

962555

# 8万元皮大衣干洗后布满白斑

## 消费者和“象王洗衣”五年纠纷未解,证物竟离奇“消失”

帮依忙



小调查

### 重洗无果 高档大衣变“花衣”

胡先生回忆,2019年11月,他将妻子的阿玛尼羊皮女式大衣送到“象王洗衣”澳门路店干洗,支付了800元清洁费。“这件皮大衣2017年购入,价值8万元,我妻子十分爱惜,仅穿过两三次,2018年曾在象王洗过一次,当时清洁费大概500元。”由于第一次干洗没有问题,第二次送洗时,双方并未就高档衣物保值精洗事宜进行特别约定。

为何同一件衣服,前后两次清洗费用不同?胡先生透露,澳门路店对于高档衣物清洗费用并未明码标价,全凭工作人员肉眼估价。“我当时就问过,隔了一年费用咋差这么多,对方只说就是这么估的。”想着只要能洗干净,胡先生没再多计较,付完钱后拿走了取衣凭证。

然而,当他取衣时却傻了眼:“衣服大块大块褪色,完全洗坏了!送来干洗时灰色大衣表面只有一点点污迹,现在布满白斑,褪色严重,根本没法穿。”胡先生当场拒绝收货,要求重新洗涤修复。2020年1月,他再次前往取衣,可重洗后的皮大衣依旧白斑遍布,毫无改善。

### 纠纷难解 大衣去向竟成谜

此后,胡先生多次与店方协商,但始终

一件价值8万元的阿玛尼皮大衣,送至“象王洗衣”门店干洗后,竟布满白斑,沦为残次品。消费者胡先生向“新民帮依忙”栏目讲述的这起洗涤纠纷,从2019年持续至今,五年多过去,仍未画上句号。更令他心累的是,今年4月,这件关键物证8万元的皮大衣竟然不翼而飞。



干洗后,皮大衣上出现许多白斑

未能达成一致。“象王”澳门路店坚称自己无过错,只愿退还800元清洗费。2020年7月,在普陀区市场监管部门的介入下,双方约定将皮大衣送去鉴定。次月,上海洗染业行业协会出具的鉴定书显示:“该皮毛一体大衣在洗涤前有污渍、污斑、擦伤、磨损等瑕疵,经护理后出现的白斑系皮毛一体衣服上隐形霉斑的显现。店方应告知洗涤护理后的效果。”但除此之外,未给出其他结论。

胡先生对此十分不满:“象王门店自始至终没人跟我说过洗涤后果。按鉴定结果‘护理后显现隐形霉斑’,霉斑是日常穿戴中产生的?还是清洗工艺造成的?为何清洗前没有霉斑,清洗后反而显现了霉斑呢?”这些年来,不仅胡先生没能等来答案,门店甚至对清洗材料都三缄其口,而且去年“象王”澳门路店一关了之。

今年4月2日,胡先生来到“象王洗衣”上海总部协商,没想到问题没解决,反而被告知

“衣服你自己在门店拿走了”。胡先生震惊不已,他坚定地表示:“洗坏的大衣自始至终都在象王那里。2020年市场监管人员在场的协调会上,是象王工作人员带来现场又带走的;去行业协会鉴定,也是象王门店人员负责运送。发现洗出白斑后我就没取货,取衣凭证一直好好收在我这里。”他怀疑,极有可能是澳门路店关店清理时,工作人员保管不当导致大衣遗失,或有意销毁物证。

### 律师解读 洗涤效果应告知

4月中旬,记者联系上“象王洗衣”上海总部相关负责人曹先生,对方表示会通过电子邮件回复提问。4月23日,象王称收到记者关于此事的相关采访问题。直至记者发稿前才回复:“胡先生的代理律师表示会通过司法途径解决争议,最终结果以司法裁定为准。”

记者在某点评网站上发现,象王澳门路店仍显示“营业中”,位于西康路

1417号,其评论区有“七八千买的罗意威卫衣,皮口袋被拆了,皮质也洗发褪色了”“白衬衫洗成黑衬衫”“价格不便宜,洗得真心差”等不少差评。

针对这起纠纷,上海尚社律师事务所主任律师高明认为,依据《上海洗染行业消费争议处理意见》,“经营者在承接消费者送洗衣、物时,应先查明衣、物上的破损、色花、虫蛀、少扣等疵病,并将洗涤加工后产生的后果与消费者事先讲明,且在取衣凭证上注明,若发现漏检情况必须保持衣服原样,并在两天之内与消费者取得联系,否则,所产生的后果由经营者承担。”“经营者采用的洗涤方式,应当事先征得消费者的同意,并在取衣凭证上注明。”若未做到这些,造成损失就需担责。

此外,他指出,法律法规中明码标价的定义是,经营者在交易中公开标示价格及相关信息(如商品规格、服务内容),减少信息不对称,保障消费者知情权。“须标示服务项目、内容、价格或计价方法(如餐饮行业禁止使用‘时价’等模糊字眼,需明确当日价格)。”“象王洗衣”对皮衣等高档衣物不明码标价的行为,涉嫌违反《价格法》,应及时整改。

价值8万元的皮大衣究竟去了哪里?“象王洗衣”在这起纠纷中是否应承担相应的责任?“新民帮依忙”将持续关注。

本报记者 夏韵



消费者理性办卡 商家合规经营

## 本市发布单用途预付卡「十点提示」

本报讯(记者 张钰芸)预付消费要避坑,这份提示请收好。作为第六届“五五购物节”和“诚信兴商宣传月”系列活动之一,为期一个月的第六届上海市单用途预付卡“增信用、促消费”活动昨天正式启动。活动现场发布2025上海市单用途预付卡守信企业名单和“消费者适度理性办卡、经营者诚信经营10点提示”。

其中,“消费者适度理性办卡提示”有5点,分别为:选商家看底细,优先选经过备案、信用较好,且开在商场、有实体店的品牌连锁店,相对有保障;签合同别怕麻烦,书面合同坚持签,遇到“概不退款”等霸王条款要说不;七天内可反悔,交钱后7天内,可无理由退本金,但已获得过相同商品或者服务不适用;商家跑路留证据,买卡用卡要保留付款记录、合同等,作为事后维权证据;警惕“用锅闭店”套路,商家频繁换法人、换店名、搞“清仓大促”后跑路,可能是“职业闭店人”在操作,赶紧维权别犹豫。

经营者诚信经营提示也有5点,分别是:别当背锅侠,允许别人用你的营业执照、名义、品牌做预付卡生意,商场对人驻商家资质没有把关,对方跑路你也要担责赔钱;合同条款别霸道,合同条款有歧义,法院支持消费者,“不退不换”“遗失不补办”等霸王条款无效;记录要透明可查,预付卡消费记录、余额数据必须保存好,如果纠纷时拿不出记录,法院会直接判你“输”;闭店不能一走了之,恶意闭店可能被判三倍赔偿甚至承担刑事责任;迁店转让要“先问消费者”,迁店换店造成消费者明显不便,店铺转让消费者不同意,消费者有权退卡。

## 综合评判产品研创力、市场开拓力、可持续发展力 长三角461个老字号哪家更“景气”

本报讯(记者 王蔚)《长三角地区中华老字号品牌景气指数》昨天下午在沪发布。这项指数的结果系统、深入地分析老字号品牌的发展趋势与地区差异,可以为长三角地区乃至全国老字号品牌提供借鉴与启示。

据上海交通大学安泰经济与管理学院教授、指数研究项目负责人王良燕教授介绍,作为中国商业文化的重要组成部分,中华老字号不仅代表着悠久的历史与精湛的传统技艺,更体现了中华民族在商业实践中长期积淀的诚信理念与匠心精神。特别是在长三角地区,老字号品牌数量多、类型丰富、根基深厚,既是区域经济发展的文化符号,也是日益成为推动地方消费升级、品牌转型与文化软实力提升的关键力量。

继2024年首次发布《上海中华老字号品

牌景气指数》后,该团队在本年度对样本范围进行了系统性拓展,以更全面地反映长三角地区老字号品牌的发展态势与景气水平。研究团队依据自身开发的中华老字号品牌景气指数指标体系,包括产品研创力、市场开拓力以及可持续发展力3个一级指标、6个二级指标、11个三级指标,对覆盖29个行业大类的461个中华老字号进行综合评价,测算出长三角地区各个中华老字号品牌的景气指数得分。研究表明,指数得分大体呈正态分布态势,品牌多数集中在中间区间,但头部与尾部品牌差距显著,呈现出“强者更强,弱者待振”的分化趋势。其中,综合表现最为突出的前10个品牌依次为老凤祥、雷允上(苏州)、古越龙山、光明乳业、恒顺、古井贡酒、寿仙谷、五芳斋、西泠印社(杭州)、迎驾贡酒,排名

11—20的品牌分别为洋河、卫岗、金枫、张小泉(杭州)、美加净MAXAM、高沟、口子窖、李良济、敦煌、蜂花,排名21—30的品牌分别为龙虎、光明冷饮、红星宣纸、三枪、女儿红、大白兔、白猫、南京云锦、稻香村(苏州)、恒源祥。其中,上海市有12家老字号品牌名列前30榜单,江苏省、浙江省、安徽省则分别有8家、6家及4家上榜。

此外,研究团队还针对各一级指标分别进行比较,产品研创力指标排名前列的老字号包括老凤祥、恒顺、雷允上(苏州)、古井贡酒以及古越龙山,市场开拓力指标排名前列的老字号有光明乳业、稻香村(苏州)、五芳斋、方回春堂以及雷允上(苏州),可持续发展力指标排名前列的老字号有光明乳业、西泠印社(杭州)、淮盐、金枫以及朵云轩。



2025 上海国际珠宝首饰展览会今天上午在上海世博展览馆开幕。展品覆盖黄金、翡翠玉石、彩宝钻石、水晶、珍珠、非洲翠、南红、绿松石等珠宝玉石全品类,以及创意设计 and 高端定制珠宝等全产业链精品,全面展现珠宝行业最新工艺技术、设计理念与创新成果。展会将持续至5月12日。

图为用磐龙玉雕刻的大型群雕《脊梁》,近百个抗日军民人物栩栩如生 杨建正 摄影报道

## 上海国际珠宝展开幕