

OTA平台、航空公司、代理商都喊“难”,机票退改再遇新难题

# 境外机票退款长期拖延,谁该对消费者损失负责?

本报记者 刘小燕 杨召奎

“由于疫情原因,我买的两张境外机票失效,从3月份申请退款至今,已经多次被拒绝。之前,旅游平台客服表示等待航司8月下旬托管结束进行处理,但现在已经10月了,联系客服仍表示无法退票。”近日,上海消费者杨先生向记者投诉称,平台一直以境外航空公司无处理方案为由拖延不予处理。

记者在采访中了解到,和杨先生一样遭遇境外航线退票困难的消费者不在少数。那么,境外航线机票退款长期拖延,谁该对消费者损失负责?《工人日报》记者近日进行了调查采访。

## 几个月前买的航班取消,至今未退款

10月12日,浙江鄞州消费者周女士向记者反映称,当时在英国读书的她,于3月16日在去哪儿网购买了3月28日起飞途经俄罗斯的中转机票,票价为27755元。受疫情影响,俄罗斯机票退改长期拖延,该航班在俄罗斯中转时间可能从原先的两小时延长到24小时,周女士担心滞留风险而提前取消了订单。

周女士称,“按平台规定,这张机票是可以全额退款的”,结果2.7万余元机票费直到现在也没退回。周女士给记者提供的订票截图显示,她的退款申请已于3月22日15点55分提交成功,显示平台受理完成并已向航司申请退票。截至目前,退款时间已经后延10多次,周女士与平台几次交涉得到的答复都是“俄罗斯航空还没有退钱,所以平台也无法给你退钱”。

无独有偶,上海消费者易女士在飞猪平台购买了5月1日从莫斯科飞上海的机票,由

## 阅读提示

今年以来,受疫情影响,不少国际航班取消。在此背景下,OTA平台、航空公司、代理商都有不同程度的损失,大家都喊“难”,这也导致了消费者票款难退的问题。一些境外航空公司从直接退款改为退代金券,还有一些境外航空公司干脆拖着不解决,这让本就备受诟病的机票退改问题再次遭遇新难题。

于该航班因疫情取消,她便于4月16日向平台申请退款。经询问,飞猪平台以航空公司只能退代金券不能退现金为由拒绝退款,后又承诺10月予以退款。直至10月20日,易女士的这张机票退款,仍未得到明确处理时间的答复。

## 平台、航空公司、代理商责任几何?

记者在新浪黑猫投诉中检索发现,多家OTA(线上旅行社)平台近期均收到多起机票退款投诉,包括退款迟迟未到账、收取高额退款手续费、以代金券替代退款现金等各类情况。其中,这些投诉案件的机票退款申请集中在三、四月,且以高价的境外航线机票为主。

广州民航职业技术学院副教授基琦对记者表示,在国外疫情反复的影响下,许多国际航班被迫取消,大量机票退款需求在短时间内爆发,航空公司的制度安排和补充规定没有跟上,导致境外航线的机票退款存在很大的变数。“疫情属于不可抗力因素,而机票的购买属于预付款模式,航空公司需要成本来维持现金流的运转,所以难免会想办法拖延退款的时间。”

针对周女士的问题,去哪儿网工作人员答复记者称,平台曾多次致电航空公司确认周女士的退票处理方式以及退款的具体到账

时间。该工作人员表示:“航空公司给平台和顾客的答复可能会存在不同,因为前后提供信息有一点差异,其对应的处理规定也不一样,而且疫情期间各航空公司的退票规则也一直在变动。”

在周女士的退款申请页面也标注,受全球疫情形势影响,航空公司退款政策频繁变动,以下政策更新可能有延迟,所有退款金额和方式,将根据您的选择按照航空公司最终审核结果为准。

基琦认为,在通常情况下,由于OTA平台掌握了大量的用户资源,在机票市场具备一定的议价能力,可以协助提供快速退款的服务,疫情的发生则打破了这种平衡。“规则和规定是基于常态化的处理,疫情是非常态发生的,它使得消费者选择权非常有限,平台从而也丧失了谈判筹码,剩下消费者和航空公司博弈。”

业内人士表示,今年以来各大平台相继通过金融操作,由平台或代理商提前垫资为旅客实现退款。而事实上,正常程序则需要等到航空公司退款到平台,才能再返还给消费者。“国外疫情让这些境外航空公司的退款信用难以得到保障,平台垫付无法持续。而根据网络电子客票协议,用户和航空公司之间因运输服务产生的纠纷,其实是与平台无关的。”

## 专家呼吁相关部门及时介入

受反复变动的退票规则影响的消费者,纷纷通过联系平台、致电航空公司、媒体曝光、网络发声、投诉等方式期望能拿回票款,但一次次拖延和等待让消费者成为承受整个链条影响的终端。

“航空公司没有提供航运服务,无疑应该退还消费者机票费用。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,受疫情影响,平台、航空公司和消费者都会有一定损失。但其中消费者是最弱势的,其合法权益必须得到保障。

陈音江表示,境外航空公司在国内经营,同样应该遵守国内的法律法规。如果境外航空公司迟迟不退费,相关主管部门应该及时介入,依法对其进行调查处理,并督促其维护消费者权益。

至于平台是否承担责任,陈音江认为,依据电子商务法、消费者权益保护法等法律的规定,平台一般在三种情况下需要承担责任:一是平台明知或应知平台内经营者销售的商品或服务不符合人身、财产安全保障要求,没有采取必要措施;二是平台对提供关系消费者生命健康商品或服务的商家未尽到资质审核义务,或者没有尽到安全保障义务,而对消费者造成了损害;三是平台不能提供平台内经营者的身份、联系方式等有效信息。“在机票退费问题上,尽管法律并未明确平台需要承担何种责任,但平台仍然有协助和配合消费者依法维权的义务。”

在基琦看来,消费者应该在沟通过程中保存好各类证明和票据,也要有表达要求按时退款的积极诉求。“消费者可以用自己的选择来对经营主体进行投票,在后期的消费过程中主动规避表现不好的企业。”



## 今年秋粮收购开秤价格略高于去年

本报北京10月27日电(记者杨召奎)记者今天从国家粮食和物资储备局秋粮收购新闻通气会上获悉,今年秋粮收购开秤价格略高于去年,优粮优价导向更为突出。

随着新粮陆续上市,市场粮源逐步增加,秋粮收购工作将全面展开。国家粮食和物资储备局粮食储备司司长秦玉云介绍说,今年小麦和早粳稻收购价格稳中有升,主产区秋粮开秤价格也比去年高一些,对农民种粮增收有利。

目前,中晚粳稻普通品种收购均价为1.32元/斤,比去年高5~7分钱;粳稻均价1.36元/斤,略高于去年;玉米大多在1.05~1.25元/斤,比去年高0.2元;大豆均价2.4元/斤,比去年高0.5元。与此同时,优质品种需求旺、销路好,价格优势明显,如黄华占、丰两优等优质稻价格比普通品种高0.1元/斤以上。秦玉云表示,接下来将统筹抓好秋粮收购和保供稳市工作,确保粮食市场总体稳定;强化收购资金、运力、信息等保障,多措并举抓好市场化收购;压实中储粮集团公司稻谷最低收购价政策执行主体责任,及时批复符合条件的地区启动最低收购价执行预案,切实发挥好政策托底作用,坚决守住农民“种粮卖得出”的底线。同时,加强对秋粮收购工作的监督检查,严肃查处各类违法违规行,切实维护好收购市场秩序,将根据收购情况适时派出工作组赴重点产区开展督导检查。

## “看不见”却超有能量

## “进博服务”在中国落地生根

新华社记者 周蕊 桑彤

虽然“看不见”却超有能量,能为经济提质升级提供助力。这是服务贸易的力量。进博会上的新服务,虽然“看不见”,却在各个角落为中国经济加油。

——“看不见”的“数字能量”,让前沿技术与市场应用相结合。

首届进博会结束后,全球四大会计师事务所之一的德勤决定在中国成立一家新的子公司“勤跃数字科技”。今年5月,这家公司正式开幕,这一数字化资产及高新技术的研发中心、IP开发中心,就新基建与在线新经济进行探索,将成为前沿技术与市场应用的连接器、放大器。

“德勤已连续3年参加进博会,回顾这三年,我们不仅感受到进博会的溢出带动效应,更受益于中国开放友好的营商环境。”德勤相关负责人表示。

同样是全球四大会计师事务所之一的毕马威,在第二届进博会上与上海临港科技新城经济发展有限公司签订了战略合作协议,助力临港科技城成为国际创新协同重要基地。

——“看不见”的检测,以“标准”引领发展。浙江自贸试验区在油气储运、炼化、加工、海事服务等领域优势明显,当地政府部门一直在寻找第三方检验机构,为大宗商品储运产业建设提供精准、高效的计量保障服务。在首届进博会上,自贸区相关管理机构与来自瑞士的检验检测行业巨头通标标准技术服务有限公司结缘,双方就进一步合作达成共识。

2019年,通标标准正式与舟山市质量技术监督检测研究院联手建设流量计量联合实验室,为舟山乃至长三角区域的油品贸易交接提供精准计量,提高通关效率。通标标准中国区总裁杜佳斌表示,双方还计划向质量检测领域迈进,在油品检验化验领域进一步深度合作。

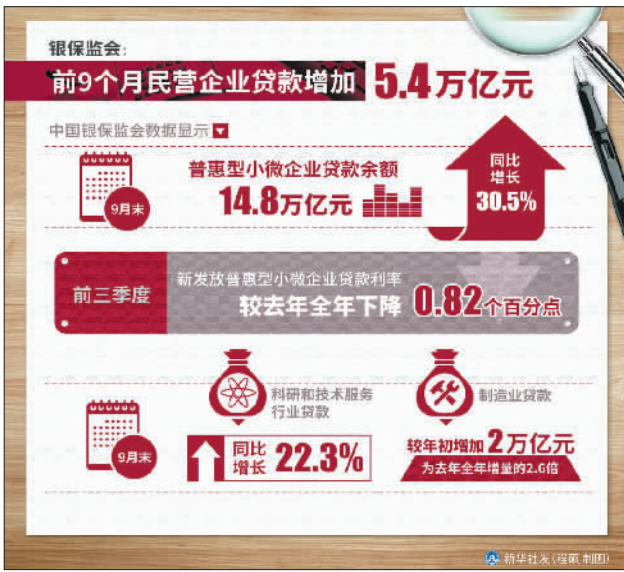
在第三届进博会上,通标标准将首次展示其全新的公共卫生测试与评估服务方案,帮助相关市场和企业在安全防护的基础上更快地复产复工。

——“看不见”的云端医疗,家门口享受三甲医院服务。

在第二届进博会上,瓦里安医疗展示了基于5G的放疗云系统“智云互联”。通过进博会平台,这一系统走进200多个中国城市,帮助上下级医院在云端实现互联。

“进博会给了我们继续扎根中国发展的强烈信心。现在,我们进口的不仅仅是产品,而是整条生产线。”瓦里安全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓介绍,企业在疫情期间仍加码投资中国,第二届进博会上展出的高端直线加速器产线今年3月正式落成,瓦里安北京基地成为企业在全中国产品线的研发和生产基地。

张晓说,瓦里安在第二届进博会上签署了43个合作意向,其中约50%已转化落地。(新华社上海10月27日电)



## 猪肉价格已连续8周回落

本报北京10月27日电(记者孙喜保)今天,在新办举办的新闻发布会上,对于消费者普遍关心的猪肉价格问题,农业农村部总经济师魏百刚表示,随着生猪生产快速恢复、出栏量增加,猪肉价格已连续8周回落。目前,集贸市场价格每公斤49.23元,比今年2月份的

最高点低了10.41元,回落趋势非常明显。

据悉,今年前三季度我国共新建投产1.25万个规模养猪场,复养了1.34万个空栏的规模养殖场。到9月底,全国生猪存栏达到3.7亿头,恢复到2017年末的84%,能繁母猪存栏达到3822万头,恢复到2017年末的86%。

魏百刚说,据农业农村部组织专家分析测算,综合考虑生猪生产恢复情况、猪肉进口、消费需求等因素。明年元旦、春节这两大节假日期间,国内猪肉供应量同比大约会增加3成左右。增加量上去以后,价格总体上将低于去年同期水平,不会出现价格大幅上涨的情况。

## 义乌开启市场全面数字化转型

10月25日,义乌国际商贸城的商户在通过Chinagoods平台进行商品展示和交易。义乌小商品城的官方网站——“义乌小商品城”(www.chinagoods.com)10月21日正式上线,标志着这个全球著名的小商品市场全面开启数字化转型。

龚献明 摄/人民图片

## 一些4S店的猫腻还能玩多久?

## 经济观察

本报记者 北梦原

近日,有媒体暗访北京两家4S店,曝光了4S店售后服务中存在的各种乱象。砸车创收、虚假保养等肆意侵害消费者权益和恶意骗保行为,将口碑原本就欠佳的汽车经销商推上了舆论的风口浪尖。

尽管问题曝光当天,涉事车企就迅速发布声明,对涉事4S店采取停业整顿、启动专项检查等措施,但业内对外对此似乎并未抱太大希望。

在不少人看来,此次被曝光的4S店乱象并非个案。在行业整体发展面临困境,经营生态日趋恶化的大背景下,停业整改难以止住经销商为创收牟利而不择手段

的冲动。一些从业者也表示,行业利润空间太小,导致出现很多歪门邪道的做法,单靠加大监管力度很难解决问题。

实际上,经过20多年的发展,4S店早已告别了“骗赚”时代,走到了“活下去”的关头。自2018年以来,国内汽车市场迎来首次负增长,随后销量连续下滑,增量市场向存量市场转换的迹象明显。在较为低迷的车市面前,数量近3万家的4S店成了汽车产业链条上最为薄弱的一环。

来自中国汽车流通协会的数据显示,2018年,盈利经销商比例仅为33.6%,亏损面扩大至39.3%;2019年盈利经销商比例减少至29.7%,亏损面扩大至41%。

随着生存压力不断加大、盈利持续困难,被称为“中国最大汽车经销集团”“4S店之王”的庞大集团等一些领跑国内汽车经销商排行榜的巨头,不得不走上破产重组道路。一众

中小经销商,也展现倒闭的消息。有专业网站统计发现,今年1月1日到5月12日,全国共有1345家经销商注销商业主体资质。

4S店的日子不好过,为了生存不择手段、各显神通。近年来,在激烈的市场竞争中,汽车销售大面积出现价格倒挂现象,卖车的主意不好打,搭售、金融、保险以及售后服务便成为各类乱象重灾区。

在业内人士看来,这些环节缺乏统一的标准,操作的隐蔽性强,且存在一定的专业性。普通消费者往往很难对相关业务的价格及服务品质做出准确判断,稍不注意就会落入陷阱。即便猫腻被发现,处于弱势的消费者想要维权也是困难重重。

从中消协发布的数据来看,玩猫腻的4S店可不止一两家。在全国具体商品投诉中,从2018年起,汽车及零部件投诉连续两年高居榜首。

回顾4S店的发展历程,这个集整车销售

(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)于一体的商业模式创新,凭借品牌效应、服务规范等优势迅速崛起,蓬勃发展。但随着汽车市场的发展和外部环境的变化,其各项基本功能不断弱化,渠道作用不断被分流,留给4S店的时间已经不多。

近年来,网络平台及直销模式不断引领渠道变革,汽车销售和服务场景正在一点一点被重塑。一方面,不少传统车企和造车新势力在渠道建设方面不断加大投入;另一方面,各大电商也争相布局汽车领域,打造智慧新零售模式。在这种情况下,传统4S店的存在价值几何尚难以评判。但可以肯定的是,一些线下玩猫腻的经销商将很难在新的模式中分到一杯羹。要想继续“活下去”,从业者需要以一个新的面貌来迎接市场的改变。