

高价买心理咨询却遇上“冒牌专家”

法院判决退一赔三

花费 4.8 万元为孩子购买心理咨询服务,却遇上“冒牌专家”,消费者如何维权? 近日,闵行区人民法院受理了一起服务合同纠纷案件。

“心理专家”有猫腻

未成年人小方(化名)一家想要以心理治疗方式改善小方的注意力不集中等情况,通过网络及大众点评平台,一家人了解到了一家思维中心。

2020 年 8 月,小方的监护人与被告某思公司就心理治疗服务事项订立合同,约定由某思公司法定代表人孙某为小方提供心理治疗服务,一节次服务费用为 2400 元,小方的监护人一次性支付服务款 48000 元。

服务期间,孙某作为上述思维中心心理咨询师,曾向小方及监护人介绍,某思公司是上海市心理卫生服务行业协会成员,孙某则具有心理咨询、治疗资质,并长期为政府机构提供心理咨询、治疗服务。在上述思维中心的醒目处,也挂有关于孙某的简历,包括职业心理咨询师、青少年心理问题专家、心理认知障碍干预专家、抑郁焦虑压力治疗师等专业职称。

然而,一个偶然的机,小方一家发现,孙某其实并无从业资质,某思公司也非上海市心理卫生服务行业协会成员,实际的会员单位是孙某于 2018 年投资成立的某烦中心,在大众点评等平台也是以某烦中心为名义注册。但,因上述思维中心的声誉较高,且某思公司与上述思维中心在名称上具有相似性,故孙某一直以某思公司名义及某思维中心名义对外从事心理咨询的经营活动,实际营业地址,也为某思公司的注册地址。小方一家遂

将某思公司和孙某诉至法院,并认为,某思公司和孙某在订立合同时存在虚假宣传的行为。

“专家”不承认欺诈

原告小方方面诉称,某思公司与孙某明知自身不具备心理咨询、治疗的资质,对原告及监护人作出虚假且引人误解的宣传,使原告与某思公司就心理治疗服务事项订立合同,严重侵害原告权益,要求法院判决撤销原、被告之间的服务合同;判令被告某思公司、孙某退还原告心理咨询服务费 48000 元;判令被告某思公司、孙某按照“退一赔三”原则赔偿原告 144000 元;孙某对某思公司的上述第 2 项、第 3 项付款义务承担连带清偿责任。

被告某思公司和孙某则辩称,第一,孙某一直代表某烦中心对外提供服务,某思公司和孙某均非本案适格主体;第二,某烦中心是上海市心理卫生服务行业协会的会员单位,被告的行为不存在原告诉称的欺诈行为;第三,本案属于服务合同纠纷,应当使用合同法或民法典相关规定,而非消保法的相关规定,更不应退一赔三。

法院判决退一赔三

法院认为,本案争议焦点在于,原告小方

的心理咨询行为是否属于消保法规定的消费行为以及被告某思公司的行为是否构成欺诈。

根据消保法规定,消费者为生活消费需要购买使用商品或者接受服务,其权益受本法保护。随着社会经济的发展,人们对于日常生活的需求是逐渐提高,生活消费涵盖人们生活的方方面面,除普通的生活消费之外,心理健康亦得到人们的广泛重视,故纾解心理压力、缓解心理焦虑的心理咨询活动,有别于心理疾病的治疗,也是一种正当的消费行为。本案中,原告作为心理咨询服务的接受方,具有消费者的身份,应当受到消保法的保护,而被告某思公司作为心理咨询服务的提供方,亦应受到消保法的约束。

本案中,被告某思公司、孙某在被告某思公司的经营地址,以某思维中心的名义为原告提供的心理咨询服务,经营处所所挂铭牌显示被告某思公司和某思维中心在同一张铭牌上,同时亦挂有上海市心理卫生服务行业协会会员单位的铭牌,且未有证件显示,被告某思公司、孙某曾主动向原告披露,系某烦中心与原告签订服务合同,说明被告某思公司、孙某故意隐瞒真实情况,令原告作出与被告某思公司经营的某思维中心签订服务合同的意思表示,构成欺诈行为。

综上,法院判决:撤销原告与某思公司之间的服务合同;某思公司返还原告服务费并按服务费的金额三倍赔偿原告损失;孙某作

为某思公司的一人有限责任公司的股东,对某思公司的付款义务承担连带清偿责任。

心理咨询是消费行为还是治疗行为?

闵行区人民法院七宝人民法庭审判员刘文燕认为,随着人社会经济飞速发展,人们日常生活的需求日新月异,生活消费涵盖人们生活的方方面面。除普通的生活消费之外,心理健康与否,得到人们的广泛重视,亦是诸多社会矛盾的导火索,心理咨询行为,有助于纾解心理压力、缓解心理焦虑,心理咨询活动不限于在医院发生,有别于心理疾病的治疗活动,应当视为当事人为追求心理健康而从事的一种正当的消费行为。

心理咨询行为具有一定的私密性,心理咨询效果难以甄别并得到及时显现,咨询者往往具有需要疏导的心理问题或者是需要纾解的情绪问题,一旦因咨询行为本身受到了创伤,延误了治疗,后果和损失远远无法弥补。希望广大消费者在获取相应服务之前,对提供服务的相对方进行甄别和选择,在较大的平台选择有资质、有信誉的服务机构,在接受服务时,发现提供服务与约定不符的,及时应对,接受服务发生问题的,可以向有关部门积极反馈,依法维权。

晨报记者 姚沁艺 通讯员 刘文燕

上海延余餐饮:引领团餐新风尚,打造绿色创新服务品牌

在团餐配送领域,上海延余餐饮管理有限公司正崭露头角,成为行业内一股新兴力量。作为一家专注于团餐配送的企业,延余餐饮凭借其独特的经营理念与严格的管理模式,赢得了众多客户的信赖与好评。

延余餐饮始终坚持“质量为本,规范管理,不断创新,持续改进”的方针。公司深知,团餐质量关乎众多消费者的健康,因此在质量管理方面下足了功夫。从食材采购源头开始严格把控,确保每一份食材都新鲜、安全。同时,完善各项管理制度,将每一个检查考核环节都落到实处,保证质量管理体系能够切实地落实到每一位员工身上,让每一个环节都有章可循,为高品质团餐奠定坚实基础。

在经营方式上,公司倡导“中式菜肴,西式观念,自主选餐,直观快捷”的独特模式。这种经营方式既保留了中式菜肴丰富多样的口味特色,又融入了西式高效、便捷的服务理念。

上海品汇检测:第三方服务的行业先锋

上海品汇检测技术有限公司在第三方检测服务领域屡创佳绩,以卓越技术与优质服务,稳居行业前沿。作为专业第三方服务机构,品汇检测专注为企业提供全面产品检测、认证及咨询服务,已成为行业标杆。

实验室依 ISO/IEC 1702 国际标准精心构建与运营,先后通过中国合格评定国家认可委员会(CNAS)和检验检测机构资质认定(CMA),并在 2024 年获评高新技术企业,凸显其在技术创新与服务质量上的卓越成就。

品汇检测拥有一支精英团队,由资深行业专家带队,成员均有多年丰富经验。在检测技术研发、标准解读与服务执行等方面,团队始终保持高水平。服务覆盖有毒有害物质、食品接触材料(FCM)、汽车零部件、可靠性测试、玩具及儿童用品、涂料、材料分析等领域。新拓展的实效分析项目,能深入剖析产品实际使用性能,为企业优化产品提供关键依据。针对 ASTM E595 等专业标准检测及非标检测需求,品汇检测凭借专业技术,为客户定制一站

消费者可以根据自己的喜好自主选餐,整个过程直观快捷,极大地提升了用餐体验。

尤为值得一提的是,延余餐饮在日常经营过程中积极推进“清洁无公害,少油无味精”的绿色餐饮理念。随着人们健康意识的不断提高,绿色餐饮愈发受到关注。延余餐饮敏锐地捕捉到这一趋势,在菜品制作过程中,严格筛选食材,力求做到清洁无公害,减少油和味精的使用,为各个层次的客户群提供既卫生又便捷的餐饮配套服务。

经过不断努力,上海延余餐饮管理有限公司已经成功形成了功能完善、服务创新型的餐饮品牌。无论是学校、企业还是各类机构,都能从延余餐饮的服务中感受到其专业与用心。未来,延余餐饮将继续秉持创新与服务精神,在团餐配送领域不断深耕,为更多客户带来优质、健康的餐饮体验,引领团餐行业朝着更加绿色、创新的方向发展。

(超海)

上海甄汇信息科技有限公司:创新驱动发展,专利与市场拓展并进

上海甄汇信息科技有限公司在技术创新与市场拓展方面取得显著进展,成为业界关注的焦点。作为一家专注于企业商旅出行及报销管理全面费用全流程服务的高科技企业,甄汇科技不仅在专利领域取得突破,还通过多元化市场策略,为未来发展注入新动力。

■技术创新:专利成果显著 甄汇科技在技术创新方面表现突出。近期,公司成功取得一项基于智能合约的差旅费用管理系统专利,该技术优化了企业差旅费用的管理流程,提升了效率与透明度。专利的成果不仅彰显了甄汇科技的技术实力,也为企业在商旅管理领域的领先地位奠定了坚实基础。

■市场拓展:多元化布局助力增长 除了技术领域的突破,甄汇科技在市场拓展方面也展现出强劲势头。公司核心产品“汇联易”凭借其高效、智能的商旅管理解决方案全面费用管

理解决方案,赢得了众多企业的青睐。近年来,甄汇科技积极拓展行业客户,覆盖金融、制造、互联网等多个领域,进一步扩大了市场份额。

与此同时,甄汇科技还注重生态合作,与多家知名企业达成战略合作,共同推动商旅管理行业的数字化转型。通过整合资源与技术优势,甄汇科技不仅提升了自身产品的竞争力,也为客户提供了更全面的服务体验。

■未来展望:创新与市场并重 甄汇科技的成功离不开其对技术创新的持续投入与对市场需求的敏锐洞察。未来,公司将继续深耕商旅管理领域,通过技术创新提升产品竞争力,同时深化市场布局,拓展更多行业应用场景。

作为一家成立多年的企业,甄汇科技已成长为软件和信息技术服务行业的佼佼者。其注册资本规模庞大,拥有多项商标信息、专利信息及行政许可,展现了强大的综合实力。

(岳浩)

上海罗亮家电贸易有限公司:深耕家电领域,凭品质服务铸就市场信赖

作为上海交电协会会员单位上海罗亮家电贸易有限公司自成立以来始终深耕行业,通过整合国内外一线品牌资源、创新服务模式,持续引领区域家电消费市场发展。公司现经营品类覆盖空调、冰箱、洗衣机、厨电等全场景家电产品,年服务超 5 万户家庭。

数字化转型重构竞争优势 2020 年战略加盟苏宁零售云后,公司开启“线上+线下”融合发展新篇章。通过智慧供应链管理系统实现库存精准调配,引入品牌定制化产品达 200 余款,构建起覆盖 3C 家电全生命周期的服务体系。成功打造上海市场智慧家电消费服务标杆。政策响应激活市场动能 创新举措激发消费潜力在响应国家消费升级战略指引下,2024 年特别策划家电家居焕新主题活动。通过整合产业资源与专项补贴政策,构建“基础让利+专项支持+升级补贴”的三重优惠体系。涵盖传统家电八大品类及智能清洁设备等新兴领域,为

消费者提供全场景换新解决方案。并建立“售前咨询-售中配送-售后维护”全周期服务体系,配备几十人专业安装团队,实现“24 小时响应、48 小时交付”服务承诺。同步推出“全屋空调清洗”等增值服务,收获了良好的用户口碑。

展望未来:创新引领,服务进阶面对智能化、绿色化的行业发展趋势,罗亮家电计划进一步深化与智能家居品牌的合作,引入更多节能、智能产品线。同时,公司将持续优化线上线下融合的销售模式,借助场景化体验展厅与数字化管理工具,提升消费便捷性。

在消费升级背景下,企业持续深化与头部品牌合作,构建“供应链+服务”双轮驱动模式。未来将聚焦智能家居、绿色家电等新兴领域,以专业团队和创新服务持续满足民生需求,致力于成为上海家电消费服务行业的品质典范。

(岳浩)