融服务的经营者,应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息。”

交银施罗德基金相关人士认为,基金公司需防范与互联网金融公司合作推出理财产品的潜在关联风险,包括信用风险、网络安全

风险及互联网企业与金融企业间风险隔离的相对缺失,而可能累积爆发的系统性风险。

嘉实基金副总经理李松林在谈及互联网金融发展时表示,互联网公司业务发展特点是敏捷、创新、试错,而金融公司更多强调审慎。因而,对基金公司而言,更加精细化运作,既要解决眼前的问题,更需要从长计议。

市消保委相关负责人表示,近年来,伴随上海金融业发展,股票市场、债券市场、保险市场等各类金融市场得到较大发展,信托、资产管理、财务管理、金融租赁、网络金融等不同类型的金融机构也风起云涌。但金融业快速发展,需要消费者也快速成长,正确理解、接受、理性消费众多金融产品。但是,长期以来我国是卖方市场下金融消费方式和消费理念,缺乏自由选择、自主消费。这种金融业发展与金融消费水平之间的客观落差,容易引致消费者权益受损。面对金融发展与金融消费水平之间的客观落差,政府或社会给予关注、法律或法规及时调整,都是必要的。但政府或社会监督手段、方式仍有待进一步提高。

本报记者 陈杰 许超声

(上接第1版)

### 为“爱因斯坦”叫屈

融入城市的街巷和生活,尤其对爱因斯坦这样一个与上海有着特殊情缘的科学家来说,更有必要。他曾在1922年两次到访上海,前一次他踏上堤岸当天收到了瑞典皇家学院的电报,获悉自己得到诺贝尔物理学奖;后一次他在福州路17号的工部局礼堂演讲“相对论”。这两次,他抵沪入住的都是理查饭店,也就是今天的浦江饭店。正因如此,雕像还在策划、制作阶段,市政府新闻办、

市城雕委办就一起与黄浦区共商,计划将雕像放置在外白渡桥西北侧苏州河附近的花园中,当时黄浦区方面也曾表示,待世博会结束后,苏州河防汛墙整体改造时会完成雕像安置工作。

遗憾的是,因种种原因,防汛墙尚未改造,雕像安置也一直未能如愿。目前,2.8米高的雕像仍在上海城市雕塑中心供市民参观。“虽然上海城市雕塑中心属于专业的雕塑展示场所,但在这一区域展示的雕塑作品以艺术作品为主,将爱因斯坦雕像放在这里,不仅失去了历史文

脉的关联性,也未能诠释其自身对外展示城市形象的意义。”上海油画雕塑院常务副院长肖谷委婉地流露出遗憾。“摆在雕塑艺术中心做啥啦!”市规土局城市雕塑管理处副处长郑佳矢曾在雕塑中心工作多年,他也替这尊爱因斯坦雕像叫屈,“我们每年都跟黄浦区(政府)讲,抓紧点落实,但区政府也指挥不了市水务局,再说人家也真有困难。”

### 拿不出权威数据

记者在采访中发现,作为主管部门的市规土局城市雕塑管理处,

也拿不出像样的名人雕像统计数据,工作人员要么说“具体都是由区政府牵头推进”,要么建议记者“去东方绿舟和福寿园的网站看看”。

城市名人雕像的策划、制作、选址、安置,涉及不少相关部门。真要把事情办好,光开碰头会不够,还得有一家责任单位牵头,具体协调解决方方面面的困难。否则,很容易在一个环节上卡住,动弹不得。

此外还须“因地制宜”。题材上要紧扣上海历史文脉,肖谷说:“要好好发掘珍贵历史人物的价值,得让市民看了,觉得亲切又自豪。”选

址上,雕像尺寸、背景要与周边环境相融合。中国雕塑院院长、全国城雕艺术委员会主任、著名雕塑家吴为山说:“雕像既不是环境的‘补白’,也不是环境的‘主角’。两者应是融为一体。”艺术上,要克服如今国内城市雕像照搬西方的做法,“简单抄袭,最后一定不伦不类”,吴为山告诫青年艺术工作者说,“要把中国文化的深厚传统融入现代艺术中。”

上海市民是城市雕塑的主要受众,何不发动他们参与讨论和推荐。不如,就从讨论“爱因斯坦像该放哪儿?”开始吧。