

暑期旅游市场持续升温，相较于传统的酒店，集住宿、体验、玩乐于一体的民宿日益受到追捧。但随着民宿消费的火爆，诸多问题也日益显露出来，如服务不到位、现场条件与照片不符等。那么，消费者在住民宿时遇到问题该如何解决呢？

A 房东临时毁约，多花的钱谁承担？

旅游预约民宿最让人头疼的，就是店家临时单方面违约、随意涨价，特别是遇到旅游旺季或是小长假，部分民宿经营者甚至强迫消费者额外消费才能住，有的甚至假借装修、停业等借口毁约，强迫消费者取消原订单，然后店家再高价重租。

张女士今年3月初预订了四川成都的一家民宿，当时民宿在做踏青的促销活动，价格非常优惠，她便以低价抢购了该民宿“五一”假期的三间房。但临近“五一”时，张女士突然接到民宿工作人员电话，说民宿正在装修，不能保证装修完工时间，建议她退房。正当她一边与客服协商，一边寻找房源时，她突然发现这家民宿在其他平台上仍有房在租，只是价格已经涨到了原来的三倍多。

这位游客的遭遇并不是孤例，不少民宿店家会在旅游旺季坐地起价，给出的理由更是千奇百怪，如正在装修、老板换了、民宿倒闭、亲戚来了……总之就是通知游客取消订房。而事实上，这些经软磨硬泡推掉客人后的客房，往往又重新在别的平台上架，只是价格暴涨。

文化和旅游部2019年7月发布的《旅游民宿基本要求与评价》中，对民宿给出如下定义：“旅游民宿”是指利用当地民居等相关闲置资源，经营用客房不超过4层、建筑面积不超过800平方米，主人参与接待，为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。

从法律关系上看，消费者从网络平台上预订民宿，是通过网络平台与民宿经营者之间订立了服务合同，双方形成合同法律关系。根据民法典第一百九十一条规定，依法成立的合同，对当事人具有法律约束力。第五百零九条规定，当事人应当按照约定全面履行自己的义务；当事人应当遵循诚信原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。

旅游旺季前夕，消费者住宿服务需求旺盛，受供求关系影响，民宿房价也随之水涨船高。民宿涨价属于市场调节范畴，涨幅在合理范围内且明码标价，没有违反法律的禁止性规定。而民宿单方毁约退单的行为则是单方面不履行合同义务，构成违约，消费者有权要求民宿按照原订房价继续履行合同。民法典第五百七十七条规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

消费者在网络平台以某一具体价格预订民宿并支付成功，便和商家形成了合同关系，商家应该依约履行。除非不可抗力等因素，商家不得擅自解除，否则构成违约，应退还消费者房费并承担因此造成的损失。从民事责任上看，毁约退单行为可能涉嫌欺诈，消费者有权向民宿店主张支付价款三倍的惩罚性赔偿。

如果民宿经营者在消费者办理入住时临时加价，也属于违约行为，经营者应当承担违约责任。消费者可以要求其继续履行合同，即提供约定的住宿服务。

消费者在预订民宿时应选择相对规范的经营。遇到纠纷，做好记录并保存证据，协商不成的可以向相关部门投诉或向法院提起诉讼。此外，在预订民宿前要认真阅读平台的退改订规则，尽量与商家提前进行充分沟通，确认退改订民宿所需承担的责任，并协商后续处理方式，尽可能降低事后出现纠纷的概率。

临时毁约 私装摄像头……遇到不靠谱民宿这样维权

违规装摄像头，隐私权如何保障？

隐私权受法律保护，任何组织和个人不得侵害他人隐私权。根据民法典第一千零三十二条和第一千零三十三条规定，自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。除法律另有规定或者权利人明确同意外，任何组织或者个人不得进入、拍摄、窥视他人的住宅、宾馆房间等私密空间；不得拍摄、窥视、窃听、公开他人的私密活动；不得拍摄、窥视他人身体的私密部位等。

民宿安装摄像头侵害消费者隐私的行为将受到法律的否定评价，面临行政处罚，情节严重的可能触犯刑法。根据我国治安管理处罚法第四十二条规定，偷窥、偷拍、窃听、散布他人隐私等行为，可处五日以下拘留或者500元以下罚款；情节严重的，处五日以上十日以下拘留，可以并处500元以下罚款。刑法第二百八十四条规定，非法使用窃

宣传卖点“货不对板”，只能吃“哑巴亏”？

今年“五一”期间，苏女士在第三方平台上预订了某民宿的“浪漫吊篮房”，入住后才发现不仅平台宣传卖点中的吊篮“失踪”，而且原订的15平方米房间也缩水成了8平方米左右，甚至连独立卫生间都没有。苏女士与民宿房主理论，却被告知可以选择全额退款另外找其他酒店。考虑在小长假期间临时无法订到其他酒店，无奈之下的苏女士只得吃了“哑巴亏”。

针对游客通过网络平台预订民宿服务，一些民宿经营者为了提升自家民宿的排名和曝光度，发布“照骗”，甚至不惜“刷单”虚构交易和编造用户好评的方式进行虚假宣传，消费者入住时发现“滤镜”消失，“货不对板”，网红民宿只能靠“脑补”——此种虚假宣传、虚假交易行为，在我国法律上是明令禁止的。

根据广告法第四条规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。电子商务法第十七条规定，电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

消费者权益保护法第二十条规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务

听、窃照专用器材，造成严重后果的，处两年以下有期徒刑、拘役或者管制。第三百六十三条规定，以牟利为目的，制作、复制、出版、贩卖、传播淫秽物品的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处罚金；情节严重的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金；情节特别严重的，处十年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金或者没收财产。

消费者在入住民宿时，如遭遇偷拍，首先应通过拍照、录音、录像等方式保留证据，立即报警，保护现场，由警方出面收集证据，根据现场线索进行初步处理。消费者可以与民宿经营者协商赔偿，协商不成的，可以提起民事诉讼，追究经营者和偷拍者的责任，根据消费者权益保护法第十八条第二款规定，宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影剧院等经营场所的经营者，应当对消费者尽到安全保障义务。如消费者因民宿内被偷拍造成严重精神损害的，有权依据民法典第一千一百八十三条规定，请求精神损害赔偿。

的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。反不正当竞争法第八条规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。民宿经营者应诚信经营，不得使用虚假手段侵犯消费者知情权，诱使消费者与其交易，否则可能构成合同瑕疵履行，民宿经营者应当承担减少价款的违约责任，消费者可以向监管部门投诉或向法院提起诉讼，依法维权。

在自媒体时代，推广形式更加多样化，但民宿经营者应注意两方面的问题：一是推广内容是否违反广告法的规定，应避免在广告词中使用绝对化表述，比如“最佳民宿”“最高级的民宿体验”“最优的享受”等；描述的住宿环境是否与实际相符，是否会误导游客等。另外，内容是否涉嫌侵犯他人商标权、著作权等权利。推广中的民宿照片如是他人拍摄，则应当取得拍摄者的同意，未经同意用于商业推广宣传，侵犯了拍摄者对摄影作品的信息网络传播权等。二是推广形式是否合法。关于推广形式，现实中不乏有采用刷单、购买好评等操作让自己的民宿在平台排行靠前或评分更高，这种行为属于虚构交易、编造用户评价的方式进行虚假或引人误解的商业宣传，违反了我国电子商务法、消费者权益保护法以及反不正当竞争法等规定，民宿经营者可能将面临赔偿或被行政处罚的风险。

据北京日报客户端

