

# 当电子演出票遇到不退不换条款

## 法院：格式条款未尽到合理提示义务时无效

《人民法院报》费文彬 朱小燕 文 蔡捷 图

近年来,随着网络的普及,许多文艺表演活动的售票方式多以销售电子门票为主,活动举办方一般会规定:“电子门票一经售出概不退换。”

近日,广西壮族自治区南宁市市民张丽丽因购买音乐节电子门票后,发现时间不对提出退票,遇到主办方拒绝,遂将音乐节售票方告上法庭,请求音乐节售票方南京某文化有限公司退票退款并赔偿资金占用损失。

法院审理后认为,该电子门票不属于七天无理由退货规则的例外情形,且该公司设置了格式条款,格式条款提供者未尽到合理提示义务,属于无效条款,应退款退票。该案的判决,不仅敦促文化公司规范购票退票条款,也维护了消费者的合法权益。在此提醒,商家在经营过程中应坚持社会主义核心价值观,诚信守法、真诚待人,坚持以人为本,关注消费者利益诉求和价值愿望,保障消费者合法权益,提供的格式条款应遵守公平原则,尽到合理提示义务。

## 购买电子门票退票却遇障碍

2023年2月10日,张丽丽在南京某文化有限公司的微店APP上购买了2023年4月30日某地音乐节预售门票2张,票价共1360元,付款后该公司通过电子交付的方式发货。购票第二天,张丽丽发现买错了日期,想退票,于是打公司的客服电话说明情况,要求退票。张丽丽认为,该电子门票完全适用7天无理由退货规则,且不属于例外情形。而且该电子“门票”实际并非“门票”,不具有“门票”的价值和功能,该门票只是一个兑换凭证,本身不属于门票,也不具备被告所称的“承载文化价值”的功能。

但是公司的客服回复她,网上销售出去的电子门票不支持退票。

张丽丽多次与客服人员沟通,客服人员均称演出票具有时效性,是特殊定制的演出服务,不同于普通商品,不能退换。2月11日,张丽丽在微店APP与客服再次沟通退票事宜,客服人员回复她需要在同一个账号里先提交新的订单,然后才可以换取4月30日门票的退款。2月21日,张丽丽与该公司客服人员又一次电话沟通,客服人员答复她,可以退票,但需要收取30%的违约金。张丽丽认为,公司无正当理由不退票,还附加了不合理的条件。

张丽丽还认为,该公司未尽到格式条款提供者的合理提示义务。首先,在公司微店APP上,商品介绍的“购票须知”以及后续购票付款中,

“不支持退换”从未采取显著的能够明显警示消费者的标识提醒消费者注意,公司利用大段文字堆砌,将“不支持退换”字眼隐藏其中,购票时无法一眼看出,但“不支持截图”字眼,却采取了以“【】”符号框出文字的方式重点标识;且在购买门票时,也无弹窗等方式提醒消费者不退不换。其次,在购买门票进入付款页面时无相应提示,仅在中段有“已知晓不退不换(填1)”的文字,以明显缩小字号、将字体设置为浅色的方式让人难以阅读;同时以“(填1)”方式诱导消费者填1。

张丽丽认为,公司的行为损害了自己作为消费者的自由选择权,具有强买强卖的性质。

## 格式条款不退票未予标识属无效

法院审理后认为,涉及纠纷的电子门票是音乐节的预售票,消费者购买后取得电子二维码券,演出当天消费者需登录订单页面出示该电子二维码券并经核对购票人身份证兑换实体票,不属于消费者权益保护法第二十五条第一款规定的七天无理由退货的例外情形。且电子门票于2023年4月30日才有效,张丽丽于2023年2月10日购买,于2月11日提出退票,距离音乐节演出尚有较长时间,退票不影响音乐节预售票的再次销售。因此,涉及纠纷的电子门票适用七天无理由退货,张丽丽于购票后次日提出退票,未超出退票期限。

而该电子门票的“商品详情”页面载明的“【购票须知】票品为有价票券,非普通商品,其背后承载的文化服务具有时效性,稀缺性等特征,不支持退换”条款,系南京某文化有限公司为了重复使用而预先拟定且未与消费者协商的条款,根据民法典第四百九十六条第一款的规定,属于格式条款。

对于格式条款,民法典第四百九十六条第二款、消费者权益保护法第二十六条规定,提供格式条款一方的经营者,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,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易,格式条款未有以上内容的,其内容无效。

张丽丽主张退票属于售后服务的内容,从其提供的证据看,南京某文化有限公司未对该退票条款进行加粗加黑等提示说明,甚至在“确认订单”页面设置了比其他字号更小的表述“已知晓不退换(填1)”,此设置足以表明南京某文化有限公司故意规避消费者对退换货的选择权与知情权。

因此,对该案的格式条款,南京某文化有限公司未尽到合理提示义务,该条款无效。张丽丽诉请退票退款,符合法律规定,应予以支持。

最终,广西壮族自治区南宁市西乡塘区人民法院审理后,判决被告南京某文化有限公司为原告张丽丽办理退票,向原告张丽丽返还购票本金1360元,并向原告张丽丽支付资金占用费。

法官提醒,电子门票适用七天无理由退货,商家在销售电子门票时,如订立有格式条款,应对格式条款进行特别提示说明,尽到提示或说明义务。而消费者在购买此类电子门票时,应理性消费,看清条款再进行购买,如遇到权益受损害的情形,在协商不成的情况下可以拿起法律武器维护自己的合法权益。

## 在线冒充女医生

## 诱骗女孩拍摄不雅照

## 男子因“隔空猥亵”获刑

《检察日报》郭树合 徐海磊

如果不是手机同步了女儿的QQ账号,冯某怎么也不会想到自己年仅8岁的女儿小丽(化名)会成为“隔空猥亵”的对象,更不会想到原本用来上网课的平板电脑成了女儿被侵害的工具。经山东省济南市历城区检察院提起公诉,近日,法院以猥亵儿童罪判处被告人李某有期徒刑五年十个月。

## 无意中发现女儿的“秘密”

2023年初,冯某的手机突然收到一条女儿QQ消息的同步提醒,内容竟是要求她拍摄一张用马克笔摆拍不雅动作的照片。冯某在震惊之余仔细查看了该消息,发现发送消息的是一个头像为女医生照片的陌生人,添加女儿为好友已经十几天,但是添加好友后的聊天记录都查不到了。冯某迅速联系到女儿小丽,发现女儿已经通过平时上课用的平板电脑,将不雅照片发给了这名陌生网友。冯某立即向公安机关报案。

原来,小丽为方便追星,加入了追星粉丝群。而在外打工的李某,因夫妻长期分居,为满足私欲,盯上了追星粉丝群里的少女。为取得粉丝群内未成年少女的信任,李某将QQ头像更换为女性照片,性别设置为女性,昵称也趋向女性化。此后,李某便开始在各个未成年少女喜欢的追星粉丝群中搜寻目标,专挑10岁左右的未成年少女添加QQ好友,并通过姐妹相称的方式拉近与被害人的关系。

为达到诱骗未成年少女的效果,李某将事先准备好的医生或者护士所穿的白大褂照片发给被害人,声称自己是医生或护士,而后以帮助检查身体的名义,引导被害人拍摄胸部、阴部等部位,并要求被害人使用手或笔摆动作拍摄不雅照片。同时,为了避免被害人家长发现,李某在收到照片并保存后,随即要求被害人删除聊天记录或者撤回消息。而和小丽有着同样受害经历的还有多名女孩,她们也都按照“女医生”的要求发送了自己的不雅照片。

## 隐蔽性强手段恶劣 警惕“隔空猥亵”

历城区检察院经审查认为,李某多次诱骗未成年人通过网络视频聊天或者发送视频、照片等方式,暴露身体隐私部位或者实施淫秽行为,手段恶劣,涉嫌猥亵儿童罪。经历城区检察院提起公诉,近日,法院经审理对李某作出如上判决。

检察官指出,2023年6月1日起施行的《最高人民法院、最高人民检察院关于办理强奸、猥亵未成年人刑事案件适用法律若干问题的解释》第九条明确规定,胁迫、诱骗未成年人通过网络视频聊天或者发送视频、照片等方式,暴露身体隐私部位或者实施淫秽行为,符合刑法第二百三十七条规定的,以强制猥亵罪或者猥亵儿童罪定罪处罚。

“隔空猥亵”因系利用网络实施的非接触式猥亵,未发生实质的身体接触,具有一定的隐蔽性,且未成年人心智尚未成熟,缺乏辨别自护能力,极易受到此类新型犯罪侵害。广大学校和家庭应当加强教育和引导,提升未成年人的辨别能力和自我保护能力,教育青少年不随意添加陌生人为好友,不轻信网友的花言巧语,不与陌生网友见面,拒绝发送任何关于个人隐私的信息。



开庭现场



案件判决后,法官向当事人释法析理