

婚介服务套路多 “适婚族”请小心

A 套路 “花式宣传”只为线下留客

购买了“19998元婚介套餐”的消费者小唯(化名)向记者介绍了她初次接触婚介机构的经历:“我刷朋友圈时看到一个广告,画面上一位穿着白T恤、长相帅气的男性,旁边写着:‘这样的男士,你想让他做你的男朋友吗?’”小唯想到自己屡屡被催婚,于是点开了消息界面,随后对话框跳到一个表格小程序,需要填写个人学历、籍贯、工作单位性质、手机号码等信息。

几天后,小唯接到自称某婚介机构“红娘”的电话:“女士您好,有位男士跟您挺匹配的,他身高1.8米,藤校海归硕士,央企工程师,北京三环内有两套房,京牌宝马车,您想认识一下吗?”小唯听闻后激动不已,表示希望“红娘”帮自己牵线。“红娘”要求小唯必须亲自到婚介机构的门店聊一聊,由“红娘”对小唯的外貌、家庭、工作情况评估后再安排见面。

小唯只身前往门店,却被“红娘”叫到了一处密闭的小屋中,随后便被进行了“焦虑式洗脑”。比如,“红娘”提到,“你快30岁了”“快过了最佳生育年龄”,而且“工作、学历、经济基础、长相等都一般”“要对自己有清醒的认识”。当小唯问及那位“优秀男士”时,“红娘”表示,只要小唯购买婚介服务套餐,就能安排他们见面。随后,小唯在多个“红娘”“资深骨干”的轮番攻势下,签下了19998元的婚介套餐。然而,在后续服务中,小唯再问起何时能与“优秀男士”见面时,“红娘”却推说该男士“名草有主”了。

为进一步核实情况,记者尝试在一家婚介机构网页上填写了手机号码,不久后便有“红娘”与记者联系,表示有一位优质的男性客户与记者条件十分匹配,想约在线下聊聊。当记者问及能否确保见到这位男士时,“红娘”没有直接回应,而是要求记者必须到店一趟。随后,记者以相亲者的身份走进婚介机构,诚如小唯所说,“红娘”绝口不提电话里说到的那位男性客户,不同“红娘”依次开启“焦虑式洗脑”,然后要求记者购买套餐。令人感到疑惑的是,几位“红娘”迟迟不拿出价目表,却总说“价格是因人而异的”,在记者再三询问下,“红娘”只口头告诉记者,“套餐价格从1万元到20万元不等”。

对此,中国法学会婚姻法学研究会常务理事、副秘书长雷明光表示:“婚介机构在宣传时若以谎称可以介绍‘高富帅’‘白富美’的方式,诱导消费者购买高额套餐,可构成虚假宣传。”我国广告法规定“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”。

面对婚介机构高昂的套餐价格,大成律师事务所律师李双庆并不惊讶。他告诉记者,他曾办理过一起“天价婚介服务”案,案涉婚介所让“高端客户”缴纳上百万元的婚介服务费。在这一问题上,雷明光说:“婚介机构作为市场经营主体,理应受到市场监督管理部门的监管。婚介套餐定价不能‘任性而为’,相关部门应该予以规制。并且,消费者权益保护法明确规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。婚介机构应当对不同套餐的价格明确公示,详细列明服务内容,充分保障消费者的知情权。”

一段佳缘,往往令人心向往之。而奔波于城市各个角落的年轻人们或埋头工作,或社交圈子小,并非人人都能与美好的爱情不期而遇。不少“适婚族”选择走进婚介机构寻求帮助,然而,本以为会迎来一场双向奔赴的爱情,谁承想购买婚介套餐后,说好的周到服务却成了肥皂泡。记者调查发现,婚介机构频设套路,一旦发生纠纷,消费者维权不易。

B 困扰 “相人无数”却屡遭“货不对板”

小花(化名)花了3万元购买了婚介套餐,在接受服务后叫苦不迭。她告诉记者:“‘红娘’在一年内给我安排了30多场相亲,却没有一个成功的,甚至连第二次约我吃饭的男生都很少,我是不是遇到了婚托?”

记者采访了多位购买过婚介套餐的消费者,发现很多人都有小花这样的困惑,却苦于和每个相亲对象都只草草见过一面,很难举证对方是婚托,所以在服务期满后就会不了了之。小花向记者吐槽:“我的长相和条件都还可以,婚介所安排的相亲失败率也太高了吧!还有,‘红娘’给我介绍的一些男生明显不符合我最初的要求,纯属凑数!”

“相人无数”却屡屡遭遇“货不对板”,婚介机构介绍的相亲对象信息真实性有保障吗?对此,记者采访的几家婚介机构均表示“会员信息绝对真实,签约会员需要提供身份证、学位证、房产证、银行流水证明等材料进行核验,公司会通过法务部门审核资料,并与公安机联网进行核查,确保相亲对象身份真实”。某婚介公司特别表示,若会员交往后发现对方信息造假,公司会要求身份造假的一方赔偿,并将赔偿金直接交给受欺骗的会员。

对婚介机构的这一说法,雷明光表示,婚介机构说他们能与公安机联网显然说谎,公安机关保护公民的个人隐私,怎么会允许婚介机构为了介绍对象随便查询公民个人信息?验证相亲对象的真实信息要靠自己多留心、多观察。

李双庆也指出,若提供虚假信息对消费者造成财产损失和精神损害,消费者有权提起侵权诉讼,要求赔偿经济损失和精神抚慰金。此外,如果婚介机构审核时存在过错导致消费者遭受损失,消费者可以依据合同向婚介机构要求退还服务费、赔偿损失。但由于婚介机构审核材料的手段比较有限,若其尽了审慎的审查义务仍不能避免消费者产生损失,则婚介机构赔偿的损失是有限的。消费者不能只听信婚介机构的一面之词就轻易相信他人。



C 纠纷 服务开始就“不能中止或解约”

小唯向记者透露,她与婚介机构签订合同,约定由婚介机构在6个月内为她介绍20个相亲对象。但一段时间过后,小唯的脸上“疯狂长痘”,考虑到可能会影响相亲形象,她便与婚介机构沟通能否暂停服务,等面容恢复后再继续相亲。然而,婚介机构直接拒绝了她的请求,回复道“服务一旦开始,就不能暂停”。

小唯的遭遇并非个例,不少婚介机构都有类似规定。此外,还有不少消费者发现相亲对象不符合自己要求后请求退费,也遭到了拒绝,“我见过几个相亲对象觉得不合适后,‘红娘’就劝我要放低标准,后来给我介绍的相亲对象条件越来越差。我想退费,他们就告诉我没有退费或解约的说法”……

支付了如此高昂的服务费用,签约后消费者却不能要求中止或解除服务合同,这样的约定合法吗?

李双庆向记者介绍了前文提到的“天价婚介服务”案——原告张先生(化名)与被告某文化发展有限公司签订了爱情定制服务协议,约定由该公司在服务期限内为张先生提供征婚候选人的相关资料或信息,服务费用共100万元,首次付款30万元后公司启动服务;20天内第二次付款20万元;在引见人选前第三次付款50万元。此外,协议还约定,在委托服务期间,张先生可以书面提出暂停服务。合同生效后,在张先生尚未付款的情况下,被告就启动服务,张先生多次通过电子邮件和电话的方式明确表示先不要启动服务,被告仍未暂停相应工作,并要求张先生按期支付服务费。张先生遂将该公司诉至法院,要求解除合同,法院审理后支持了张先生的诉讼请求。

对此,李双庆分析说:“婚介合同是涉及人身属性的服务合同,不适宜强制履行,只要消费者不愿意继续履行,无论什么原因,原则上都允许消费者随时解除合同。”

北京市西城区人民法院员额法官曹巧峤告诉记者:“任何合同都有法定解除权。即使婚介服务合同中没有约定解除情形,也不能以双方的约定来限制法定解除权。一些婚介机构说‘一旦签约就不能解除’是不成立的。如果发生了合同目的无法实现的客观情形,消费者可以通过法定解除权来主张权利。”

曹巧峤表示,婚介服务合同不适宜约定服务期限,婚介服务很难用固定的期限来量化,如果合同目的没有实现,但合同服务期限到了,导致合同不再履行,这对于一方民事主体显然不公平。因此,婚介机构应当在合理期限内为消费者提供服务,不能强迫消费者在很短的期限内接受多次服务。

记者在采访中了解到,婚介机构提供的一般都是格式合同,不少消费者在签约时没有仔细阅读合同条款,自然不会就其中的内容与婚介机构进行商榷和修改,以致在合同履行中出现问题时难以主张权利。对此,曹巧峤提醒消费者,消费者有权就婚介合同条款进行协商,涉及对自己明显不利的格式条款、免责条款要明确提出,要求商家给出合理解释,也可以划掉不合理的条款,或补充合理条款,由双方在修改部分签字确认。

在采访的最后,雷明光表示,婚介市场提供的服务水平参差不齐,消费者选择婚介机构时要格外慎重。从长远看,鼓励民政部门、公益组织等建立公益性质的婚介服务机构,这种不以营利为目的的婚介机构,或许更符合适婚群体寻找伴侣的初衷。