

促销广告内容不明导致消费者重大误解 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/467/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BF\\_83\\_E9\\_94\\_80\\_E5\\_B9\\_BF\\_E5\\_c67\\_467780.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/467/2021_2022__E4_BF_83_E9_94_80_E5_B9_BF_E5_c67_467780.htm) 近日，四川省成都市高新区人民法院对一起消费者状告联通公司乱收费的服务合同纠纷案作出宣判，一审判决被告联通公司成都分公司返还原告曾某70元卡费，驳回曾某的其他诉讼请求。法院查明，2006年10月22日，消费者曾某购买了被告公司发行的一张“新势力套餐30狂聊卡”，卡费70元，内含50元话费。卡面说明称：月基本使用费30元，每月享有30分钟本地通话时间和再赠送的100分钟本地主叫通话时间共计130分钟的话费，超过赠送通话分钟后按实际消费计费。次日，曾某查询话费时发现已被扣除30元。后来，曾某又发现，截至当月31日，自己只通话34分钟，却在11月初即欠费10元。为此，曾某向被告公司询问时，得知下月初仍将扣除30元。此外，曾某还发现，在自己并未申请使用炫铃的情况下，被告公司仍然扣除了6元炫铃费。因此，曾某以被告公司违反了消费者权益保护法的相关规定为由，起诉到法院，要求被告公司纠正非法收费方式，在说明书中明确告知产品服务的性能、用途和有效期限，向消费者作出解释并登报道歉，允许曾某退货并赔偿70元损失。法院审理后认为，联通公司收费行为及收费方式是否合理，是政府职能主管部门的职责，是否应当责令变更也是行政职权范畴，法院无权通过民事诉讼予以变更或责令联通公司变更。联通公司发放的“新势力产品”说明，实际上是一种广告行为，是针对不特定公众而非针对原告个人作出，故原告个人无权要求被告公司改变广告。只有当被

告公司的行为对原告个人造成了侵害后果，原告才有权要求被告公司承担相应侵权责任。同时，鉴于民事责任承担方式中，赔礼道歉是非财产性质的责任方式，是公民、法人的人身权受到非法侵害时行为人应承担的责任方式，在本案原告未提供证据证明自己人身权受到侵害的情况下，联通公司不应承担登报道歉的责任。法院另认为，由于被告公司在促销广告中对于部分费用的收取时间段以及其他内容没有进一步明确，导致原告在重大误解的情况下购买了被告公司的话费卡，因此，原告主张撤销该买卖关系的诉讼请求符合法律规定，法院应予支持。在原告所购话费卡已被停止使用和没有返还可能的情况下，被告公司应赔偿原告相应价值的损失。一审宣判后，原、被告双方均表示服判，不提起上诉。案件宣判后，高新区法院向联通公司发出司法建议，建议其在今后的产品宣传中明确资费标准及扣取的起止时间等问题，避免造成消费者误解。联通公司已回函，表示接受法院建议，进行整改并出台相应措施。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)