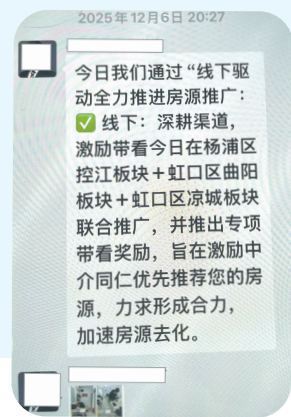


上海老夫妇遇“快速卖房”营销陷阱，房子没卖出，钱差点打水漂

交11.6万元服务费 只换来“门店打卡照”

962555



中介公司夸夸其谈

李老伯夫妇在杨浦区控江路某小区有两套房产，均于去年完成装修翻新。“我们老两口不急用钱，就不想随行就市压价出售。”李老伯介绍，其中一套面积32.29平方米，心理价位180万元；另一套39.61平方米，开价220万元。此前，他曾委托家门口多家中介卖房，但工作人员均表示，唯有降价才能卖掉，当前挂牌价很难卖。

就在此时，李老伯夫妇在手机上刷到“秒优房”的宣传短视频，片中宣称的“帮你快速卖房”“不贱卖不压价”，恰好符合他们的需求，着实令老人心动。通过私信联系后，去年11月，两位老人前往“秒优房”[二壹秒优房(上海)营销策划有限公司]位于沪太路的办公点，与该公司签订《二手房营销服务合同》，委托其出售上述两套房屋。合同约定，一套房屋服务费5.8万元，两套总计11.6万元，服务期为2025年11月24日至2026年1月23日。

“当时业务员拍着胸脯保证，不用我降价，肯定能帮我卖掉！甚至说挂牌价还有上涨空间。”李老伯回忆，“秒优房”工作人员还宣称，“与全上海2万多家中介机构建立深度合作，能迅速触达每一个潜在买家”“会派人去各大中介门店做房源推销，将其升级为门店A类房源”，“承诺两个月服务期内一定能卖出，我才愿意付这笔比传统中介高不少的服务费。”据悉，传统中介通常在促成交易后，才收取成交价1%—3%的佣金，而“秒优房”的服务费则是预先全额收取。

高额收费未促成交易

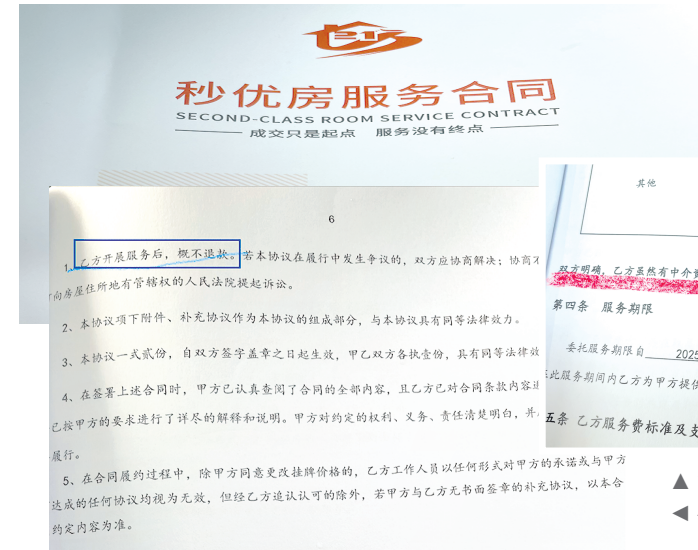
然而，直到合同到期，两套房屋仍未卖出。“签合同前，说得天花乱

宣扬“不压价就能快速卖房”，收取高额服务费后却只做“打卡式”推广、未促成交易，合同期满又以“霸王条款”拒绝退款。近日，上海七旬老人李老伯夫妇委托“秒优房”房屋营销公司出售两套房产时，就遭遇了这样的虚假承诺陷阱。“新民帮依忙”介入调查发现，此类公司以“房源营销推广”为名，“只收费不包结果”，向消费者预先收取数万元服务费，将交易风险与成本全部转嫁给消费者，此类消费陷阱需高度警惕。

坠，结果全是泡影。”李老伯无奈表示，服务期内，“秒优房”工作人员每天会给他发送一组“工作汇报”照片，内容多为在各中介门店打卡，以此证明正在开展推广工作，但推广效果如何、服务质量好坏，全凭工作人员自说自话。“合同里明明约定会邀请专业房产自媒体拍摄、发布推广视频，但从头到尾，我连一条关于自己房子的推广视频都没看到过。”

见房子迟迟卖不出去，李老伯立即向“秒优房”提出全额退款诉求，却遭到对方拒绝。“他们说，是我自己出价太高、没有及时调价，反而把责任推到我身上。”李老伯说，今年2月底，“秒优房”回避退款问题，再次抛出诱人承诺：免费帮他继续卖房两个月，声称4月份之后沪上二手房市场会回暖，成交机会很大。

可没想到，今年3月中旬，“秒优房”突然发消息告知李老伯，服



务停止。他再次提出退款，对方却以“合同有约定”为由，拒绝退还任何费用。记者查看双方签订的《二手房营销服务合同》发现，其中明确写有“一旦开展服务，概不退款”的条款，同时专门声明，本合同属于卖房增值服务，“并非居间”。

对此，上海善法律师事务所高级合伙人秦裕斌表示，“秒优房”合同中“一旦开展服务概不退款”的条款，属于典型的“不合理限制消费者退款权利”情形，该格式条款无效，属于“霸王条款”，商家应向消费者退款。

投诉缠身即将停业

接到李老伯夫妇求助后，记者前往“秒优房”位于宝山区沪太路2999弄的办公地点采访。针对卖房资质问题，二壹秒优房(上海)营销策划有限公司法定代表人严女士回应，公司具备“房地产经纪”资质，但为李老伯提供的并非居间服

务，而是“房源营销推广服务”，主要为卖方与传统中介“牵线搭桥”，收取的是营销服务费。

当记者询问公司开业至今“成功卖房”数量占总签约量的比例时，严女士仅含糊表示“卖掉过”，拒绝透露具体数据。对于“为何工作人员会承诺‘一定能卖掉房’”的质疑，严女士先是称“天下没有卖不掉的房子”，只要价格足够低就有买家，房子没卖掉是因为李老伯定价过高；随后又将责任推给员工，称当初对接李老伯的工作人员“乱说话”，随意承诺“不压价就能卖出”，才引发了纠纷。

“现在手上还有二三十套剩余房源，这些单子做完就不再收新单了。”严女士坦言，目前公司经营不善、负债累累，近期一直在配合政府部门处理消费者退款纠纷，投诉太多让她焦头烂额。最终，她向记者承诺，会为李老伯办理退款，不会“失联”。

▲ 合同服务期内，“秒优房”工作人员向李老伯每天发送“工作汇报”，并附上各中介门店打卡照片

▲ “秒优房”声明，本合同“非居间”
▲ 合同中“概不退款”的条款
本版图片 夏韵 摄

截稿前，李老伯向记者反馈，在“新民帮依忙”的介入协调下，他已顺利拿到退款，双方达成和解。同时，4月1日记者从宝山区市场监管局大场所获悉，“秒优房”公司即将停业，此前的多起消费者投诉目前均已得到解决。

警惕营销收费陷阱

“下次再也不相信这种房屋营销公司了。”经历此次风波后，李老伯终于看清了这类陷阱的本质。他表示，传统中介是“不成交不收佣金”，而这类房屋营销公司则是打着“营销服务”的名义“躺着赚钱”，无论房子最终是否卖出，服务费早已落袋为安。

“只要跑了门店、发了几张打卡照片，他们就宣称服务完成，至于卖不卖得掉，就推给市场，拒绝退款。”李老伯感慨，“‘快速卖房’‘不压价’，这些原来全是吸引消费者的谎言。” 本报记者 夏韵

影院易主，预付款“说没就没”？

充值300元未消费，商场管理方说“管不了”，法律人士：谁收款谁负责

近日，市民瞿女士向“新民帮依忙”求助，反映其2023年7月充值的300元电影预付款，在影院易主重装开业后被新运营方宣告“作废”，而商场管理方也表示“管不了”。

瞿女士介绍，2023年7月8日，她在浦东新区家浜东路238号周浦绿地缤纷广场三楼的中影星美国影城，通过手机充值300元观影预付款。当时并未办理实体卡片，相关消费记录均留存于手机中，这笔钱款此后一直未使用。让她没想到的是，充值后不久，该影院便停业装修，迟迟没有恢复营业。

今年3月，影院重装开业，更名为“信业时代影城”，瞿女士带着家人前往观影时，却被服务员告知：“老板换了，此前的充值余额一律作废。”

根据瞿女士提供的支付凭证，这笔300元交易于2023年7月8日16时58分完成支付，收款方为上海宜视园影院管理有限公司，交易状态显示为支付成功。“一分钱都没消费，凭什么说作废就作废？”瞿女士气愤地表示。她随后向商场管理方反映情况，却得到“这种事

我们管不了”的回复。

瞿女士告诉记者，她多次尝试联系原影院运营方“上海宜视园影院管理有限公司”，但始终无法取得有效沟通。“300元数额虽不大，但关乎消费者的合法权益，不能就此不了了之。”她希望通过“新民帮依忙”督促相关方正视消费者合理诉求，要么恢复充值余额的使用权，要么全额退还未消费的300元钱款。

记者查询发现，原中影星美国影城周园店同名微信公众号，认证主体正是上海宜视园影院管理有限公司。公众号所留客服电话无法接通，影院排期页面也无任何影片信息。

记者随后联系了现运营的信业时代影城，工作人员明确表示，

影院系与物业方直接签订租赁合同，与此前经营者并非同一家公司，对原影院的充值余额不知情，也不承担相关消费义务。针对此事，记者也第一时间联系了影院所在的周浦绿地缤纷广场，截至发稿时，商场方面未作出任何回应。

法律人士指出，预付式消费纠纷严格遵循“谁收款谁负责”的基本原则，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十三条规定，经营者以预收款方式提供商品或者服务的，应当按照约定提供；未按照约定提供的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。瞿女士的300元未消费预付款，依法应由收取款项的原运营方上海宜视园影

院管理有限公司，承担退还或继续履约的责任。

对于新运营方的责任界定，法律人士表示，影院更换运营主体后，若新运营方为独立注册公司、独立签订租赁协议，且未受让原公司的债权债务，法律上并不负有承担原有会员预存余额的义务，但新运营方无权单方面宣告他人的预存余额作废，消费者依旧有权向原运营主体追责。

同时，商场作为场地出租方和物业管理方，对入驻商户负有经营资质审查义务，在消费者遭遇维权困境时，应当积极提供原商户的注册信息、联系方式，协助消费者沟通协调，而非以“管不了”为由简单推诿，漠视消费者

的合理诉求。

在此，“新民帮依忙”也提醒广大市民，预付费消费存在一定经营风险，充值前务必仔细核实商家经营稳定性，尽量避免大额预存，同时妥善保存好支付凭证、充值记录、商家信息等，一旦发生纠纷，及时向市场监管部门或消保委投诉维权，依法维护自身权益。

本报记者 陆常青



本版编辑/张颖琦 本版视觉/黄娟