

碰到困难事麻烦事请@每日商报消费维权

买任何一样东西,消费者都可能碰到产品质量、服务等问题,如果再碰到不良商家,各种推诿不愿意承担责任,或者对消费者态度强硬,消费者的权益往往难以得到保障。

多年来,每日商报消费维权记者,一直以客观的角度,帮助消费者维护权利。不管是打进热线,还是在QQ上向我们申诉,我们一视同仁,尽我们最大的力量,帮助消费者找到问题所在,向商家要求公平交易的权利。

现在,我们又开通了官方微信的消费投诉功能,在消费者和我们之间搭建一个更方便的平台。今后,如果你有任何消费纠纷需要帮助,请关注微信公众号“蓝经天下”,回复“消费”,小编会第一时间与你联系,帮你维权到底。

请记住我们的联系方式:

维权热线:85188518 维权QQ号:100518908 维权微信:蓝经天下



本版法律顾问:浙江泽鼎律师事务所 主任 叶水荣
电话:13305817882

订了私教课程后商家依然不断推销? 消费者称不堪其扰要求退款,商家坚称排课只是仅供参考 健身房预付式消费要理性应对

商报讯(实习记者 汪晓筠) 消费者章先生在古墩路一健身机构购买了健身会员卡,近日他拨打与本报维权热线85188518联动的12345热线反映:“我办卡后,教练建议我报名私教课程。我购买之后,教练又让我买拳击课,我认为这样不合理,希望退掉剩余的课。”

消费者说:教练要求我买更多的课程 我认为不合理

消费者章先生:我在这家健身机构花6000元办了一张健身会员卡,而后在教练推荐下,又购买了24节私教课程,我一共花了8000余元。但是教练却为我的课表排了70多节课。上周我去那里上课,教练又让我再购买拳击课程。当时教练态度不是很好,我不想继续在这里健身了,希望能退掉剩余的课以及健身会员卡。

商家说:消费者对教练有误会 私教课程不能退款

(记者实地走访该健身机构,并将消费者所说的情况反映给该店工作人员,该店私教主管冯教练和健身教练吴教练作出如下回复。)

私教主管冯教练:上周日晚上七点,我联系了这位消费者前来上课(冯教练拿出手机,向记者展示了通话记录)。当时,消费者并没有说起任何与退卡相关的情况,他还和我说,他这周比较忙,要下周再来上课。

健身教练吴教练:这位消费者可能对我们教练的排课存在一些误会。

运动锻炼需要有一个过程才能体现出效果,整个锻炼的过程有初期、中期、后期不同的课程,我们通常会针对消费者的情况制定整个课程安排计划,就是

消费者所说的70多节课。

像这位消费者这种情况,他购买了24节课,都是一些初期课程。为了确保锻炼的效果,我们的教练确实会建议他购买中期的课程继续锻炼。消费者可以自愿选择是否购买剩下的课程,也可以选择只买初期的课程。私教课程购买之后,不能退款,这个我们事先都向消费者说明过,在我们与消费者签订的协议上也没有退款这一项。

(随后,记者将冯教练与吴教练的说法与消费者核实,消费者表示确实接到过该健身机构联系他的电话,但消费者章先生仍表示:“我不能接受他们的说法。”对此事的处理结果,本报还将继续关注。)

第三方说:维权可通过协商解决

杭州市健身服务业专家委员会副主任卢军:就预付式消费来说,消费者没有上的剩余课程可以视为没有进行消费,应该为消费者退款。消费者可以与商家协商,余下的课程扣除一部分财务成本后为其退款。必要时,消费者可以通过法律途径处理此事。

杭州市体育休闲行业协会发布《杭州健身服务行业风险预警提示》:

(1)针对消费者警示:

从90年代初国内开始引入现代健身场所至今,整个健身服务业普遍采用“预付制”的消费模式;即,消费者先行支付一定时效的费用后享受场地以及附带服务的消费模式,而投资开设健身俱乐部势必前期需要大量财力、物力、人力等,不具备投资实力的投资人为了前期回笼资金减少实际投入额,增加营业额大肆贩卖长期时效会员卡,市场上出现5年、8年更有甚至一次性消费购买终身会员卡的个案,至此提醒广大消费者,购买健身会员卡应控制在24月之内,超长时效的消费行为存在消费陷阱及欺诈嫌疑。

(2)针对场地置业出租方警示:

随着杭州城市基建的大升级,大量城市综合体、商场购物中心以及高档社区都会有配置健身场所的规划,在此提醒场所拥有方或产权控制人,合作前必须详细了解经营者的实力与经营业绩,2015年以来已经出现未开业或短暂开业后关门跑路的健身投资人或经营者行为不在少数(本市拱墅区某CBD核心项目XXX未承诺开业,导致本项目负面报道不断,上百万的预收款不知去向,引起媒体及社会的强烈反响)。置业拥有方存在承担相应赔偿或责任的风险,对于盲目出高价以及采取未开业提前售卖大量长期会员卡的非连锁知名健身俱乐部或投资人,在签订场地租赁或使用协议的时,必须认真筛选,严格约束或限定场所在未开业前的预销售或营销行为。

(3)行业从业人员警示:

随着本轮投资健身服务业的热潮,势必引起从业人员缺口增大及监管难度,从业人员应量力而为,切莫随意听信高福利高薪的诱惑,如出现违法违规行为,可向市场监督管理部门举报或投诉。



儿童服装新国标今日实施 给孩子买衣服 不仅要看颜值还要看标签

商报讯(记者 卢莎莎 通讯员 詹冬梅 谢桦)从今天开始,首个专门针对婴幼儿及儿童纺织产品的强制性国家标准《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》正式实施。其中明确规定,婴幼儿及7岁以下儿童服装,头部和颈部不应有任何绳带,并按照安全要求不同,将童装安全技术类别分为A、B、C三类。有专家指出,新规范的实施,将对我国婴幼儿及儿童服装产业产生重要影响,将引导和促使该行业走向更科学安全的道路。

对家长们来说,在给孩子挑选童装时,不仅关注外观还要看标签。

近年来,因衣服上的拉绳导致儿童受伤甚至死亡的案例不少。鉴于服装绳带可能对婴幼儿和儿童造成潜在伤害,规范要求婴幼儿及7岁以下儿童服装,头部和颈部不应有任何绳带。

针对婴幼儿皮肤娇嫩,规范对含有涂层和染料印染的婴幼儿纺织产品,增加了6种增塑剂和重金属铅、镉的限量要求。为防止服装上的纽扣等小附件被婴幼儿吸入鼻孔或放入口中,规范还明确不宜使用尺寸小于3毫米的附件,且应达到相应的抗拉强度要求。此外,还规定了特定纤维成分的服装外层面料对应的织物阻燃性要求。

除了看服装的“颜值”,标签上的内容也是家长们需要重点关注的。新标准要求在售卖的相关产品吊牌上,标明对应的安全技术类别。A类为婴幼儿产品,要求最高;B类为直接接触皮肤的产品,要求次之;C类为非直接接触皮肤的产品,要求最基本。婴幼儿服装还需标注“婴幼儿用品”字样。值得注意的是,缝制在可贴身穿着的婴幼儿服装上的耐久性标签,应置于不与皮肤直接接触的位置。

杭州检验检疫局工作人员告诉记者,该标准给了制造商两年时间用于消化库存,今年6月1日前生产并符合相关标准要求的产品,允许在市场上继续销售至2018年5月31日。相关的服装进口商也应仔细了解新规范的具体内容。