

# 定海首批春茶进入采摘制作旺季

定海山芽茶零售价与往年持平，1500—2000元/500克



□通讯员 张真 高佳敏  
周宇超 李东旭 文/摄

本报讯 随着气温回升，定海区茶园进入采摘、制茶旺季。眼下，首批春茶抢鲜赶制，茶园处处飘着清甜茶香。

在舟山市五雷禅茶茶业专业合作社制茶间，浓郁茶香扑鼻而来。手工炒茶师傅熟练翻炒，鲜叶经过摊青、杀青、揉捻、干燥等传统工序，色泽由鲜绿转为暗绿，青草气褪去，茶香愈发清新。同时，一旁机器轰鸣，工人们忙着批量制茶，一派繁忙。

据合作社产品负责人张忠达介绍，今年茶叶品质不错，订单增加，目前采用机械和手工并行炒制。每天鲜叶采摘量在35公斤至70公斤之间，约2.5公斤鲜茶加工成0.5公斤干茶。

据悉，该合作社采摘的乌牛早（又称嘉茗1号），采摘期约15天，目前已过半，基地覆盖白泉、盐仓等近600亩茶园。连日晴好天气为采茶提供了有利条件。张忠达表示：“从芽茶制作来看，我们倾向于机械炒制，因为它更标准，火候

更精准。手工炒制则用于小批量精品茶，摊青环节需5至8小时，以去除青味，提升香气。”

尽管去年天气少雨，茶叶产量不跌反增，品质也有所提升。“我正月初八巡山，发现去年少雨对我们的茶芽反而有好处——单颗茶条上的茶芽比往年还密，大小基本均匀。从这个角度来看，产量反而增加了。”张忠达透露。

车间内，工人们正有序完成称重、装袋、封口、贴标、装箱等工序，刚炒制的定海山芽茶整齐堆放。据介绍，产品目前基本供不应求，眼下的价格将维持至3月15日左右，之后随批量上市或有所回落。预计今年定海山芽茶零售价与往年持平，在1500—2000元/500克。

据了解，定海山芽茶是定海区重点打造的区域茶叶品牌，以单芽为原料，外形匀整挺直、色泽绿润，冲泡后汤色清亮、香气持久、滋味鲜爽。

目前，定海区茶场面积约2605亩，种植鸠坑、浙农113、龙井43、乌牛早等8个品种。当前以乌牛早采摘为主，春茶大批量上市预计在本月底。

## 破解老旧电梯安全痛点 我市试点“电梯卫士驻社区”

□记者 陈瑶 通讯员 钟浩盛 秦程

本报讯 随着住宅电梯逐步进入“高龄”阶段，如何保障居民乘梯安全成为基层治理的一道考题。3月13日，临城街道田螺峙社区与市特种设备检测研究院成为“电梯卫士驻社区”党建联建结对伙伴，以党建为引领，聚焦社区老旧电梯安全痛点，守护居民“上下出行”安全。

“我们将选派3名优秀技术专家担任社区‘电梯安全顾问’，并组建‘电梯卫士’技术服务队。”市特检院相关负责人介绍，社区可以收集难以解决的电梯“疑难”，他们给予专业帮助。

这次党建联建，源于年前社区里的一次“求助”。维保人员在日常检查中发现居民小区一部电梯机房有细钢丝，认为钢丝绳可能存在断丝风险，建议更换，但因小区尚未成立业委会，维修资金审批难、费用高，社区一时难以决策。

“那时候一边要担心居民的用梯安全，一边要解决电梯的维修问题。”田螺峙社区党总支书记王丽丽想了想，联系到市特检院机电一科副科长张驰，他是居住在社区的在职党员。

张驰全面排查后，认为电梯钢丝绳符合安全要求，无须更换，既消除居民顾虑，也为小区节省大额开支。

田螺峙社区辖有中远和谐花苑、未来城、新晨颐景园等4个住宅小区。王丽丽告诉记者，社区内大部分都是高层建筑，电梯“老龄化”问题突出——最老的电梯已运行超15年，最短的也有13年，安全管理压力大。

这样的“烦恼”不是个例。因此，市特检院以田螺峙社区为试点，开展“电梯卫士驻社区”党建联建，充分发挥机构在电梯检验、技术咨询、安全培训等方面的职能优势，把专业服务送到群众“家门口”。

“小区电梯都运行十多年了，现在有了‘电梯卫士’我们很安心了！”中远和谐花苑居民徐华感慨。

据介绍，目前全市在用电梯总量已突破15000台。其中，住宅小区电梯就有8062台，占比超过53.7%。这里面，运行超过10年的电梯累计已达1782台，安全管理压力逐年递增。“试点效果显著的话，后续我们将在其他社区、街道推广，一步步扩大服务的范围，更好服务群众需要。”张驰说。

## 我市一女子 退美容预付款遭拒 法院判决店家退还余款3万余元

□通讯员 金炜城 竺麟泽  
记者 陈瑶

主张无须向谢女士退还任何款项。

本报讯 近年来，预付款消费在美容美发、健身保健等服务行业广泛普及，但一旦出现服务效果未达预期、双方信任破裂等情况，极易引发退款纠纷。近日，定海法院依法审结一起美容服务合同纠纷案件，判决美容店退还消费者谢女士余款31727元。

### 预付4.66万元 不满服务，退费遭 店家拒绝

2025年，市民谢女士在当地一家美容店先后办理多项预付款美容项目，累计支付46600元，具体包括6800元面部提升项目、29800元祛斑及一年脸部保养项目、7000元开背项目，同时额外充值3000元预存款。

该美容店曾向谢女士承诺，祛斑项目提供“终身服务+一年脸部保养”，开背项目提供“40次服务+10次赠送”。此后半年内，谢女士陆续接受1次祛斑服务、17次脸部保养和13次开背服务，而面部提升项目及3000元预存款始终未使用。

服务过程中，谢女士发现该美容店存在诸多违规行为，彻底失去对其服务的信任，随即提出退还剩余未消费款项，遭到美容店拒绝。双方协商无果后，谢女士将该美容店诉至定海法院，要求返还全部未使用的预付款及预存款。

美容店负责人辩称，谢女士的实际消费按“原价”计算已超出其预付的46600元，并提交了详细的高价计价明细：开背项目拆分肩颈护理、腰肾护理、艾灸等子项目，单次计价1258元，谢女士消费13次累计16354元；脸部项目拆分原液、鼻部护理、面部护理等，单次计价1618元，17次消费叠加擦脸产品费用3238元，累计30744元。据此，美容店

### 信任破裂合同解除，法院判决退还余款

法院审理认为，谢女士向美容店支付款项，美容店为其提供美容服务，双方形成合法有效的服务合同关系。案涉美容服务合同具有鲜明的人身专属性，其履行高度依赖双方信任，且需消费者本人持续接受服务。

谢女士明确表示不再接受该店服务后，双方信任基础已完全破裂，且美容店在审理过程中未提出继续履行合同的请求，双方合同目的已无法实现，符合《中华人民共和国民法典》关于合同解除的法定条件，故判决解除双方之间的服务合同。

合同解除后，核心争议在于未消费款项的计算方式。法院查明，该美容店公示的服务价目表中，明确标注精油开背单价380元起、面部护理单价380元起，与美容店庭审中主张的单次高价相差悬殊。

法院指出，商家提供此类依赖特定产品的服务，收取的价格应包含正常产品消耗，该消耗属于服务必要组成部分，而非像美容店主张的那样，对附加产品单独高价收费。美容店辩称的各项项目单价价格，系通过拆分服务项目、单独计价特定产品得出，远高于其公示的原价，该辩称意见不予采信。

法院明确，未使用的预付款因服务未开始、商家未产生相关成本，应全额退还；有服务期限但未约定次数的项目，按未使用时间比例退还相应款项。最终，法院在扣除谢女士已消费的合理成本后，判决该美容店退还谢女士款项共计31727元，既保障了消费者的合法退款权利，也兼顾了商家已提供部分服务的实际投入。

### 法官提醒 预付款消费，这些凭证务必留存

预付款消费在美容、健身、餐饮等行业较为普遍，也是消费维权的高发领域。法官提醒，消费者进行预付款消费时，应尽量与经营者签订书面合同，明确服务项目、期限、次数、价格、退费条件等关键条款，同时妥善保管支付凭证、服务价目表、消费记录等相关证据，为后续维权提供支持。

若因信任基础破裂、服务效果未达预期等原因要求退费，双方协商不成的，消费者可及时向市场监管部门投诉，或通过诉讼途径维护自身合法权益。同时，经营者应坚守诚信经营原则，如实标注服务价格，不得通过拆分项目等方式变相抬高消费价格，损害消费者合法权益。