

酒店取消订单加价卖何以屡禁不绝

“五一”假期，有多名消费者反映，此前通过平台预订的酒店、民宿被商家以“停业装修”“系统错误”“业务调整”等理由单方面取消订单，随后同一房源在其他平台以数倍高价重新上架。

为此，全国多地市场监管部门相继发布通知，要求住宿业经营者规范市场价格行为，严禁在电商平台等渠道预订房间订单生效后单方面毁约或擅自提价，保护消费者合法权益。

“毁约涨价”套路频现

4月中旬，广东深圳的宁女士计划前往中山旅游，通过某线上旅游平台预订了某民宿标间4晚，总费用320元。4月28日晚，民宿客服突然联系宁女士，称房间无窗导致室内通风不畅出现异味，民宿决定停业整顿，要求其取消预订订单。宁女士打开订单发现，原商品链接显示“已下架”。

“民宿运营多年，怎么临近‘五一’突然出现异味？”察觉异常的宁女士在社交平台发帖讲述遭遇，发现不少游客近期都因类似说辞被酒店或平台要求退订房间。部分网友留言称“这是民宿惯用的抬价套路”。宁女士随即在其他旅游平台检索，发现该民宿同款房源仍在出售，但是价格已涨了一倍还多。

“就是怕临近假期住宿费用高我才提前半个月订的，结果被临时退单，现在根本没有平价房源，预算一下子翻了倍。”遭遇民宿单方面毁约的宁女士要求对方赔偿被拒。

宁女士随即联系平台，对民宿方进行投诉。平台客服最初承诺提供100元优惠券补偿，然而该金额远不足以弥补新订住宿的差价。经过两天协商，平台将补偿方案调整为价值380元的差价补偿券。

四川绵阳的李女士近日也遭遇了类似情况。她在3月中旬通过某旅游平台预订了假期成都某民宿两晚住宿，订单总价472元。4月2日，该民宿负责人突然致电李女士称，因工作人员操作失误，未及时更新“五一”期间的平台定价，导致其预订价格远低于实际经营成本，民宿方表示“无法按原订单履约”。面对突如其来的退单要求，李女士当即通过平台App查询该民宿实时价格，发现同房型标价已上涨至每晚440元。

李女士与民宿方沟通，要求对方承担临时退单造成的损失。民宿负责人反复强调“定价错误属于工作失误，平台会进行处罚”，既未提供代订其他住宿的方案，也拒绝支付违约金，建议李女士“立即申请平台退款”。为保障假期出行计划，李女士不得不重新预订其他酒店，并同步向



平台投诉维权。经协调后，最终平台方补偿李女士新旧订单差价。

补偿“打折扣”维权难

记者调查发现，消费者临出行前“被强制退单”早已不是新鲜事。

近年来，每逢节假日，社交平台上就有不少相关帖子，称自己被酒店、民宿以各种各样的理由要求取消订单，有些酒店甚至直接单方面取消订单。离谱的是，平台方和酒店方的解释并不一致：平台方声称酒店因停电无法正常营业，酒店方则表示是因为正在进行装修工程而暂停营业。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者，消费者下单且付款成功，依据电子商务法，合同成立，商家单方面强行取消订单应视为违约行为。若商家存在违约行为，能继续履行约定的要继续履行；不能履行的，需赔偿消费者相应损失。若商家以虚假装修等虚假信息欺骗消费者，构成消费欺诈，按照消费者权益保护法，消费者不仅可以要求退款，还可要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，为500元。

“如果商家有预谋地通过低价吸引关注，再取消订单恢复高价，涉嫌虚假宣传，根据消费者权益保护法，市场监管部门可对其进行责令改正、罚款等行政处罚。根据电子商务法，如果平台在收到相关投诉反映后，未及时采取必要措施限制商家的违规行为，也需要承担连带责任。”北京冠领律师事务所执行主任任战敏说。

然而记者采访发现，被强行取消订单

的消费者，大多只能获得原价退款，最多在与平台沟通后获得一定数额的“差价补偿”“优惠券”“代金券”等，能实现“退一赔三”的少之又少，还往往需要耗费大量时间、精力维权。

加强监管严格处罚

酒店、民宿强行退订后又高价重新销售房源的行为为何屡屡发生？

在任战敏看来，首先是因利益驱使，节假日大量游客涌入形成卖方市场，少数商家为追求利益更大化不惜损害已经预定的消费者的权益。其次是违法成本低，商家单方取消订单的违约金远不及其违约收益，且商家可通过多个平台规避分散风险。大部分消费者遇到这种情况，从保持假期的好心情出发，也不会太多追究，很多商家因此无所顾忌。最后是民宿、小型酒店经营分散，平台众多，使得监管难度增大。

任战敏还提到，在平台上建立相应的规制体系，对单方取消订单进行严格审查，增加单方取消订单的违约赔偿，建立违规取消订单的黑名单，并且在商家页面醒目位置进行标注。

陈音江建议，监管部门加大行政监管和处罚力度，依法查处违规酒店、民宿并曝光，将被查处或投诉属实的酒店、民宿列入重点监管对象，节假日重点监管，对再犯的从严从重处理。

本报综合消息

睡不着时闭目养神 有休息效果吗？

很多人到了一定年纪，或者压力比较大时，会出现入睡困难、失眠等情况。当睡不着时，闭目养神有休息效果吗？

闭目养神效果如何？

闭目养神就是在安静清醒的情况下，保持“啥都不想”的状态。一项研究发现，闭目养神时，大脑不积极参与对外界的反应，这时脑电波表现与睡眠期间基本相同。

大脑在清醒时和睡着时，发出的脑电波完全不同：清醒时，情绪激动时或思考问题时发出的主要是β波；入睡期发出α波和θ波；深睡期发出δ波。

在闭目养神的状态下，大脑发出更多的是α波和θ波。这意味着闭目养神时，脑电波表现与睡眠期间基本相同，大脑给自己“放假”了。此时大脑就像处于黑屏待机的手机一样，虽然不是关机，但可以减少耗电量，得到一定休息。

有专家表示，不少人认为没睡着就是失败的休息，心理压力随之增大，辗转反侧更加难以入睡。其实，闭目养神可以让大脑细胞和器官得到一定的休息，帮助恢复精力。

感觉没睡好，不等于真没睡好

有些人总感觉“昨晚没睡好，肯定会影响今天的状态”。但其实，我们以为没睡好，身体不一定真的没睡好。一般来说，好睡眠在生理上的表现是：让人在醒来后感到精力充沛、神清气爽。

北京大学第六医院精神科副主任医师张卫华表示，“睡眠好不好”不仅体现在生理指标上，还是一种主观感受，二者有时存在偏差。比如，一个人可能主观感觉自己睡眠质量不佳，但事实上并不影响白天的工作生活及情绪，这种情况则提示睡眠已满足身体需要，不必太过焦虑。

有专家表示，追求睡眠上的“完美主义”，容易加重睡眠焦虑，进而加重失眠。对于自己的睡眠模式，有时没必要太过挑剔，并非每一场睡眠都必须完美。

这些方法可缓解入睡困难

一般来说，上床关灯后，只要能在30分钟以内入睡，都属于正常情况。如果你的入睡时间超过30分钟，也不必焦虑。越焦虑，越担心睡不好，越难以入睡。

心理专家和睡眠专家们给出以下建议，能帮你快速入睡：

睡前1-2小时尽量避免使用电子设备，减少蓝光刺激。

睡前尝试一些放松技巧，如深呼吸、冥想、听白噪音等。

建立“睡前仪式感”，如温水泡脚、洗澡等，帮大脑识别睡眠信号。

当你入睡失败躺在床上焦躁不安时，尝试把所有的注意力收回到“呼吸”上，感受腹式呼吸时肚子的起伏，有助于镇静情绪。

尽可能规律作息，固定上下床时间，即使周末也不宜大幅改变，有助培养自己的“睡眠生物钟”。

晨起后拉开窗帘，接触自然光线15~30分钟，帮助校准生物钟。

温度舒适(18~22℃)、安静、黑暗的睡眠环境，有助更顺利入睡，必要时可以使用遮光窗帘或遮光眼罩。

控制咖啡因摄入，下午3点之后避免摄入含有咖啡因的食物和饮料，比如巧克力、能量饮料、奶茶等。

适量补充镁元素，有助于神经系统稳定和肌肉放松，如坚果、深绿色蔬菜的镁元素含量都不错。

晚餐宜清淡，尽可能在19:00之前吃完，睡前1-2小时避免吃大量食物。

失眠的人在工作日慎重午休，若午休，时间不超过30分钟。

白天提高工作效率，下班后尽量减少脑力劳动。保持适量运动，最好是有氧运动，如快走、慢跑，但要避免在睡前2小时进行，以免神经系统兴奋。

总之，不要总因为睡不好而感到焦虑，当你睡不着时可以闭目养神，让神经系统慢慢镇静下来。你以为睡得不好，其实身体已经得到了一定的休息。

本报综合消息

线下购物“无理由退货”怎样操作？

推荐性国家标准《售后服务 无理由退货服务规范》5月1日起正式实施，对无理由退货的退货条件、退货流程、服务监督与评价等给出了建议。记者就消费者关心的问题采访了市场监管总局相关司负责人。

线下无理由退货为何难？

问：为什么线下(现场)销售的商品无理由退货和线上销售相比更难实现？

答：线下销售的商品无理由退货难主要是因为网购商品无理由退货是强制性要求，线下销售的商品无理由退货则是“经营者自愿承诺”。

消费者权益保护法第二十五条规定，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。因此，网购商品七日无理由退货是经营者的法律义务，也是消费者的合法权利。

线下销售的商品无理由退货则实行“经营者自愿承诺”原则。这主要是因为，线上交易中，消费者“所见不一定是所得”“无理由退货”符合非现场交易的规律和特征。线下交易中，消费者能够现场体验、现场验收商品，购买商品后无理由退货将不合理增加经营者成本。

线下无理由退货该注意什么？

问：线下无理由退货应该如何操作？

答：鉴于线下无理由退货是实体商品销售经营者“自愿承诺”行为，标准在借鉴河北、江苏、安徽、山东、四川、重庆等地实践经验的基础上，兼顾保障消费者合法权益和不增加经营者负担，对相关要求给出细化建议。

关于线下无理由退货的商品范围，要求经营者应根据自身经营条件和经营商品属性明确适用于无理由退货的商品范围，按照承诺的可无理由退货商品范围为消费者办理退货。对于承诺开展无理由退货服务的经营者，标准要求经营者应在营业场所醒目位置以标注、张贴、悬挂、摆放、电子屏等形式对承诺无理由退货的商品范围、无理由退货承诺内容进行展示，并在销售过程中主动告知消费者。鼓励具备条件的线下经营者将适用无理由退货的商品和其他商品进行合理隔离摆放，方便消费者辨识。

关于退货有效期限，基于自愿承诺原则，标准提出，线下无理由退货有效期限按经营者承诺的时间或由经营者与消费者双方共同协商约定，有效期限自经营者向消费者交付商品之日起计算。

关于退货方式，标准提出，选择无理由退货的消费者可凭购物凭证，携带商品及配件、赠品、保修卡、说明书及外包装等，前往经营者门店或通过双方约定的退货方式，向经营者提出退货申请。

关于退货流程，标准提出，经营者在收到退货申请后，应根据承诺或双方约定，确认是否符合无理由退货条件。对于符合条件的，应受理退货，告知退货形式、时限等信息，并按无理由退货承诺或双方约定办理退货退款；对于不符合条件的，不受理退货，并向消费者告知不予受理原因。

线上线下的监管有何不同？

问：对于无理由退货服务，线上线下的监管有何不同？

答：从监管来看，经营者拒不履行网购商品七日无理由退货义务的，依据消费者权益保护法实施条例，由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正，并可给予警告、没收违法所得、罚款等行政处罚。

经营者拒不履行线下销售的商品无理由退货承诺的，则承担民事违约责任。市场监管等部门可以对其进行行政指导，督促其履行无理由退货承诺，但不能依据消费者权益保护法及其实施条例进行行政处罚。

本报综合消息

