

1问

承诺何以变卦?

案例一 购货退款变“代售”

2025年5月,杨大爷和老伴儿连续一个月参加东丽区“悦购家”超市举办的免费健康讲座。每天早上,他们和其他几十位老年人一起,听“专家”讲养生知识,结束时能领到小礼品。

在讲座上,讲师极力推销一款虫草胶囊,并附赠蜂蜜。讲师当场承诺:“今天交钱购买,过几天钱全额退还,商品免费送。”杨大爷看到现场有人交钱购买后很快拿到了退款,便逐渐打消了顾虑。最终,他和老伴儿凑了9300多元,购买了三份虫草胶囊。

事后,杨大爷拿着收据要求退款。此时,讲师的说法变了:“这次活动规则不一样,不能直接退款。我们帮你代售,等三份胶囊卖出去,钱就退给你。”杨大爷不再听信解释,直接向东丽区消费者协会投诉。

“悦购家”超市起初态度强硬:“买卖自愿,他又没被绑着交钱,后来也同意代售了,我们有什么错?”东丽区消协工作人员表示,经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,不能以免费为诱饵诱导销售。最终,双方达成和解:杨大爷保留一份虫草胶囊,经营者退还6100元。

市民侯女士向记者反映,她也有过类似遭遇。参加一次工业游时,她被拉到一个蜂蜜工厂,目睹了同样的“套路”:第一步,用免费讲座和小礼品吸引老年人;第二步,有人员现场购买并当场拿到退款;第三步,口头承诺“全额退款”,但不留任何书面凭证;第四步,等她购买了产品要求退款时,规则却变了。

消协工作人员表示,“悦购家”超市在前期宣传中,向消费者承诺交款购买商品后可获得退款,相当于免费得商品,事后却拒绝履行承诺,并以“商品已交由代售,需售出后方可退款”等理由推脱。该行为不仅违反了与消费者的约定,也涉嫌以虚假或引人误解的

宣传方式诱导消费,损害了消费者的合法权益。对此,提醒广大老年消费者要增强防范意识,警惕各类消费陷阱,谨慎参加以“免费健康讲座”“免费体验”“免费旅游”等形式进行的商业推广活动,避免被“洗脑”式宣传诱导而冲动消费。

案例二 拒退“意向金”显失公平

同样是口头承诺引发的纠纷,程女士的遭遇则发生在售楼处。2025年1月,她在选购商品房时,销售员热情地推荐合作方天津凡本装饰工程有限公司的装修服务:“姐,您要是定下这套房,装修也一起考虑呗。现在交2万元意向金,以后不装修随时退,没有任何损失。”

程女士心动了。她签了商品房买卖合同,又签了

一份装修意向金协议,交了2万元。当时销售员催着她签字,她没细看协议内容。

一个月后,程女士和装修公司谈具体方案,对方提出的付款方式让她难以接受:首期60%,中期40%,完工前就要付清全款。程女士提出解除意向,要求退还2万元。这时,装修公司拿出了那份协议,指着其中一行小字:“如未在约定时间内签订装修合同,意向金作为违约金扣除,不予退还。”程女士蒙了:“销售员明明说随时退的啊!”

东丽区消费者协会调查发现,销售员的“随时退”承诺确有其事,但协议中的“不予退款”条款签约时无人提醒。口头承诺也是有效约定,对经营者具有约束力;而格式条款中“不予退款”的内容,未以显著方式提请消费者注意,排除了消费者主要权利,依法无效。最终,2万元全额退还。

消协工作人员表示,口头承诺不是“空头支票”,对经营者具有法律约束力。但问题在于,消费者往往难以证明“谁在什么时候说了什么”。若承诺只停留在口头,维权就变成了“口说无凭”的困局。当“免费”成为诱饵,“承诺”变成话术,消费者该如何筑牢防线?答案是对于“免费”“退款”“随时退”等重要承诺,务必要求写入书面合同,让承诺留痕。

消费投诉
透支信任2025年 8445件
受理投诉

售后服务问题占比 26.09%

虚假宣传问题占比 21.34%

2问

格式条款护了谁?

案例 “概不退款”无理 单方毁约有责

2024年12月,祁女士在静海区一家游泳馆为孩子报名游泳课,交了1500元。寒假来临,孩子要么回老家,要么被各种补习班占满,那1500元的游泳课始终没能上成。2025年4月,祁女士找到游泳馆:“一节课都没上,能不能退款?”

前台人员回答:“办卡的时候没看须知吗?上面写着呢,一旦售出概不退款。您可以自己联系其他家长,把课转出去。”

协商不成,祁女士投诉到静海区消费者协会。

游泳馆负责人表示,开课卡内费用无法退还这是“行规”,并强调“已经支付了员工预付款提成,无法要回”。消协工作人员拿出《中华人民共和国消费者权益保护法》和2025年5月施行的《最高人民法院关于审理预付款消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》:“您看,司法解释第九条明确写了,排除消费者依法解除合同或者请求返还预付款权利的格式条款无效。您那个‘概不退款’,正好

在无效范围内。”经调解,双方达成一致:祁女士单方解约,承担20%的违约责任,支付300元违约金,游泳馆退还1200元。

这起案件有两点值得深思。一是消费者单方毁约是否要担责?静海区消协工作人员告诉记者,答案是肯定的。祁女士因自身原因不能上课,属于违约行为,理应承担相应责任,所以调解时支持经营者扣除20%违约金。二是“概不退款”这类条款是否有效?答案是否定的。法律保护消费者的合法权益,不允许经营者用格式条款“一刀切”地排除消费者的退款权利。但现实中,大量经营者仍然把这些无效条款写在合同里,利用消费者的信息不对称,让其“知难而退”。

值得注意的是,2025年施行的预付款消费司法解释,首次以司法解释形式明确了这类条款的无效性。这意味着,今后消费者遇到“概不退款”的“行规”,可以更有底气地说“不”。当“行规”遇上司法解释,当“概不退款”撞上“格式条款无效”,预付款消费的“游戏规则”正在被重写。但对普通消费者而言,面对密密麻麻的合同条款,谁能在签约时就识别出哪些是“霸王条款”?

2026年
关注领域

预付款消费

新兴消费模式……

老年人消费

3问

门槛谁来定?

汽车篇 在外保养不是免除“三包”理由

王先生购买了一辆广汽埃安Y Plus汽车。车辆左前轮轴承出现故障后,他将车送至天津中北埃安汽车销售服务有限公司(以下简称广汽埃安中北4S店)检查,认为车辆尚在“三包”有效期内,应享受免费维修服务。然而,4S店售后人员在查阅保养记录后表示,因该车此前曾在外面的店保养,不符合厂家规定的保修条件,故拒绝提供免费维修。

对此,王先生提出异议,认为车辆在外保养与轴承故障并无直接关联,要求广汽埃安中北4S店履行“三包”售后义务,为其免费更换左前轮轴承。

针对此纠纷,王先生向西青区消费者协会投诉。消协介入调查后认为,任何单位和个人不得强制或变相强制指定维修经营者,只要车主的保养符合相关规定,经营者的“三包”责任就不应被免除。经调解,广汽埃安中北4S店最终为王先生免费更换了故障轴承。

家居篇 吊牌遗失就能免除“三包”?

买皮质沙发,本是件提升家居幸福感的事儿。可宁河区的郑先生,却因为这套沙发“破了皮”,平添了几分烦恼。他在宁河区吾悦家居装饰城购买的皮质沙发,还在保修期内,表面就出现了爆皮。这

本该是商家负责维修的事,却在申请时卡了壳。经营者给出的理由很直接:保修得有“凭证”——当初的沙发吊牌,上面有二维码,没有它,维修流程就走不通。偏偏,郑先生已将吊牌丢弃。

眼看要白掏腰包,2025年11月15日,郑先生将问题反映给了宁河区消费者协会。消协介入后,面对经营者的“无吊牌不维修”的坚持,给出了不同的看法:郑先生虽丢了吊牌,但手里攥着购买收据,上面白纸黑字,既能证明交易事实,也能锁定仍在保修期内。收据本身就是最直接的“保修凭证”。一番调解下,经营者最终同意为郑先生提供免费维修。

未成年人篇 向13岁少年售卖手机 交易无效

2025年,一名13岁少年走进天津星游科技有限公司滨海新区第二分公司,掏出2899元压岁钱,买了一部手

机。店员没有多问,开单、收款、拆封、激活,一气呵成。

事后,孩子的母亲孙女士冲进店里:“我孩子才13岁,花这么多钱买手机,你们问都不问家长一声?”她要求退货退款,商家表示,手机已经拆封,不能退。孙女士就此事投诉到滨海新区消费者协会杭州道所分会。消协工作人员调出《中华人民共和国民法典》第十七条至第十九条:“八周岁以上的未成年人为限制民事行为能力人,实施民事法律行为由其法定代理人代理或者经其法定代理人同意、追认。”工作人员解释,13岁少年独自购买2899元手机,明显超出了其年龄、智力相适应的范围,家长不追认,这笔交易就不成立。最终,双方和解:消费者退还手机,经营者退还2800元(扣除已使用的99元代金券)。

三起案件,三个行业,三个“门槛”。汽车4S店设的“门槛”是“必须在店保养”,家居卖场设的“门槛”是

那些听起来太美的承诺,
为何总是变卦?那些写在纸上的条款,
究竟保护了谁?那些本该兑现的售后承诺,
为何总要“过五关斩六将”?

■ 记者 韩爱青

“必须保留吊牌”,电子产品商家设的“门槛”叫“拆封不退”。这些“门槛”看似各有理由,但指向同一个问题:售后服务的“入门条件”,到底该由谁来定?

天津市消费者协会相关负责人表示,汽车“三包”规定明确,经营者不得限制消费者自主选择保养企业,更不能以此为由拒绝承担“三包”责任,除非能证明故障与外部保养有因果关系。吊牌只是商品的附属物,购买收据才是基本的维权凭证,经营者不能随意增设条件。未成年人消费,商家负有审慎注意义务,对明显超出其年龄、智力适应范围的交易,应当主动询问或要求监护人陪同。

当维权需要“凭证”时,什么才是真正的“有效凭证”?当经营者随意设置“门槛”时,谁来为这些“门槛”“把关”?当未成年人拿着压岁钱独自消费时,商家的“来者不拒”该不该受到约束?

2025年消费维权的三个新动向

例,可以梳理出几个值得关注的动向:

第一,虚假宣传的“套路升级”。从单纯的夸大宣传,到“免费讲座+眼见为实+口头承诺”的组合拳,针对老年人的诱导消费更加隐蔽。应对之道是让承诺“留痕”,重要约定写入书面合同,不轻信“亲眼所见”。

第二,预付款消费的“规则重构”。随着2025年预付款消费司法解释的施行,“概不退款”等霸王条款的法律效力正在被瓦解。应对之道是预付消费需签订书

面合同,重点关注违约责任条款,分清“定金”与“订金”,明白单方毁约也要承担相应责任。

第三,售后服务的“门槛之争”。从汽车保养到吊牌遗失,再到未成年人消费,经营者设置的各种“维权门槛”正在被一一厘清。应对之道是保留好合同、票据、聊天记录等证据,购买收据是基本的维权凭证,对于商家设置的“额外门槛”,要学会说“不”。

以上典型案例涉及的全额不大,但每一个数字背

后,都是普通消费者的一次维权博弈。消费维权从来不是一件轻松的事,它需要时间、精力,需要懂一点法律,需要有理有据地交涉,有时还需要一点“较真儿”的勇气。2026年,天津市消协系统将持续关注老年人消费、预付款消费、新兴消费模式等重点领域,推动经营者诚信经营,引导消费者理性维权。消费维权无小事,每一个案例都关乎百姓切身利益。而对消费者来说,每一次维权,都是一次对消费环境的净化。

保留好证据,遇纠纷及时投诉,不轻信口头承诺,不放过霸王条款——这些看似平常的举动,正是推动消费环境改善的力量。让承诺有回声,让规则有力量,让消费者更放心,这不仅是消协的目标,也是每一位消费者的期待。

2025年,滨海新区、静海区、东丽区等地消费者协会相继调解多起消费纠纷,切实维护消费者合法权益。典型案例包括:消费者陈女士等4人在“遇小满赣菜馆”被收取未提前告知的餐费,经调解后退还全部费用;李先生6岁孩子在温泉酒店亲子戏水区因防滑垫铺设不全摔伤受伤,酒店在承担医疗费基础上,另赔偿护理费共计7400元;刘女士在艾克仕健身店通过会籍顾问办理年卡后,因该顾问私吞款项被拒绝入店,消协调解后恢复其健身权益;王女士购买打折衬衫发现存在质量问题,商家以“特价商品不予‘三包’”为由拒绝退换,经认定“特价不退换”告示无效,最终成功调换新衬衫。

天津市消费者协会的工作人员介绍,纵观2025年的典型案