

962555

80岁大寿蛋糕被“忘”了

提前预订仍差点耽误寿宴 店家态度令人寒心



“外婆80岁大寿的蛋糕，盼了一周竟连影子都没见到！”近日，市民叶女士向“新民帮依忙”栏目反映，她提前一周在FASCINO BAKERY(幸福里店)预订的生日蛋糕，取货时却被告知“根本没做”，精心筹备的寿宴险些留下遗憾。

子，叶女士忙着筹备寿宴，便委托妹妹到店取蛋糕。可当天下午妹妹抵达门店后，却被店员告知“蛋糕没货”，这突如其来的消息让姐妹俩猝不及防。“店员说单子漏了，蛋糕压根没做。”更让叶女士气愤的是，店家态度冷淡地甩锅：“是工厂漏单，我们也没办法。”

时间补救”。

记者随后联系上FASCINO BAKERY(幸福里店)，一名值班人员坦言，经门店调查，问题源于“新人失误”。“顾客通过小程序下单后，订单会自动从前台机器打印出来。事发当天我们在带训新人，新员工不了解流程，误将这张订单小票扔了。”该值班人员表示，事发后门店已从附近门店紧急调配了一只同款6英寸蛋糕，还额外补偿了两只小尺寸蛋糕。

截至发稿，FASCINO BAKERY(幸福里店)已致电叶女士致歉，并承诺赠送两张50元代金券。针对此前店员态度不佳的问题，门店未正面回应，仅表示后续将优化出单流程，避免类似漏单事件再次发生。 本报记者 徐弛

帮忙 消费维权



酒店坐地起价，还甩锅实习生

八月预订并确认，国庆假期前却遭店家「反悔」

早早在平台下单规划国庆假期出游，却在临行前出了“幺蛾子”。近日，市民谢女士向“新民帮依忙”栏目求助，她在短视频平台订酒店却遇坐地起价，从而耽误了她的出行计划。

房间加价额 忽翻倍

今年8月11日，市民谢女士在短视频平台的团购频道下单，花费498.98元预订了“杭州临江花园度假酒店舒适园景双床房2晚”。她一共下了4笔相同的订单，预约入住时间为10月2日至10月4日。“由于这4笔订单需要逐一预约，所以我第一时间联系酒店。当时，酒店方面表示，房型不足4间，需在国庆期间到店后再安排。至于价格方面，到场后，每间房加价150元，即可办理入住。”谢女士对此表示认可。为不耽误预定的出游计划，她与酒店一直保持联系。“每隔两个礼拜，我都会给酒店打电话，确认订单及金额。对方一直表示没问题，届时去办理入住即可。”

谁知9月25日，情况突然发生变化。酒店方致电谢女士称原先承诺的“每间房加价150元”涨到了300元。更让她不可思议的是，当被问及涨价原因，酒店表示之前是酒店的实习生说“加价150元”，目前已离职，说过的话也就“不算数”了。“这算什么理由？这不是很滑稽吗？我等了这么长时间，提前一个多月反反复复沟通了这么多次，到头来不仅‘坐地起价’，还甩锅给所谓的‘实习生’？！”

反复“拉锯”后 终退款

谢女士随即致电该短视频平台投诉。由于多次与酒店沟通，已让她心力交瘁，她提出全额退款的诉求。“平台不仅拒绝了我的退款请求，还始终没有一个明确的回复！”无奈之下，谢女士又只能自行与酒店沟通，并向12315等平台投诉。最终，在反复“拉锯”后，酒店方面终于“妥协”，称可以退款，不过要在平台发起退款申请。

记者查询相关法律法规后获悉，今年5月1日起，新版《消费品售后服务方法与要求》国家标准已正式实施。新标准进一步强化了生产者、销售者、授权服务商等售后服务组织及其服务人员的要求，旨在改善消费体验，促进消费升级。而早在今年“五一”假期来临之际，全国多地市场监管部门就曾多次发布提醒告诫函，要求住宿业经营者加强价格自律，严禁在电商平台等渠道预订房间订单生效后单方面毁约或擅自提价。对此，记者致电该电商平台。一名客服工作人员表示，将会由专业人士立即处理。不久之后，谢女士拿到了退款。她表示，无论酒店还是电商平台，都应该主动解决问题，做好售后服务，给消费者营造放心的消费环境。 本报记者 徐弛

9月22日，叶女士专程前往长宁区番禺路381号幸福里F座101室的FASCINO BAKERY(幸福里店)，挑选了一款外婆中意的8英寸栗子咖啡蛋糕，实付368.6元。“特意选了栗子加咖啡的口味，就想让外婆在过生日时吃得开心。”

10月1日是外婆80岁大寿的重要日

航班超售全家滞留海外

行程几乎泡汤 消费者一家损失惨重



“盼了大半年的欧洲亲子游，结果因为航班超售、平台不管不顾，不仅多花了近2万元，而且尼斯行程几乎全毁！”市民李先生向“新民帮依忙”反映，他们一家通过在线旅游服务平台预订了从西班牙巴塞罗那飞往法国尼斯的航班，却因航班超售无法登机。平台不仅未提前通知，事发后还“甩锅”给航空公司，全程未给出有效解决方案。记者尝试联系平台求证，截至发稿，对方未予回复。

Trip.com Group ITINERARY

Booking Details

ORDER ID/订单号: 11281
PASSENGER/旅客: LI
ISSUING AIRLINE/出票航司: Vueling Airlines

ISSUE DATE/出票日期: 6AUG 2025

Flight Details

DATE 日期	AIRLINE 航司 航空公司 预订编号	FLIGHT 航班号	DEPARTURE/出发 TIME/时间 航站楼	ARRIVAL/到达 TIME/时间 航站楼	CLASS 舱位等级	STATUS 状态
22-AUG-25 2025年08月22日	ZMUCPQ	VY1521	BCN-Barcelona / 巴塞罗那 16:20 航站楼 TERMINAL 1 OF BARCELONA AIRPORT / 巴塞罗那机场1号航站楼	NCE-Nice / 尼斯 17:40 航站楼 TERMINAL 1 OF GATE D AZUR INTERNATIONAL AIRPORT / 尼斯梅里尔机场1号航站楼	Economy 经济舱	OK

Payment Details

FARE/机票款: CNY1109.00
TAX/税费: CNY147.00
TOTAL/总计金额: CNY1256.00

■ 原定于8月22日从巴塞罗那搭乘航班前往尼斯的机票

入住凭证

确认号: 1B-
订单号: 112814288-

霍克斯顿酒店, 波布雷诺

地址: Av. Diagonal, 205, Sant Martí, 巴塞罗那
电话: +34-932-717222

入住时间	退房时间	房间	晚数
2025年8月22日 周五 14:00后 酒店当地时间	2025年8月23日 周六 12:00前 酒店当地时间	1 / 1	

■ 随着行程突然改变,后续预订的酒店日期也不得不更改

信息错误 导致滞留

李先生一家8月19日抵达巴塞罗那后，原定于8月22日16:20搭乘航班前往尼斯，开启地中海度假之旅。可当天在值机柜台，航空公司的一句“航班超售，无法登机”，让这个期待已久的行程戛然而止。“其实下午4时前我们就发现不对劲，主动联系了在线旅游服务平台客服。”李先生回忆，当时他们希望平台给出解决方案，比如改签至当晚其他航班——彼时平台页面显示当日仍有余额，或是改签至次日晨8时的航班。但平台客服却坚称：“已联系航空公司，对方表示没有超售，请你们继续等待。”

这一等，就等到了飞机起飞。其间，该旅游平台始终未提供任何有效处理措施。无奈之下，李先生一家在机场辗转3个服务点，排队3小时后，才拿到次日(8月23日)21:35起飞的替代机票，行程被整整耽误了一天多。

行程缩水 损失巨大

航班超售带来的麻烦远未结束。由于行李已被原航班运往尼斯，李先生再次联系平台求助，希望平台协调找回行李，却又一次被告知“无法处理，需自行在机场寻找”。此时已是深夜，一行人被迫滞留巴塞

那。因平台未安排住宿，他们只能自掏腰包花4000多元人民币重新预订了前一晚入住过的酒店。更糟的是，当晚当地突降暴雨、气温骤降，他们还得冒雨外出购买临时衣物和洗漱用品，额外支出超150欧元。

滞留的代价，是后续旅行计划的全面打乱。李先生此前通过该平台预订了8月22日晚的尼斯丽笙蓝标酒店，费用4150.03元人民币，因未能入住且错过免费取消时限，被全额扣费。直到8月23日深夜，李先生一家才终于飞抵法国尼斯。提取行李，前往市中心酒店办理入住时，已是次日凌晨1点——原计划2.5天3晚的尼斯海滨假期，被严重压缩至不足1天2晚。“整个尼斯段的旅行基本报废了。”李先生无奈地说。

李先生粗略计算，此次滞留产生的损失包括：巴塞罗那滞留当晚的酒店费、往返机场打车费、作废的尼斯酒店费、新订的尼斯酒店费、应急用品采购费，再加上航空公司承诺给超售乘客的赔偿(每人250欧元，三人共750欧元)，他认为旅游平台及相关方应承担的损失总额约合人民币18880.65元。李先生明确表示，希望平台承担责任，赔偿因航班超售产生的额外费用，包括滞留期间的酒店费、打车

费、应急用品费以及无法入住的尼斯酒店费，同时协助他们向航空公司索要每人250欧元的赔偿。

维权遇困 谁来担责

“回国后我多次找平台维权，得到的全是敷衍和推脱。”李先生说，平台总是回复“我们只负责协助联系航空公司，赔偿得找航空公司要，航空公司说需要30天处理，我们也没办法”。更让他气愤的是，平台明确表示“无责”，称“当时问了航空公司，对方说没超售，后续损失要么找航空公司，要么消费者自己承担”。针对李先生的遭遇，记者致电平台客服热线，尝试联系其公关部门。客服表示“已记录，会反馈”，但截至发稿，未收到任何回复。

航班超售虽是国际航空业的常见操作。不过一旦产生纠纷，航空公司及销售平台是否应有应急机制和补偿方案？

“遇到此类情况，平台方应第一时间协助用户取证、沟通，而非简单推诿。”法律专业人士指出，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第十八条，经营者应保证其提供的商品或服务符合保障人身、财产安全的要求；第二十条则明确，经营者应向消费者提供有关商品或服务的真实、全面信息，不得作虚假或引人误解的宣传。他指出即便航空公司初期告知平台“未超售”，但在收到李先生反馈“无法登机”后，平台也应主动跟进核实，而非让消费者“无限等待”。“平台不能只扮演‘售票员’的角色，还需承担信息传递、风险预警和协助处理的义务，其以‘航空公司说没超售’为由推卸责任，显然不符合消费者权益保护法的要求。”

业内人士也提醒，近年来“航班超售”引发的投诉逐年增多。“若与平台或航空公司协商无果，旅客可向相关部门投诉。”该业内人士建议，国内旅客可拨打12301旅游服务热线，或向文化和旅游部、中国民用航空局投诉；在国外则可联系当地航空监管部门或消费者协会，也可通过国内外交部门协助维权。李先生的权益是否能够得到应有的保障？对此，“新民帮依忙”将继续关注。

本报记者 陆常青



本版编辑/胥柳曼 视觉设计/奚云阳