

短视频平台上买的团购券商家不认？

记者调查团购套餐消费乱象

□ 本报记者 韩丹丹 □ 本报实习生 樊晓雅

“98元三人餐让你吃到饱”“9.9元全国门店通用，买到就是赚到”“原价179元的三人餐现在只要79元”……

在短视频平台上，类似的团购套餐总能吸引大量用户下单，但由此引发的投诉也屡见报端。最近，河北石家庄的张先生就遭遇了这样的烦心事。

张先生是某家餐馆的常客，他在刷短视频时看到了这家餐馆的99元团购套餐，立即购买并前往消费。但上菜之后发现，相比他以吃过的同样菜品，此次分量明显少了。经询问，服务员承认团购套餐上的都是小份菜。然而，短视频平台推销团购套餐时并没有明示是小份菜。

在近期的采访中，有不少消费者向《法治日报》记者反映，在消费过程中，一些商家不认可在短视频平台上购买的团购套餐，拒绝提供服务；有的商家提供的服务和菜品与宣传严重不符。此外，消费者投诉还存在周期长、维权难等问题。

用户购买团购套餐 商家拒绝提供服务

今年4月底，浙江宁波的房先生从某短视频平台上购买了一家连锁餐厅的128元团购套餐。进店消费时，他明确告知服务员自己购买的是某短视频平台团购套餐，但上菜时发现菜品与宣传不符。

服务员说，该短视频平台的套餐券不能用，让他去另一个平台购买价格略高的套餐券。待房先生把自己收藏的该店铺的宣传视频打开后，服务员才承认店里确实参与了该短视频平台团购活动，但因为没有验券的设备，所以目前不能使用。

见房先生不接受该解释，该餐厅的老板出面说，平台上链接了该套餐没有通知他，他和店员也没沟通好。对此，房先生颇为生气。他认为，如果不能使用团购券，服务员应该进店时直接向消费者说明，而不是上菜之后又让自己去其他平台重新下单。

房先生投诉了该餐厅和上述短视频平台，餐厅回复可以补偿一份两人套餐，平台客服回复赔付10元餐券。

近日，江苏苏州的林先生也遇到了购买团购套餐后无法消费的情况。他在某短视频平台看到一连锁快餐店“全国通用9.9元团购套餐”，购买后来附近一家连锁快餐店使用，结果工作人员拒绝接待。

针对林先生反映的情况，记者也购买了该团购套餐。在使用规则里，记者看到一行字，显示“由于字数限制，不适用门店不一列出”。之后，记者前往线下店铺询问，店员回复可以使用团购券，只是实际提供的套餐食品和视频宣传中的不一样。店员解释称，“具体提供什么样的套餐是店里定的，不要看那个短视频”。

对此，中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，按电子商务法相关规定，用户在直播或者短视频平台购买了团购券，用户看到的短视频宣传内容可以视为商家的承诺，商家需要按照承诺来兑现。消费者下单后意味着合同成立，商家应该按照订单标准来执行，否则属于违约行为。

在泰和泰律师事务所合伙人朱杰看来，直播发布视频宣传实际不存在的商品或服务也可视为一种虚假广告。广告法规定，发布虚假广告，欺骗、误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任。



责任。王先生气愤不已，感觉自己被欺骗了，于是在12315小程序里投诉并举报该团购商家欺诈消费者，且商家拒绝提供服务。随后，短视频平台客服回复已处罚商家，并称王先生按套餐原价532元消费后，可以给予其报销200元。对此，王先生没有接受。

平台商家相互推诿 消费维权难周期长

记者了解到，在现实中，如果遭遇团购套餐消费纠纷，维权之路往往很艰难。

前不久，河北保定的王先生在某短视频平台上买了两张138元的某KTV“欢唱四人餐”的团购券。主播在短视频中称，原价532元的套餐，使用团购券只需要276元。几天后，王先生召集朋友在该KTV聚会。结果到了KTV后，却被告知该团购券不能使用，KTV与上述短视频平台根本没有合作。

王先生气愤不已，感觉自己被欺骗了，于是在12315小程序里投诉并举报该团购商家欺诈消费者，且商家拒绝提供服务。随后，短视频平台客服回复已处罚商家，并称王先生按套餐原价532元消费后，可以给予其报销200元。对此，王先生没有接受。

投诉还在进行，但王先生发现该款团购商品仍在某短视频平台继续销售，并没有立即下架。“直到投诉过了10多天，该商品的链接才下架。”王先生说。

其后，短视频平台客服告诉王先生，其购买的团购券是上海某广告公司在平台做的活动，发生的

问题应由上海的服务商承担，服务商可以补偿其30元。

王先生表示不认同这样的解决方案，于是继续投诉。他认为，自己是在短视频平台购买的团购券，线下商家不承认该团购券，平台得对此负责，而不是把主要责任推给服务商运营商。之后，短视频平台给出的解决方案是服务商家赔偿30元，平台补偿20元餐券，但王先生还是无法接受。

于是，王先生开始了第三次投诉，投诉内容是短视频平台欺诈消费者，目前还在受理中。

对此，北京市京师律师事务所主任张星水说，消费者之所以选择团购平台的商品或服务，既是对商户提供的商品或服务本身感兴趣，也是出于对平台的信任。出现上述问题，商家、平台以及提供视频宣传和购买链接的团购主播都应当承担相应责任。

张星水认为，商家要承担民事赔偿责任及受到行政处罚。平台对商家给予的信息有审查的义务，应该发布真实的信息，更应做到对某些重要信息的标注，比如消费是否有限制等。市场监管总局发布的《网络交易监督管理办法》规定，网上交易的商品或服务应当符合法律、法规、规章的规定，第三方交易平台经营者应当对通过平台销售商品或服务提供服务的经营者及其发布的商品和服务信息建立检查监控制度。

除了商家、主播要负责，平台也需承担一定责任，如主体登记、信息审查等。电子商务法还规定，平台需将短视频、链接、交易记录等保存3年，且不能删除视频差评、订单差评等。”朱巍说。

畅通评价投诉体系 倡导诚信经营理念

过去一年，“短视频团购套餐”引发的纠纷不

断，某第三方投诉平台上的相关投诉已上千条。那么，如何才能有效规制这类团购乱象？

对此，朱杰认为，网络空间不是“法外之地”，随着国家对于网络空间的法治手段不断加强，网络空间的参与者根据不同的身份，均负有不可推卸的法定责任。诚信经营是营造电子商务清朗空间的核心价值。结合行政监管的处罚手段是维护清朗空间的定海神针。

朱巍建议，平台需要鼓励消费者进行评论和评分，并且不删除差评。畅通消费者评价体系，通过完善的评价体系对商家的不良行为进行监督，让实际服务体验差的商家难以在这一体系里站住脚，当然平台也要谨慎防范同行之间的恶意评论中伤商家。

同时，商家要谨慎选择代理商以及推广宣传人员，宣传内容也要与实际服务相符，不能为了成为所谓的“网红店”而盲目跟风，只找“网红”来推广，却不提升自身的菜品和服务质量，最终收获的只能是差评。

此外，消费者要擦亮眼睛，谨慎选择，对于评价较差的商家不再光顾；提升鉴别能力，不一味相信“网红滤镜”，消费者服务体验差，可以给差评，或是通过12315投诉，也可以去法院起诉。消费者在进行投诉时，一定要注意保存当时宣传的图片视频、订单截图等相关证据。

张星水认为，平台对商家给予的信息有审查的义务，应当对经营者及其发布的商品和服务信息建立检查监控制度。在法律层面上应该加强相关制度规范，在注册资本、从业人员资质、交易保证金等方面对团购设定限制，保障消费者合法权益。

漫画/李晓军

□ 本报记者 赵红旗

“没想到会延误两个小时。如果急救及时，这孩子很可能生还，太让人痛心了”“人命关天呀，以后还会不会出现类似的问题”……近日，“郑州‘120’延误救治女大学生”事件成为河南郑州街头巷尾热议的话题。

《法治日报》记者近日采访发现，人们在为病逝女大学生彭某君深表同情的同时，呼吁构建一套更规范、高效、便民的急救机制，以避免类似事件再次发生。

6月3日，彭某君的父亲在微博发文称，其女儿是河南大学大三学生，在5月17日突发身体不适，拨打“120”求助，但因地址提供不清，“120”无法派车。女儿舍友发现其昏迷在宿舍，再次拨打“120”急救电话后，救护车赶到学校将女儿送往医院。此时，距女儿拨打“120”已经过去约两个小时。

之后，彭某君生前与“120”接线员约8分钟的通话录音被上传网络，迅速引发热议。录音显示，通话前半段，彭某君呼吸沉重，说话声音较小，“120”接线员多次与她确认位置；通话后半段，彭某君说话困难，难以直接回复接线员问题，并带有哭腔，接线员则表示不说清楚位置无法派车。

6月3日晚，郑州市卫健委发布通报称：郑州市卫健委已成立专项调查组，正对该情况进行调查。6月6日深夜，郑州市发布“120”延误救治事件调查和问责情况通报，确定此起事件存在三个方面的问题：对急救患者病情判断有误，处理复杂问题能力不足，重要事项上报制度执行不力。对5名相关工作人员进行问责。对彭某君同学的离世表示深切哀悼，向逝者家属表示诚挚的慰问，同时诚恳向家属和社会道歉，全力配合家属处理好善后工作。

“此次事件教训太深刻了！”郑州市医疗急救系统一位不愿具名的工作人员向记者坦言，系统内部正在查漏补缺，通过提升院前急救水平，避免类似事件再次发生。

“相关规定都有，但在落实上出现了偏差。”一位业内人士说，早在2013年，郑州市就出台了地方性法规《郑州市社会急救医疗条例》。该条例第十九条规定，紧急医疗救援机构受理呼救信息后，应当在1分钟内发出调度指令；急救医疗中心（站）应当在接到紧急医疗救援机构调度指令后4分钟内派出急救医疗车辆和急救人员。紧急医疗救援机构应当保存受理的急救信息资料，保存时间不少于2年。有关单位和个人有权依法查询、复制。该条例第十六条规定，“120”紧急医疗救援纳入本市应急联动系统，实现与“110”“119”等应急信息共享。

国家卫生健康委发布的《院前医疗急救管理办法》第二十二条款规定，急救中心（站）应当在接到“120”院前医疗急救呼叫后，根据院前医疗急救需要迅速派出或者从急救网络医院派出救护车和院前医疗急救专业人员。不得因指挥调度原因拒绝、推诿或者延误院前医疗急救服务。该办法第十四条规定，急救中心（站）通讯系统应当具备系统集成、救护车定位追踪、呼叫号码和位置显示、计算机辅助指挥、移动数据传输、无线集群语音通讯等功能。

“对于急救患者来说，时间就是生命！在患者无法说清具体位置的时候，‘120’应积极主动联合其他部门进行信息共享，采取有效的处理方式。”这位业内人士说。

“‘120’急救中心在民事活动中与患者处于平等关系，鉴于其公益性，当患者拨打电话寻求急救时构成要约，急救中心具有强制缔约的义务。”受访的部分法律界人士认为，“120”接到急救电话后未及时前往救助，违背其对社会承诺，造成延误救治的后果，应承担民事责任。

记者在中国裁判文书网检索发现，院前急救医疗纠纷最常发生争议的阶段为现场急救阶段。

2017年4月7日16时41分，一名孕妇突发脑出血，10分钟内3次拨打“120”，但无救护车到达抢救，后由他人送至医院，经抢救无效后死亡。“120”急救中心于17时10分和16分回拨电话，但未派车到达事发地。法院认为，急救中心回拨电话时隔30分钟，明显延误了孕妇及孕产妇抢救时间，判定急救中心对患者的死亡损害后果承担70%的赔偿责任。赔偿原告家属死亡赔偿金、精神损害抚慰金共计56万余元。

2015年6月9日13时16分，一名女子在家中突然意识丧失，呼吸困难，其家人先后8次拨打“120”。急救人员于13时42分出诊，13时49分到达现场时，患者已死亡。法院认定，急救中心对患者的死亡损害后果承担30%的赔偿责任。赔偿原告家属死亡赔偿金、抚慰金等共计13万余元。

“亟待建立信息共享急救机制，为患者急救赢得宝贵的救治时间。”受访的法律界人士认为，2020年，国家卫健委等九部委联合下发的《关于进一步完善院前医疗急救服务的指导意见》明确，城市地区建立以急救中心为主体，二级以上医院为支撑的城市院前医疗急救网络，农村地区建立县级急救中心、中心乡镇卫生院、乡镇卫生院三级急救网络。

“这些规定意味着‘120’急救中心拥有院前急救指挥调度权，如果不履行或不正确履行应负的职责，就要承担相应的法律责任。”受访的法律界人士说。

「120」延误救治拷问「生命热线」

专家：亟待建立信息共享急救机制

一些剧本杀含密谋杀杀人吸毒感受等描写 专家建议

剧本娱乐引入内容分级制度

□ 本报见习记者 张守坤 □ 本报记者 赵丽

近年来，以“剧本杀”“密室逃脱”为代表的剧本娱乐经营活动快速发展，在满足人民群众多样化精神文化生活的同时，也出现了一些不良内容及安全隐患，比如一些剧本娱乐经营活动涉及色情、暴力、恐怖等违法违规内容，部分场所还存在安全隐患等。

未成年人保护是剧本娱乐安全行业保障机制的核心，也是社会各界最为关心的问题之一。近日，中国文化产业行业协会（以下简称中娱协）举办主题为“如何正向保护未成年人权益”的线上研讨会，为剧本娱乐产业高质量发展赋能。

据了解，艾媒咨询发布的《2021年中国剧本杀行业发展现状及市场调研分析报告》显示，10岁至19岁城镇人口是剧本杀行业潜在消费人群。2022年1月，中娱协与中国青少年研究中心共同发布的《青少年沉浸式娱乐方式与权益保护调研》也显示，超过65%的青少年偏向喜欢密室逃脱、剧本杀，其中初中生比在职青年高出8%。

研讨会上，专家们普遍认为，虽然未成年人是剧本娱乐行业的一大参与主力，但很少有专门设计给未成年人的剧本和密室，再加上相关创作内容缺少分级制度和约束，导致剧本娱乐内容参差不齐。

上海市闵行区人民检察院第七检察部主任程慧介绍，上海市闵行区检察机关对剧本杀行业

中存在的未成年人保护不当问题展开前期摸排和调查发现，有超过一半的未成年人对剧本杀行业恐怖程度的接受能力较低，17.64%的未成年人完全不能接受恐怖题材。

“在剧本杀尤其是情感本中，玩家很容易因剧情进展而对特定角色产生信任和好感，未成年人也可能因此被不法分子利用。”程慧说，在一些剧本内容中，带有密谋杀、越狱等情节，甚至存在对吸毒感受的描写。对于剧本和生活，成年人能够分清，未成年人由于身心尚未完全发育，可能对其产生不良诱导。

中国青少年研究中心少年儿童研究所所长孙宏艳说，经调研发现，有一些商家并未尽到提醒义务，比如密室经营者未向未成年人作出不宜游玩恐怖密室等提示，剧本杀店家未就不适宜未成年人阅读的剧本内容给予提示等情况。

除了影响未成年人心理健康，一些门店还存在较大的安全隐患。多位专家指出，部分密室剧本杀场所存在诸多对青少年成长不利的因素，比如大部分店铺开设在商住两用房屋、综合性商场内，装饰材料、可燃道具以及密闭环境的安全防护等易产生消防安全隐患，部分密室剧本杀的剧本或场景设计内容不当等。

“如果存在安全隐患、密室逃脱、剧本杀等剧本娱乐经营活动会给孩子带来两种伤害，一是人身伤害，不少未成年人在受到惊吓后，追逐逃跑过程中可能发生摔伤、骨折等情况，游戏机关的设置和质量问题也会给未成年人带来被道具夹伤等

意外伤害；二是如果剧本存在恐怖、暴力等情节，可能会对孩子们的身心健康产生负面影响，这种情况占比比较高，并且对孩子的影响持续时间更久。”程慧说。

多位专家在研讨会上说，虽然未成年人保护法规定，禁止制作、复制、传播含有宣扬淫秽、色情、暴力、邪教、迷信、赌博、引诱自杀、恐怖主义、分裂主义、极端主义等危害未成年人身心健康内容的图书、报刊和网络信息等。但由于剧本娱乐行业市场发展较快，准入门槛较低且没有形成完善的行业规则，针对剧本杀、密室逃脱等创作内容和场所的监管存在一定盲区。加强对行业内容安全、生产经营安全的自律自审和正向引导是行业当务之急，也是行业未来长远发展的重要基石。

如何才能推动剧本娱乐行业高质量发展，护航未成年人健康文化娱乐？

在首都师范大学教育学部教授王蕾看来，剧本娱乐作为深受未成年人喜爱的文化娱乐形式，应当体现“成风化人”的价值。

“应当将教育理念作为产业的支撑性理念，在坚守内容安全底线的前提下，针对不同年龄段人群进行创作，匹配相对应的作品和分级阅读指导方式，向未成年人传递正确的价值观。”王蕾说，目前在教育领域，教育戏剧已经是一个成熟的方向，并且深受儿童欢迎，这可以作为剧本娱乐的未来发展模式参考。此外，《3-6岁儿童学习与发展指南》《义务教育语文课程标准》也可用于探究适合于剧本娱乐的内容分级标准。