

给商家打差评反惹官司 消费者的“差评权”咋维护?

消费之后,在社交平台发布对商家“种草”或“避雷”的点评,是近年来兴起的消费新风潮。然而,部分商家认为负面评价损害了自身的名誉权,由此引发一系列官司。

消费者有没有权利在网上打差评?如果发生纠纷怎么维权?今年的“3·15”国际消费者权益日,重庆市第五中级人民法院披露了一起由差评引发的网络侵权责任案例,可以给消费者一些启发。

给商家打差评却坐上被告席

案件发生在重庆市綦江区。2023年8月,张某获得保险公司免费赠送的车辆保养服务,前往当地一家修理厂保养车辆。保养中,修理厂工人用力将机油标尺把手抽出,导致机油卡尺刻度条脱落在发动机油底壳里。工人告知张某,拆除油底壳取出机油卡尺刻度条需要收取费用。在张某未明确表示认可费用标准情况下,工人清洗了油底壳,安装了新的油标尺,对车辆进行了保养。

1天后,张某到修理厂取车,被告知需付320元。由于对费用存在异议,双方发生争执并报警。公安机关出警后组织双方进行协商,张某支付300元后开车离开。次日,张某在社交平台上发布了3条视频,描述了争议发生的过程,并对修理厂的行为作出批评。该修理厂遂以名誉受到侵害为由向法院提起诉讼。

“我将自己的真实经历发布在网络平台的个人账号里,并未歪曲事

实,而且发布不久后我就已将这3条视频删除,客观上并没有对原告造成任何损失。”被告席上的张某十分委屈。

原告修理厂负责人则认为,张某发布的视频严重损害了修理厂的名誉和生意,其在前期试图与张某协商,未果,不得已才起诉到法院。修理厂提出的诉讼请求包括要求张某停止名誉侵权行为,公开道歉,赔偿经济损失2万元。

是合理批评还是恶意诽谤?

近年来,消费者与商家之间的差评纠纷屡见不鲜。记者梳理各地发布的典型案例,既有消费者的批评意见得到法院支持而赢得官司,也有人被法院认定为“恶意差评”而追究责任。

负责审理本案的重庆綦江区人民法院法官魏永康表示,评判的关键在于如何界定合理与恶意的边界。

消费者权益保护法明确,消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。经营者应当听取消费者对其提供的商品或者服务的意见,接受消费者的监督。

“从张某的视频内容来看,基本属于客观描述及对该修理厂服务质量的个人感知,没有贬损和丑化的陈述,也没有出现明显恶意诽谤、侮辱性等词语,不应认定存在主观恶意;其言论对修理厂产生的影响程度较低,不足以降低该修理厂社会评价的损害后果。”魏永康说。

法院最终判决,驳回该汽修厂全部诉讼请求。

无独有偶,中国消费者协会去年3月发布的2023年“全国消费维权十大典型案例司法案例”中,有一起消费者因差评纠

纷起诉商家侵犯名誉权并胜诉的案例。

2022年9月,姚某某在网上预订了被告所经营的民宿。姚某某入住后结合自身体验对该民宿打出三星评价,后将评价改为一星,被告用“恶意差评”“缺乏心智”等言辞辱骂姚某某。因双方沟通未果,姚某某以被告侵犯其名誉权为由提起诉讼,被告又反诉要求姚某某赔偿26万元。

2023年12月,湖南省长沙市中级人民法院终审判决,被告向原告公开道歉,赔偿原告精神损害抚慰金1000元并驳回被告全部反诉请求。

打差评要基于事实把握分寸尺度

消费者的“差评权”有法律撑腰,并不意味着可以利用“差评权”为所欲为。

近年来,多地政法机关开展行动严打“职业差评师”,一些利用“恶意差评”牟利的不法分子被追究刑事责任。有遭遇过敲诈勒索的网店经营者表示,一旦短时间内涌入大量差评,轻则影响网店曝光率,重则会被平台和市场监管部门处罚,所以往往只能选择“花钱消灾”。

“对商品质量和服务进行评价是消费者的法定权利,但消费者应当基于事实在社交网络上发表对商品或服务的评价。”魏永康说。

今年2月,最高法发布6件依法惩治利用网络敲诈勒索犯罪典型案例。在其中一起案例的点评中,最高法有关负责人表示,消费者的评价和投诉对人驻电商平台商家的口碑及后续经营有着重要影响。合理差评和正当投诉有利于维护消费者的合法权益,提高商家的服务水平和竞争力。利用线上平台恶意“索赔”,不仅严重侵害了经营者的财产利益,也扰乱了正常的市场秩序。

“人民法院依法予以打击,有利于遏制恶意差评的蔓延,避免消费者被误导,维护企业合法权益,营造良好的营商环境。”这位负责人说。

网络不是法外之地。在消费后进行评价,是消费者行使监督权的正当行为。对于合理的批评意见,经营者应有“容人之量”,针对不足采取改进措施提升商品和服务质量,不能“玻璃心”甚至攻击报复消费者;消费者也不能滥用手中的权利,把握好批评的分寸尺度,依法理性维权,维护清朗网络空间。

据新华社

三大运营商开展电话营销自查

新华社3月14日播发稿件《通信营销电话藏了多少“坑”?》,曝光通信行业电话营销花样百出,诱导升级、隐性扣费等现象依然存在。中国电信、中国移动、中国联通3月16日对报道作出回应,三家表示高度重视,将开展全面自查,对于发现的问题坚决迅速整治,举一反三,认真做好改进提升。

中国电信表示,将持续强化营销服务规范,加强对一线人员的培训及对代理商的管理监督,严肃惩处不规范行为,切实维护用户合法权益。

中国移动表示,将进一步强化代理商营销管理,严格管控和治理通过电话营销方式拓展业务,对违规渠道

严厉处罚,同时开展服务专项治理行动,聚焦客户投诉和自查发现的营销不规范问题,开展源头治理。

中国联通表示,将严格落实和执行资费公示全面准确、二次确认等关键举措,保障用户明明白白消费,为用户提供更加高品质的服务。

据新华社

15倍积分 老年旅客将享更多优惠 兑换火车票

新华社北京3月17日电(记者樊曦)4月1日起,国铁集团在现行“铁路畅行”常旅客会员服务基础上,对年满60周岁常旅客会员实施火车票票面金额15倍积分政策。积分可兑换火车票,助力更多老年人去追寻“诗和远方”,进一步激发养老消费市场潜能。

记者17日从中国国家铁路集团有限公司获悉,国铁集团对年满60周岁居民身份证、港澳居民居住证、台湾居民居住证、港澳居民来往内地通行证、台湾居民来往大陆通行证、外国人永久居留身份证的老年常旅客会员,实施更大幅度的积分优惠。

国铁集团客运部相关负责人介绍,目前,铁路常旅客会员购票乘车后可获得票面金额5倍的积分,积分可为本人或指定受让人兑换火车票,兑换火车票时100积分可抵1元人民币使用,兑换的车票可办理1次改签并核收积分作为改签费,不能办理退票、变更到站业务。4月1日起,年满60周岁的常旅客会员乘坐旅客列车(暂不含旅游专列、国际列车)时将获得票面金额15倍的积分,相当于普通常旅客会员的3倍,即花费1000元乘坐火车,可获赠1.5万积分,兑换火车票时可抵150元使用。

近年来,铁路部门围绕购票、候车、乘车、交通接驳等出行各环节,推出了一系列适老化服务举措。

优化老年旅客购票服务。铁路12306网站、客户端(App)推出“敬老版”,已累计服务1223万人次;保留车站窗口人工售票和现金服务,铁路12306为购买卧铺车票的年满60周岁老年旅客自动优先配售下铺;年满65周岁老年旅客使用注册时登记的手机拨打12306客服电话时,直接转人工服务。

优化老年旅客出行服务。持续优化完善特殊重点旅客服务,年满65周岁无陪伴或行动不便的老年旅客,可通过铁路12306和车站服务台预约,铁路部门将提供专区候车、引导帮扶等服务。

优化适老化客运产品。大力开行满足老年旅客特定需求、以老年旅客为主要群体的银发旅游列车,对硬件设施进行适老化改造等,更好满足老年旅客个性化、多样化出行需求。

兰青铁路青海段 启动集中修施工作业

记者从中国铁路青藏集团有限公司获悉,3月16日至4月28日,青藏集团在兰青铁路青海段开展集中修施工作业。这是兰青铁路青海段建成以来第一次大规模成段更换钢轨。

青藏集团公司工务部副主任魏征孔介绍,此次兰青铁路青海段集中修施工作业,计划利用40个“天窗”时间,对兰青铁路水车湾至西宁西115.956公里站内正线、岔间线、区间线进行清筛和换轨作业,同时兼顾基建等其他施工。

为了确保集中修施工安全有序推进,青藏集团公司科学制订方案,重点从协同作业、应急处置、质量验收等方面进行安全管控,同时运用机械化协同作战方式,调集焊轨车、长轨运输车、挖掘机等大型养路机械设备投入施工作业中,提升施工效率和施工质量,实现运输生产和施工作业“两不误”。

据新华社