

在网上成功预订酒店 之后却遭遇“到店无房” 游客对“虚假房”更要做好前端排雷

2023年十一黄金周前夕,家住北京的孙先生计划带家人外出旅游,在某线上平台预定了酒店,临近却被告知无法入住,孙先生无奈只能在当地仓促寻找替代酒店,加之旺季房源紧俏导致孙先生一家游玩3天换了3家酒店。假期结束后,孙先生将某科技公司、某旅行社诉至北京市朝阳区人民法院(以下简称朝阳法院),要求赔偿三倍损失。2025年1月2日,朝阳法院公开宣判,法院一审判决某旅行社赔偿孙先生3503.22元。



图源：东方IC

“虚假房”背后的审核关恐怕形同虚设,这是真问题之一

一直以来,提供虚假房源是酒店行业(包括民宿)的顽疾,特别是在旅游旺季。消费者寄望于酒店向平台提供真实房型,无异于与虎谋皮。在此种情况下,平台对入驻的酒店就负有监管责任,从核实入驻信息、资质审核,到日常监管方面,平台均应主动作为,以确保其信息安全及其服务的真实性。

2023年9月22日,孙先生在某科技公司经营的APP平台预定了某酒店典雅家庭房1间3晚,入住时间是2023年10月1日,房间总价3503.22元。孙先生收到了确认短信,APP平台显示预定成功。

同年9月28日,孙先生接到某科技公司的客服电话,因公司未及时更新酒

店房型信息,导致孙先生订单里的房型在某酒店里不存在,要求孙先生取消订单。孙先生表示拒绝取消订单,要求某科技公司履行订单。

后来,孙先生一家如期出行,旅游期间孙先生曾前往某酒店询问其订单情况,酒店工作人员表示该酒店没有订单中的房型,酒店也没有孙先生的预定订单。接下来的10月4日,孙先生收到某科技公司发送的短信,通知其酒店订单取消,已付的三晚房款3503.22元全部退回孙先生账户。

孙先生认为,某科技公司在APP上显示错误的酒店房型信息并收取房费行为属于欺诈,侵犯其合法权益。某旅行

社作为提供酒店预定服务方也有责任,孙先生将上述两家公司诉至法院,要求赔偿三倍房价损失1万余元。

某科技公司代理人庭审中辩称,某科技公司仅为提供酒店信息展示的信息服务提供者,并非酒店预定服务提供者,也并非酒店住宿服务提供者,不参与或提供任何具体服务交易,并非本案的适格被告。APP中的房型清单页、房型详情页、房型预订页、酒店主页详情部分等4个显著位置均展示了商品、服务来源,并对服务商的信息进行了公示,某科技公司已经尽到了信息服务平台的审核、公示等义务,用户均可以明确感知服务商身份,酒店预定服务的提供者为某

旅行社。某科技公司提前3天通知孙先生取消订单,孙先生仍有充足时间重新选择酒店下单,并未耽误孙先生的行程计划。

某旅行社代理人在庭审中表示,孙先生预定酒店图片及房型系由其上传,亦认可其负责为孙先生提供酒店预定服务,本案系因某旅行社渠道供应商提供的数据匹配错误导致孙先生在某科技公司APP上搜索到的房型错误,某旅行社认为数据匹配错误的情况不属于故意欺诈,且有主动告知的情况,故不同意承担欺诈的赔偿责任。某旅行社当庭表示愿意赔付孙先生第一晚的房费1167元。

相关部门对酒店行业的监管仍存漏洞,这是真问题之二

法院经审理认为,某科技公司多次以页面展示、超链接提示等方式告知消费者涉案酒店的预定服务提供方,某科技公司以显著方式实施了提示义务,并公示了商家的真实身份及营业执照信息,尽到了告知义务,孙先生要求某科技公司承担责任的依据不足。某科技公司与某旅行社存在合作关系,某科技公司为某旅行社提供信息服务,双方成立网络信息服务合同。实际为孙先生提供酒店预定服务方系某旅行社,

故认定某旅行社与孙先生成立酒店预定服务合同。

对于孙先生主张经营者存在欺诈行为的诉讼请求,法院认为,经营者存在欺诈故意的主要表现一般是,其以虚假宣传的方式夸大出售产品或提供服务的价值,或隐瞒商品或服务对于消费者的不利瑕疵,以求达到使消费者以错误的认知而付出与预期商品或服务不匹配的对价。在本案中,某旅行社如果是以上传虚假房型的方式故意欺诈消费者,那么

其在订单成立后又主动向消费者告知房型错误的真实情况行为则与欺诈故意的目的性明显矛盾。

结合在案证据可知,从孙先生确认订单并支付款项之时再到其预定的入住时间期间,某旅行社通过某科技公司客服多次联系孙先生,主动告知了房型错误的情况,其主动告知的行为明显旨在妥善解决问题和及时止损,而非存在故意展示错误信息诱导孙先生以错误认知而付出与服务不匹配的对价,故法院认

定某旅行社并无欺诈故意。

近年来,各地严查酒店的价格违法行为,如虚构原价、误导性价格标示、价格欺诈等,以维护正常的市场秩序和消费者的合法权。然而如今,虚构客房紧张、虚构高级房源、临时毁约“放消费者鸽子”等,以谋求高价乃至天价,渐成一些酒店价格违法的变通之道。监管部门应针对新情况,提升监管的针对性和有效性,全面遏制价格违法、欺客宰客。

酒店提供虚假房源的违法成本较低,这是真问题之三

然而,虽然某旅行社的行为不构成欺诈,但其作为行业内具有一定规模的旅行社,其通过平台向消费者提供酒店预定服务,应具备专业的识别能力、完整的审核流程、高效的化解机制。但其作为掌握数据库内容、对接数据信息的服务者,在无法保障准确提供数据信息、未审核数据展示内容是否真实情形下,放任错误数据在终端平台进行展示,其行为明显存在重大过失,应当承担因孙先生预定酒店时合法权益受到侵害而产生的赔偿责任。

就赔偿的金额,法院认为,因某旅行社的过失行为,导致孙先生在临近十一长假出行前不足三天的情况下才不得不考虑变更出行计划中的酒店预定内容,而一般长假旅游期间酒店预定的难度和

价格会随着临近假期而水涨船高,这明显给孙先生造成了严重不便,一定程度上导致孙先生丧失了选择合理消费方案的机会。法院结合涉案酒店预订订单的价格、某旅行社侵犯消费者知情权致使消费者产生实际损失及预期利益损失的合理范围等因素,并基于对消费者知情权、认知能力和消费心理的保护,酌情按照消费者实际支付的服务对价的一倍金额(即三晚房价3503.22元)支持孙先生的诉讼请求。

朝阳法院法官秦彬表示,消费者权益保护法规定的知情权是指,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。知情权是保障消费者了解商品真实情况、确定消费行为满足自身需求的基本权利,在市场

经济领域中,消费者与生产者、经营者之间就商品真实情况存在着信息不对等的天然鸿沟,而知情权则是法律赋予消费者越过这道鸿沟的基本保障。生产者、经营者应当依法主动披露商品及服务的相关信息,如生产者、经营者未真实、全面披露商品及服务相关信息的,则侵犯消费者知情权,消费者依法有权主张赔偿;如生产者、经营者故意隐瞒真实情况或故意虚假宣传的,可能会构成欺诈,进而受到惩罚性赔偿的严重后果。

秦彬说,知情权是诚实信用原则在社会主义市场经济消费领域的试金石,也是消费者选择权和公平交易权的基本条件,生产者、经营者应严守法律和商业道德的底线,既不在商品信息差上

故意“做文章”,也切实尽到注意义务,不因过失行为导致消费者知情权受损,切实保障消费者的合法权益,为消费经济繁荣发展和构建更优质的营商环境做出贡献。

根据消费者权益保护法,经营者在提供商品或服务时存在欺诈行为,应按商品购买价款或服务费用的三倍赔偿。然而现实中,故意隐瞒真实情况的酒店,对预订虚假房源的消费者,却极少按照“假一赔三”来赔偿。各地监管部门、法院在查处或判决“虚假房”消费纠纷时,应考虑提高酒店的违法成本,追究平台的连带责任,让二者“吃不了兜着走”,才能倒逼酒店提供真实房源,倒逼平台加强酒店房源等信息的审核。

(资料来源:工人日报、北京青年报)