

钻石净度三个标准 商家高标是否欺诈?

正所谓“钻石恒久远,一颗永流传”,人们把钻石看成爱情永恒的象征。然而钻石的等级认证标准多种多样,同一块钻石在不同的标准下甚至会出现较大等级差异。近日,太仓市法院受理了这样一起关于钻石的买卖合同纠纷。

钟先生在一家百货商场购买裸钻定制钻戒。购买时,商场销售人员介绍说,钻石净度从优到劣依次分为 VVS、VS、SI 等,钟先生购买的裸钻净度为 VS2, 并提供了其宣称具有权威地位的 GIA 证书, 该证书显示该裸钻净度为 VS2。另外,该裸钻外盒标注的检验标签的信息也显示钻石净度为 VS2。货款付清后,商场负责

钻戒制作, 钟先生委托商场将成品钻戒交国家珠宝玉石质量监督检验中心进行检测。

不料,钟先生收到的鉴定证书显示,送鉴钻石的净度为 SI, 与购买时商场声称的和提供的各类资料显示的钻石净度不符, 其等级较购买时声称的 VS2 要低。他认为,在挑选钻石时,对于钻石的颜色和净度都有要求,这也是自己决定是否购买的关键性因素,而且,钻石是特殊商品,价格昂贵,对爱情和婚姻有着十分重要的特殊意义;商场以低等级的商品冒充高等级的商品销售属于欺诈行为,给自己造成经济上、精神上双重损害。为此,钟先生诉至法院,要求出售

钻戒的商场补偿差价并赔偿损失。

法院查明事实后认为,本案中出现的三个对钻石的检验标准,即 GIA 证书的标准、合格品标签上的标准及 NGTC 国检证书的标准,三个标准对应的检验结果分别为 VS2、VS2、SI。被告商场作为专业的钻石经销商,理应将 GIA 证书所采用的检验标准及品牌商内部的检验标准可能低于 NGTC 国检证书所采用的检验标准的情况如实告知消费者。但是,仅仅是告知上的缺陷还不足以被认定为构成欺诈,因此对原告钟先生主张被告商场以次充好欺诈消费者的主张,法院不

予采信。同时, GIA 标准虽然是珠宝行业内所认同和使用的标准,但被告作为在我国境内销售商品的主体,仍应遵守国内法律法规的规定,以具有 CMA、CAL、CNAS 资质的珠宝贵金属检测机构出具的检验证明作为合格标准,以国内品级标准标注销售价格更符合国内消费者的普遍认知与习惯。

本案中,被告商场在合格品标签上标注价格实际参照 GIA 标准,高于国检标准,由此产生的差价部分理应向消费者退还。法官向双方当事人释明后,经调解,被告商场退还钟先生 3000 元差价。(陆政成 余刚)

现如今,各种按摩店雨后春笋般地涌现大街小巷之中。然而,按摩也分保健按摩和医疗按摩(即推拿),操作不当会带来风险,有人本想用按摩来缓解身体不适却因此进了医院。近日,苏州市吴中区法院审理一起因按摩引发的侵权责任纠纷。

程先生感觉自己的颈部不舒服,打算去按摩店按摩一下,于是来到一家足浴店做颈部推拿。按摩半个多小时后,他回家休息。第二天凌晨 4 点左右,他感觉颈部疼痛加剧不能活动。妻子连忙拨打 120 将程先生送到医院,中医诊断为急筋伤(气滞血瘀症),他又去看西医,西医诊断为颈椎损伤伴不全瘫,颈椎病,经鉴定,构成九级伤残,且认为外力推拿是颈椎病急性发作的诱发因素,其伤(残)比为 5%—15%视为合理。

足浴店里做按摩

经过多次治疗,程先生才好转出院。他认为自己的颈椎损伤是足浴店按摩所致,就将为他按摩的足浴店告上法院,要求赔偿各项损失 40 余万元。

被告足浴店辩称称,程先生本身就有颈椎病,这次是颈椎病复发,与按摩没有关系。足浴店对鉴定报告不认可,且对伤(残)比作鉴定并不能证明因果关系及侵权事实,因此要求对按摩行为与程先生损伤之间的因果关系及损伤参与度重新进行鉴定。

案件审理中,吴中区法院通过摇号确定鉴定机构,委托某司法鉴定所对原告程先生的颈椎病进行鉴定。该

所出具司法鉴定意见书,认为程先生颈椎管狭窄症伴不全瘫、颈椎病的诊断成立,他既往有颈椎两病史,行颈部推拿后颈椎病症状加重;推拿对患者自身颈椎病的病情进展起着一定的诱发或加重作用,作用程度较轻,建议损伤参与度为 5—15%。

法院经审理认为,原告程先生称因被告按摩致其损伤,构成九级伤残。根据原告提供的司法鉴定意见书,原告颈椎病术后颈部活动受限评为九级伤残,并认为外力推拿是颈椎病畸形发作的诱发因素,其伤(残)比为 5%—15%视为合理。被告对此有异议,认为原告损伤与其按摩行为无关,并就此申请对其按摩行为与原告损伤之间的因果关系及损伤参与度进行司法鉴定。司法鉴定意见书,认为推拿对原告自身颈椎病的病情进展起着一定的诱发或加重作用,作用程度较轻,根据损伤两关系理论,建议损伤参与度为 5—15%。被告对该鉴定意见仍不予认可。

弄伤颈椎上法庭

两司法鉴定意见书均是依据原告的诊疗情况作出,被告并不能仅以两份司法鉴定意见的内容和结论看起来如出一辙为由,作为两份司法鉴定意见书的内容不公正的依据。被告提供消费记录及其按摩师的证人证言证明原告颈椎病发与其按摩行为无关,不足以推翻司法鉴

定意见书的鉴定意见。因此,法院对该司法鉴定意见书的鉴定意见予以采纳。经核定,原告的各项损失计 372179 元,经鉴定,被告的推拿对原告自身颈椎病的病情进展起着一定的诱发或加重作用,作用程度较轻,根据损伤两关系理论,建议损伤参与度为 5%—15%,故法院酌情认定被告赔偿原告损失中的 10%,判决被告足浴店赔偿原告程先生 37217.9 元。

法官提醒:推拿作为一种放松身体的方式深受广大消费者喜爱。然而推拿活动具有专业性,对从业人员有较高的技术要求,且推拿并不是对每个人都适用,选择接受推拿服务时要注意自身身体状况,如果按摩不当有可能加重原有症状,如有身体不适应先到医院就医,在医生的指导下进行治疗。(沈碧燕 肖佳)

相信许多消费者都遇到过“交款容易退款难”的问题。消费者一旦交了钱,无论是商品还是服务不满意,交涉时商家总会振振有词:“一经售出,概不退款”。但是,这种“霸王条款”合法合理吗?

【案例】市民刘女士在一家美容店办了一张为期 3 个月的纤体疗程卡。当时该店的广告宣称一个月可减轻体重 10 斤,3 个月可减重 20 斤。然而刘女士接受服务一个月后发现体重只减轻了 1 斤,觉得效果并不理想,于是向该店提出退卡要求。可美容店却以当初与刘女士签订的纤体合同上注明“本疗程卡一经售出,概不接受任何理由的退款”为由,拒绝刘女士的要求。刘女士不知道合同上有这个格式条款还能不能要求商家退款,为此来到当地消保委咨询。

【释法】那么,这家美容店的格式合同上“本疗程卡一经售出,概不接受任何理由的退款”规定有法律

“疗程卡一经售出概不退款”遇到“霸王条款”咋办?

依据吗?

消保委工作人员指出,《消法》第二十条规定“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。”换言之,经营者提供的信息,不仅要保证真实性,还要保证其提供的信息是涵盖了可能影响消费者购买商品或者接受服务的消费意愿的全面性进行比较的重要信息。

本案中,美容店的宣传单仅说明该服务可能达到的相对较为理想的纤体效果,但没有指出该效果存在着个体差异,即实际效果会根据每个人的体质而有所变化。这无形中刘女士的消费意愿产生了误导。

此外,美容店“一经售出,概不

退款”的条款也不合法。《消法》第二十六条规定“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。格式条款、通知、声明、店堂告示含有前款所列内容的,其内容无效。”简单来说,店家想推卸责任,是法律不允许的。

消保委工作人员接着解释,何谓格式条款?对此,《合同法》第三十九条第二款给出定义——“格式条款是指当事人为了重复使用而预先拟定,并在订立合同时未与对方协商的条款”。格式条款有两个特点:第一,格式条款总是经营者一方预先拟定的;第二,事先不与合同对方当事人进行磋商,因

此,合同相对人只能对格式条款表示完全同意或拒绝,相对人在订约中实质上处于附从地位,而不是与格式条款提供方处于平等协商的地位。

同时,美容店还违反《合同法》。为保障相对人的合法权益,《合同法》第三十九条第一款规定“采用格式条款订立合同的,提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务,并采取合理的方式提请对方注意免除或者限制其责任的条款,按照对方的要求,对该条款予以说明。”第四十条规定“格式条款除因具有与其他非格式条款相同的无效原因而无效外,提供格式条款的一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效。”本案中,美容店在与刘女士签订的纤体合同上标注的

“本疗程卡一经售出,概不接受任何理由的退款”条款,明显含有免除经营者损害消费者权益所应当承担的民事责任的内容。因此,该格式条款是无效的。

此外,该条款还违反了《合同法》第十三条第一款“经营者与消费者采用格式条款订立合同的,经营者不得在格式条款中排除消费者下列权利:(一)依法变更或者解除合同的权利”的规定。

【总结】综上所述,美容店对刘女士存在误导消费的行为,纤体合同上的“本疗程卡一经售出,概不接受任何理由的退款”的格式条款无效,应当按照刘女士的要求为她办理退卡。如果店家拒绝纠正其违法行为的,工商行政管理机关可以依据《合同法》第十三条第二款的规定,对该美容店给予警告、罚款等处理。

(摘自江苏省消保委网)

投诉与回音

投诉:2016年4月初,吉小姐在昆山范哲希美容美发店办了一张预付卡。2017年9月20日,她发现该店已经关门,这时她的卡内还有美发余额1700元和美容余额1.3万元。为此,她向昆山市12315热线投诉,要求店家退还自己卡内的余额。

回音:昆山市消保委开发区分会接到12315热线转办单后,马上联系被诉美容美发店负责人,通报吉小姐的退款要求。该负责人称,他们只是搬迁而已,并不是关门歇业,吉小姐可以到其他范哲希美容美发店用卡消费。

分会工作人员向该负责人指出,吉小姐卡内余额比较大,店方应该专门通知她,告知她可以到其他店用卡消费,这才是诚信经营的做法。希望店方吸取教训,并向消费者赔礼道歉。店方负责人在分会工作人员的批评教育下,当即通过电话向吉小姐赔礼道歉,欢迎她继续来店消费。

(范尚强 萧锐)

投诉:2017年7月中旬,梁先生在参加吴江一个半博会上,在一家名叫新宝贝的摄影店办了一张1000的预付元。店方表示,他们可以上门来拍照,但采明明表示

上门拍照要收取交通费。10月初,梁先生联系店方上门拍照,对方收取了交通费。另外,12月18日,该店主动找梁先生妻子,向她介绍一个千人团购活动,称只要缴纳100元订金,即可享受多项福利,梁先生妻子有点动心,就付了100元。梁先生回家后发现该活动不靠谱,就要求店方退还订金,遭到店方拒绝。12月21日,梁先生向吴江区12345热线投诉,希望市场监督管理部门协调退款事宜。

回音:12月22日,吴江区市场监督管理局太湖新城(松陵)分局接到12345热线转办单后,与被诉摄影店取得联系,明确告知店方负责人,订金是预付款,根据相关法律法规消费者有权要求退还,希望店方妥善解决纠纷。该店负责人在分局工作人员的调解下同意将100元订金退还梁先生。

投诉:2017年1月,昆山人氏王先生在购买商品房时,开发商赠送一台太阳能热水器。同年10月4日,王先生发现热水器坏了,就维修事宜联系该品牌热水器售后服务部,对方答应在1个月内维修好。但后来对方一直拖着不来维修。王先生多次打电话催问,对方总是说没有配件,直至11月5日还是没有动静。没有热水用,王先生实在等不及了,只得向昆山市12315热线求助,要求售后服务部给他修好热水器。

回音:昆山市市场监督管理局城北分局接到12315热线转办单后,与昆山市新阳光新能源科技有限公司取得联系,通报王先生的诉求。该公司负责人解释说,他们不是拖延时间,确实是配件供应不上,希望王先生谅解。现在经过多方努力,他们已经拿到配件,马上就上门维修,保证让王先生满意。

(范尚强 萧锐)

投诉:2017年11月2日,消费者高先生在奥欧来精品购物村152辆苏州奥欧来店购买一块奥欧来 burberry 手表,价格3810元,经销商是富忍商贸(上海)有限公司。第二天,他就发现走时不准,就向店方反映问题,要求更换新手表,协商解决方案。但结果双方协商意见无法达成一致。他于11月10日向苏州工业园区12315热线投诉,寻求相关部门的帮助,要求商家作退货处理。

回音:11月11日,苏州工业园区消保委接诉后,工作人员向双方进一步核实情况,店长辩称,手表走时的误差在正常范围内,不存在质量问题,故不符合调换的标准。但是消费者一定要更换,所以双方无法协商一致。消保委工作人员指出,双方公说公有理,婆说婆有理,都认为说自己说得对。只有一个公正的解决办法,那就是去权威的检测部门去检测,让检测报告来说话。双方可以签订检测协议,规定以检测结果来决定手表更换或者退货。如果检测出来存在质量问题,毫无疑问检测费由商家承担,并退货;如果不存在质量问题,那检测费由消费者承担。当然,商家应该换位思考,如果走时准确的话,消费者会费这么大的劲来交涉,不是自寻烦恼吗?所以,希望商家能够本着诚信经营的原则,妥善解决纠纷。

店长听了消保委工作人员的一席话,觉得很有道理,作出了让步,同意为消费者更换同规格同型号的新手表,以解决纠纷。

(朱雪梅 肖锐)