

交数万定金无法办理购房 太仓消保委出面协商解决

近日,消费者周女士向太仓市消保委投诉称,她于去年6月15日在太仓市沙溪镇管中一楼盘,支付意向金10万元。7月26日、29日,销售员在微信上和她提供虚假资料去银行贷款,要她办理接力贷手续。由于儿子还在上海上学买房,还有贷款未还,所以不肯在接力贷协议上签字,导致无法购房。10月12日,销售员在明知她无法支付的情况下,仍通知她去签订《商品房买卖合同》,本人在未知情况下,将首付款376262元付清。

目前,她已追回开发商付款47.6236万元,

她要求开发商退款。开发商同意退款,但要求周女士支付30%违约金。她第一时间寻求法律援助,但相关部门未能帮助,认为周女士确确实实违约了。在她无奈之际,想到了消保委。

太仓市消保委秘书长周雁在了解情况后,站在偏向消费者的立场上,她认为销售员存在一定误导,表述不清,信息不对称等问题;马上找到开发商核实情况,希望能联系妥善解决纠纷。但开发商态度强硬,坚持要求周女士支付30%违约金。周雁只能借助房地产行业协会和协会的力量,找到开发商项目经理,然后

与销售经理取得联系,晓之以理,晓之以理地与之反复沟通。期间明确指出,周女士作为民事行为能力的人,是在儿子、儿媳陪同下购房的,本人有一定的责任,应该承担相应的违约责任;但是销售员也存在不可推卸的责任,你们的心心相印,故提议违约金在5万元以内协商解决,希望能以真诚的态度谈。销售经理答应尽快向总部汇报消保委的提议,周雁就与销售经理一直保持电话联系,进一步进行沟通。

11月1日,开发商销售经理告知周雁,总

部已同意消保委的提议。11月3日,开发商销售经理、消费者周女士一同在太仓市消保委签订《调解协议书》,开发商同意扣除周女士5万元违约金后,全部退还已收款项436262元;在11月30日前以银行转账形式付清;双方当事人于11月3日一同前往法律援助处办理房屋买卖合同终止手续。目前当事人掉了贷款记录,借款不能解决的消费纠纷,在太仓市消保委经过两个月的不懈努力下,终于成功得以解决。消费者周女士对于消保委的鼎力相助深表谢意。(胡兴稿 晓英)

口罩“连环买卖”遇骗局

如今,微信成了许多人社交生活的必备工具,也有很多“利字辈”在于微商那里购买商品。更有甚者想借此发横财,分得一杯羹。但殊不知,微信购物里藏着许多陷阱,一旦不注意就可能钱货两空。日前,太仓市消保委接了一起朋友圈里的口罩买卖合同纠纷。

今年年初,新冠肺炎疫情爆发,小文发现口罩瞬间成了紧俏商品。她发现朋友圈里的陈某在晒口罩的货源,小文也想赶紧买进囤货用着备用。于是她向这位从未谋面的陈某表达了要购买2万只口罩的需求。此后数日的沟通中,陈某向小文展示了囤用口罩的样品照片,并表示货源来自他的朋友李某。如果需要的话当天就能发货,最后双方商定总价为7万余元。小文当

天便将货款7万余元通过微信转账给了陈某。但之后陈某和李某都没有按照约定发货,小文联系了李某,李某表示要发多少货要多少货,但最终还是没有了下文。几天后,小文才得知,其实陈某和李某都是所谓的“二道贩子”,他们俩都是从朋友圈里管了上家发的货源,才想赚差价。现在陈某的厂家已经因涉嫌诈骗被公安机关查封,因囤积货款及发货事宜未果,小文将陈某和李某共同诉至法院,要求两被告作为共同的出票人向其退还货款。庭审中,被告李某表示,口罩是陈某从自己店里联系订购的,自己找了朋友圈的上家联系购买,自己也是被骗,因此并不承担责任。

太仓法院经审理认为,原告小文与被告陈某通过微信方式订购口罩事宜达

成一致,被告陈某作为出票人无法按双方约定的时间和数量交付货物,合同目的无法实现且已实际停止履行,原告有权要求被告陈某退还货款。至于被告李某的责任,法院认为,被告陈某在与原告商谈买卖事宜的同时,也向原告提供了被告李某的信息,使原告主观上产生了有两名出票人的判断;而被告李某分享了客户和货源信息,还就利润的分配问题进行协商,存在出票的共同意思表示,对外应视为一体;事后被告李某也明确表明了同意向原告承担还款责任的内容;因此原告李某作为李某买卖合同的出票人,应当共同向原告小文承担还款责任。

(刘晓敏 肖佳)

张家港一药店 发布违法广告被查处

药品广告作为介绍推销药品的重要营销形式,药品广告中的信息对于广告受众具有相当大的影响力,如果不科学、不规范,很可能误导广告受众的用药安全。日常生活中,常用“店长推荐”是零售业向顾客推荐的营销手法,司空见惯。然而,销售药品时“店长推荐”的“药,能信吗?”

近日,张家港市市场监督管理局接到群众举报,反映某药店内药品广告存在违法行为。执法人员第一时间赶到当事人经营场所,发现其店内发布了2张含有“店长推荐”四个醒目大字的产品宣传广告。

执法人员检查,当事人为了让广告效果更明显,于今年1月找朋友帮忙写了含有“店长推荐”四个醒目大字的宣传广告。随后,当事人在经营场所内张贴了“店长推荐、新手必备”等字样的药品宣传广告,在经营场所内张贴了“店长推荐、买药片”等字样的产品宣传广告。经查,上述“新手必备”为非处方药(OTC),药品批准文号为“国药准字Z20040061”;“买药片”为非处方药(OTC),药品批准文号为“国药准字Z20080239”。当事人店内一直销售上述两种药品。

当事人的此种行为,属于药品广告中含有“推荐”等诱导性评价内容的行为,违反了《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第十一条第六项的规定,依据《暂行办法》第二十八条的规定,执法人员当场责令当事人停止发布该广告,并立案进行了查处。

药品不是普通商品,是防病治病的特殊商品。“店长推荐”的宣传对公众用药安全具有误导性,会带来安全隐患。(张华磊 欣斌)

吴中市监为消费者 验明“朋友圈”毒药

日前,吴中区市场监督管理局执法大队收到了来自湖南株洲曹某某的举报,上面书写着一身正气,情系百姓的商场文字。

事情经过是这样的:2019年10月,吴中区市场监督管理局收到了曹某某的举报,称其在吴中区衡阳路某朋友圈购买的“古方减肥药”,“燃脂燃脂燃脂燃脂燃脂”,服用后产生灼热感且恶心、便秘,湖南消费的“古方减肥药”“燃脂燃脂燃脂燃脂燃脂”有毒有害。

吴中区市场监督管理局执法大队接到举报后进行了专业研判,认为“古方减肥药”中可能非法添加了西布曲明。随即联合城区分局,积极与当事人沟通,指导其从第三人处再次向曹某某购买上述产品,并做好评证。在获取曹某某女儿生前提供的“古方减肥药”“燃脂燃脂燃脂燃脂燃脂”和后续购买的“古方减肥药”后,吴中区去常州市药品检验检测研究中心对上述产品进行检验,发现了高含量的西布曲明和酚酞,上述产品涉嫌有毒有害。

吴中区市场监督管理局立即向常州市公安局吴中分局进行了移送,随后在配合公安部门做好侦查的同时,及时立案案件立案,保持与家属的沟通,做好安抚工作。目前吴中已侦破此案,抓获了四名涉案人员,曹某某全家在和解处理后,得到了一点安慰,为表示感谢,将曹某某来了锦旗。(吴中消 永康)

小伙醉酒猝死宴请者未尽义务担责

宴请他人吃饭喝酒,不料对方酒后回家路上猝死,发生这种意外,责任应当由谁来承担?近日,苏州吴江区法院就审理了这样一起案件。一名刚成年的小伙酒后猝死,法院组织鉴定未得到安全保障义务,被判赔偿22万余元的赔偿损失。

小王刚成年不久,就跟舅舅来到吴江一家电子厂打工。后来结识了同一车间的工友兼老乡董某,二人业余时间经常一起吃喝玩乐。

2019年12月21日晚上,董某邀请小王及另外三名同事到一家饭店吃饭,席间只有小王和董某喝了半瓶白酒,其他人只喝了9点半左右结束。之后董某与小王又一起打车到某酒吧泡吧玩,期间每人喝了两

杯啤酒,两人一直玩到12点五十分离开。

离开酒吧后,二人叫了一辆出租车回家,但当时小王意识已经有些模糊了。车子开到一桥东边,小王表示到家了要下车,便向司机支付了335元的车费。小王下车后,司机把车开回董某家,期间董某给小王打了三四个电话,问小王有没有到家,小王表示已经到家了,董某便告诉小王早点休息就挂了电话。董某到目的地下车时让出租车司机把小王送到家,小王是否还在路上,如果还在路上的话就把他送回家,但司机回路上并没有看到小王。

之后几天,小王一直没有去厂里上班,小王的舅舅一直找不到小王便报了警,后来公安机关在学校不远处的小村找到了

小王的遗体,经确认,小王系猝死。

小王的父母认为,董某作为酒宴召集人,不仅自身饮酒过量,还将小王带到酒吧等场所喝酒,酒后还将小王扔在桥边,也没有通知其家属人接应,故董某对小王的死亡负有50%的责任。二人还在处理完小王的后事后,将董某告上了法庭,要求董某赔偿死亡赔偿金等多项损失57万余元。

法官提醒,经确认小王系猝死,与董某组织的此次聚餐饮酒及担任小王中途驾车下车有因果关系,但小王作为完全民事行为能力人,在聚餐中能节制饮酒,且酒后独自下车,后发生死亡事故,应对其自身的损害后果承担主要责任。(李小菊)

买书包赠券不明起异议

最近,消费者李女士通过12345热线,向吴中消保委投诉分会投诉。李女士反映,她因为买书包参加店庆,在使用赠券的问题上,与某童装店产生了纠纷。

事情发生在吴中区木渎大润发。当时,李女士看到某童装店在微信上发布,买书包充值300元,送书包一个,另送200元零券活动。李女士有点心动,便到店进行了充值,正要进行使用200元赠券时,发现该券是分4张面值50元的券,该店店员告知需300元才能使用一张50元的券。

李女士表示,其表示,何时才能把赠券使用完,认为该店在宣传充值时,并未说过此条款,如果说清楚此条款,就不会进行充值了。李女士认为该店店庆宣传,误导消费者,未尽告知义务,侵害消费者的选择权。在交涉无果的情况下,向吴中消保委投诉分会投诉,要求消保委协调该店于合理解释及处理。

接此投诉后,吴中消保委投诉分会与木渎大润发童装店的客服人员,大

概的相关负责人取得联系,客服对此事非常重视,同意立即退还童装店处理此事。2小时后,客服经理李女士来电表示,已让童装店第一时间联系投诉人,向投诉人解释。该童装店承认,当时在微信公众号上发布此消息时,由于工作人员疏忽,当时工作人员未向李女士解释清楚,只是本店并非虚假宣传,误导消费者,只是店里刚开始做此活动,对活动考虑不周,没有告知,下次一定会引以为戒,会做的清清楚楚,让消费者明白自己的消费。

同时,该店也承诺,今后会加强工作人员对活动的学习,对此次因店家未选择清楚给投诉人带来的麻烦,店里愿意承担责任,投诉人可在本店随意退货,本店可一次退给此200元赠券给予抵扣完毕(注:按宣传要求,购赠券300元才可以抵扣200元中的一张50元券)。已与投诉人约定时间来本店退换货,店里当场全额给予抵扣完,并当场向投诉人赔礼道歉。

(吴士明 永康)



全国诚信维权单位
全国百强商场

昆山商厦
《消费维权》特约刊出