

新眼镜孩子戴上就晕 想退货商家不同意

孩子妈网上几条“评价”差点成被告

律师提醒：“消费评价”别任性，一定要客观

□本报记者 董琳

“我是一个初中学生家长，因为学习需要给孩子配了一副眼镜，结果孩子戴上就头晕，没办法我就找到商家想退货，但商家一直不给解决，气愤之下我就在网上发了这个事，结果现在商家找上来说要告我，有问题不给解决，难道我连评论的资格都没有吗？”近日，市民王女士拨打了本报热线电话求助。



A

王女士说，她儿子今年上初四，这个学期开始，孩子总说看不清黑板，便想给孩子配副近视镜。去年10月末，她带孩子找到和兴路上一家眼科医院。检测后，在工作人员推荐下，花了4580元给孩子配了一副“功能眼镜”。可使用时，孩子一直觉得头晕、恶心，戴了多日也无法适应。

“当时就想给孩子配副好点的近视镜，医院的人推荐说这个眼镜有度数，白天正常戴，还能控制近视，我一听觉得挺好，虽然贵点但对孩子有好处，我就买了。后来才知道，这眼镜的镜片像蜂窝一样，要通过小孔来看东西，孩子戴上就头晕，根本无法正常听课、看黑板。配的时候也没人告诉我有何注意事项，现在我就觉得是被忽悠了，所以找到商家提出退货。”王女士说。

对于王女士的说法，医院方并不认可。该院相关负责人表示，工作人员是在王女士的要求下才给孩子配这款功能眼镜的。因为镜片是采用近视离焦原理针对个人的“订制品”，所以没有质量问题的情况下是无法予以退款的。同时表示，很多孩子初戴时会不舒服，需要适应一下，医院也可以为孩子的眼镜进行调整。

B

然而几次沟通后，双方一直没能就解决方案达成共识。为了不影响孩子上学，王女士又给孩子配了一副近视镜。2021年11月23日，王女士在某网络平台里发布了以“哈尔滨最贵的眼科”为题的多张照片，包括该眼科的对外宣传照以及负责人的人像照，并在图上标注“黑心商家”“配镜忽悠”等词语。这条图文发布后，浏览量迅速过千，还有不少人在下面评论吐槽。

不久后，王女士接到该医院的电话，称其行为侵犯了眼科负责人的肖像权和名誉权，要求她撤销在网络平台发布的内容，否则将通过法律途径对她进行追责。

王女士不服，觉得这是自己的言论自由。但是看到图文浏览量马上过万，下面的留言越发不可控，王女士也觉得不妥，于是删掉了内容。

在记者的协调下，医院负责人再次与王女士进行沟通，双方决定就孩子眼镜的问题和涉嫌名誉侵权问题进行面谈。

C

言论自由还是名誉侵权？

律师：『消费评价』要客观

消费者能不能公开评价商品，怎样评价是言论自由，怎样评价算侵权呢？记者采访了在此方面经验丰富的宋乐乐律师。

宋律师曾代理一起侵权案件，一名消费者在进店购买金饰后因售后问题与店方发生纠纷，遂在网络平台发布言论称该店售卖“掉色的金子”，因此被商家起诉。后经鉴定，商家产品符合纯金标准，最终院判决消费者赔偿因诉讼产生的相关费用6000余元，并在全国性新闻媒体上连续3天刊发道歉声明，向原告赔礼道歉。

宋律师表示，《民法典》第一千零二十四条规定：“民事主体享有名誉权。任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。名誉是对民事主体的品德、声望、才能、信用等的社会评价。”构成名誉权侵权有4个标准：行为人实施了有损受害人名誉的行为；侵权行为造成受害人名誉社会评价降低；侵权行为与受害人名誉评价降低之间有因果关系；行为人主观具有过错。同时，《最高人民法院关于审理名誉权案件若干问题的解释》第九条规定：消费者对生产者、经营者、销售者的产品质量或者服务质量进行批评、评论，不应当认定为侵害他人名誉权。但借机诽谤、诋毁，损害其名誉的，应当认定为侵害名誉权。从上述司法解释的规定来看，消费者的评论是否构成名誉权侵权，应看该行为是否属于借机诽谤、诋毁。

所以，消费者的评价是否构成侵权首先要看是否有依据，比如消费者真实消费或购买了产品，他的评论就有依据，负面评价不应该凭空而来。同时要看这个评价或这个维权行为能否符合普通大众的价值观，能否被大众容忍。另外，在评论的言语中不能带有侮辱、辱骂、诋毁、诽谤，如果散布不实的言论给商家造成社会评价降低或影响销售收入都可能被追究法律责任。

另外，我国《消费者权益保护法》(2013修正)第十五条中规定，消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为和国家机关及其工作人员在保护消费者权益工作中的违法失职行为，有权对保护消费者权益工作提出批评、建议。

宋律师表示，此规定赋予了消费者对商品评价监督的权利，这样可以让经营者商家知道自己的产品有什么样的问题，起到一个监督的作用，才能继续提高自己产品质量或服务水平，所以商家对消费者的批评和评论应该有一定容忍度。通常，消费者属于弱势群体，大多数因为维权产生的名誉权纠纷都是在消费者与商家沟通中有一些过激行为导致的，所以消费者在维权的时候要表达清楚自己的维权诉求是什么，还要知道正当的诉求和侵权的界限。

4580元『功能眼镜』孩子戴着头晕

医院：个人『订制品』无质量问题不退

消费者网上发布图文『评价』

医院称其行为侵犯肖像权名誉权

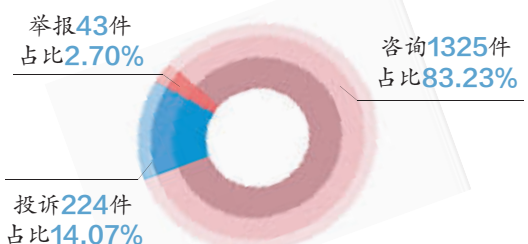
元旦小长假全省12315投诉 线上消费领域占四成

本报讯(记者 李佳琪)记者从省市场监管局了解到，2022年元旦期间，全省12315及消保机构共接收各类投诉举报咨询1592件，其中投诉224件，举报43件，咨询1325件。

2022年元旦期间，全省12315接收的投诉举报咨询涉及服务385件、食品120件、质量91件、价格49件、广告17件、药品5件、计量4件，其他921件，没有接到进口冷链食品相关投诉举报。从投诉举报涉及消费方式看，线下消费诉求占60.03%，线上消费诉求占39.97%。

从涉及行业看，主要涉及一般食品、服装鞋帽、餐饮和住宿服务、美容美发洗浴服务、文化娱乐体育服务、通信产品、教育培训服务等方面问题；从反映的问题看，主要涉及经营者售后服务、合同履行、产品质量、广告宣传、价格收费等方面。目前，上述投诉举报均已转派各县(区)市场监管部门处理。

元旦期间投诉举报和咨询总量



“老街喂鸽人”新年首秀 带数百名“小伙伴”逛步行街

本报讯(记者 黄晏君 文/摄)4日12时许，随着一阵嘹亮的口哨，三四百只鸽子迅速飞到中央大街与红专街、西七道街交口，吹口哨的是已经连续9年在这里义务喂鸽子、今年67岁的单庆杰。

一两分钟后，鸽子们聚拢到单庆杰周围开始追随他，陆续又有百余只鸽子加入到逛街行列。单庆杰引领着鸽群一路向南，步行了50多米后又转身带领“小伙伴”往回逛，边走边向追随他的鸽群投去苞米粒。一些小朋友也向他要求苞米粒喂鸽子，市民和游客纷纷拿出手机拍下图片、录下视频。

“今天是2022年第一个工作日，我把鸽群带到中央大街上，是想让大家都知道并懂得要爱护身边的鸽子等动物。我们人类与鸽子是好朋友，要和睦相处。”

2013年至今，单庆杰每天都来喂养鸽子，经过他的精心喂养

和看护，鸽群数量已经由最初的100多只发展到如今的500多只。他每月要从3000元退休金中拿钱为鸽子买苞米和消炎及促消化的药，这些鸽子平均每只一天要吃一两粮食。

冬季来临，附近一些居民在自家阳台或空调上为鸽子搭建了安乐窝。附近一位好心商家还专门给单庆杰腾出了一个小屋当库房，另一位爱心商家也他提供了一个暂存鸽粮的地方。前不久单庆杰还把3只受伤的鸽子带到库房内养伤、喂药，“3只受伤的小家伙已经基本恢复。有一只已经能飞了，等过完年就把它们送回中央大街。”

9年来无论冬夏寒暑，单庆杰几乎每天都来喂养看护鸽子，这已经成为他生活中的一部分。谈到未来打算，单庆杰说：“我要继续尽全力照顾好这些鸽子，它们都很有灵性，每天来这里和鸽子在一起，我很开心。”

