



民宿想当“刺客”，法律就应为铠甲



五一假期临近，许多人都满心期待这个长假，但也有人还没出行，就已经憋了一肚子愤懑。

据报道，一位游客早在3月16日就预订了四川成都的一家民宿，当时

民宿在做踏青的促销活动，价格特别优惠，这位游客便以低价抢了该民宿五一假期的三间房。但前不久，她突然接到民宿工作人员电话，说民宿正在装修，不能保证装修完工时间，建议她退房。正当她一边与客服协商，一边寻找房源时，她突然发现这家民宿在其他平台上有房，只是价格已经涨到了原来的三倍多。

这位游客的遭遇并不是孤例。据报道，五一前夕，许多预定民宿的游客都遇到了类

似情况。民宿旅馆坐地起价，理由千奇百怪。而事实上，这些经软磨硬泡推掉客人空置的客房，往往又重新在别的平台上架，只是价格暴涨，让人直呼“民宿刺客”。

平心而论，经过疫情，民宿行业承受着巨大压力，许多民宿老板已经被迫闭店转行，仍在坚持营业的终于捱到了行业复苏，都迫切渴望在五一假期能够赚上一笔。这本无可厚非。但是，经营之道，贵在诚信。这种编织理由“赶客”再行涨价的民宿店家，实在是吃相难看。

五一假期民宿毁约涨价，不仅是个为商不守信的道德问题，也是个法律问题，应当在法律范围内协商解决。游客通过平台预定民宿，从法律视角来看，就是消费者与经营者达成了订房合同，民宿编织理由毁约的行为侵犯了消费者的合法权益，消费者有权要求民宿继续履

行原来的订房合同并维持原价。如果民宿执意“赶客”，那除了退回消费者订房的费用外，还要赔偿消费者由此产生的额外损失。

市场经济也是法治经济。民宿酒店虽然规模小、业务新、模式灵活，但其经营行为同样要受到相关法律法规的制约。如果民宿想当“刺客”，那么法律就应该充当好铠甲，切实维护消费者合法权益。

地方政府应加大宣传力度，使包括民宿经营者在内的广大旅游市场主体都恪守诚信经营之道，尊重消费者的合法权益。同时，建立更加便捷的纠纷投诉调节机制，让游客能够更方便地反映旅游过程中遇到的侵权问题，争取快查快办。须知，只有构建清朗规范的旅游市场秩序，民宿品牌才能从“网红”走向“长红”。

光明网评论员

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn

安徽财经网
www.ahcaijing.com

Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



市场星报官方微博



“网红主播”被点名，带货变成“带祸”？

哪些主播直播带货问题多？24日上午，有关机构联合发布的《直播带货消费维权舆情分析报告》指出，疯狂小杨哥和李佳琦的虚假宣传舆情相对突出，刘畊宏、罗永浩和辛巴的产品质量舆情则更突出。另外，短视频平台的直播带货问题明显多于传统电商平台。(4月24日《北京晚报》)

直播带货已经成为很多商品的主要营销渠道，主播在其中起着重要的推销作用。而主播中的“网红主播”，一般拥有上千万级的粉丝量，带货能力自然非同一般。按说，这样的“网红主播”应珍惜自己的“羽毛”，对粉丝和消费者负责，但实则不然。

此次被报告公开“点名”的5位“网红主播”，是其缺乏负责任态度的直接投射。原因是，在此次报告研究的14位主播直播带货消费维权舆情数据中，被点名的这5人涉及的维权舆情最多，有的虚假宣传舆情相对突出，有的产品质量舆情更突出，这些



主播“带祸” 王恒/漫画

舆情都关系到消费者的合法权益。

直播带货的本质，是以网络视频直播的方式，由主播向消费者推荐“好物”。然而，被点名的“网红主播”却将直播带货变成了“带

祸”，让消费者承受不良后果，而“网红主播”们则从中获取丰厚回报。

此次5位“网红主播”被公开点名，拉低了公众对其“印象分”，影响到粉丝和消费者对其“信任度”，从这个角度讲，是一种“点名惩罚”。不过，仅靠“点名惩罚”是不够的，还应该根据违法情节，依据相关法律追究责任，使这些主播受到应有的法律惩罚，才能留下深刻印象。

对涉及虚假宣传的主播，可依据《广告法》《消费者权益保护法》进行处罚。对涉及产品质量的问题主播，可依据《产品质量法》等法律法规开出罚单。这既需要被侵权消费者依法投诉或者起诉，也需要相关地方执法部门对违规行为进行行政处罚。这是倒逼主播规范带货的另一良药。

这些“网红主播”也要吸取教训，别再成为被点名的“常客”。假如不知悔改，被粉丝逐渐抛弃，被消费者用脚投票，将是大概率事情。

简言之，带货主播不能变成“带祸主播”。
冯海宁



打好治理“自动续费”的组合拳

近期，有读者来信反映，手机软件上的付费项目续费容易，退订困难。有些软件为退订账户设置重重障碍，侵犯消费者权益，影响了消费者的使用体验。中国政法大学教授李曙光表示，监管部门的规定应当进一步细化，按照规定发挥监管职能，定期开展常规检查，发现问题及时施以有力处罚。(4月24日《人民日报》)

被自动续费是由来已久的痼疾，说到底还是玩的“默认套路”，即APP平台利用消费合同条款规则与消费欺诈的模糊地带，设置的消费陷阱，通过诱导和引诱规则勾选，实现形式上的合同默认，从而圈定套牢目标客户群体并默认后台自动支付。

对于这类行为，《网络交易监督管理办法》第十八条规定，网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择。

当然，徒有法不足以自行，监管不到，积弊难除。互联网行业打破了区域的限制，导致层级与地域监管固有模式应对的

碎片化，陷入了执行主体责任模糊的地带。因此，治理起来还必多方发力，打好组合拳。

首先应针对互联网APP设立专门的互联网市场监管机构，实行专权统一管理，协调地方市场监管机构具体执行，真正实现应管尽管，补上沉默缺位的短板，只有主动介入，及时发出权威声音，才能对平台经营者产生震慑。

其次，改变法难责众、不惧处罚的执法困境。像自动续费这种“默认套路”，除了对其侵权违法确定性之外，更关键的恐怕还是要提高处罚成本。监管在依法予以严厉行政处罚之外，还可以引导消费者权益保护组织开展公益诉讼，追究APP平台侵权责任，索取高额侵权赔偿。

第三，强化支付的前端管理。“默认套路”，合同诱导是手段，扣费是目的。所以，治理默认自行续费，还要扼住支付的“七寸”，督促第三方支付平台修补支付管理漏洞，确保商家的“自动续费”协议，不绕过支付前告知程序，充分保证用户的支付权利，防止授权支付被滥用。 木须虫



成年人的放下： 一半是理解，一半是算了

一个人最好的状态莫过于，眼里写满故事，脸上却不见风霜。所谓成熟，大概如此。不是因为不在乎，而是渐渐明白：成年人真正的放下，一半是理解，另一半是算了。因为理解而不去纠缠，不去执着，最后说服自己，选择了放下。成年人的世界，大多是成熟与理智并存的。当世界的一面向你徐徐展开，你才明白了执念的无味。人最强大的时候，不是坚持的时候，而是放下的时候。
@新华社



坚持这5件事，做更好的自己

1.善待自己。身体是拼搏的本钱，健康是最大的底气，有了好身体，未来才有无限种可能。
2.提升自己。多读书可以帮助我们更好地拓宽认知和视野，打通人生的瓶颈。
3.相信自己。不过分在意他人的评价和看法。有的人太过在意他人对自己的评价，以至于无法坦坦荡荡地做自己。
4.管理自己。自律的人生，才会获得真正的自由。
5.接纳自己。不跟自己为难，生活才会变得轻松简单。
@人民日报