穿一次性拖鞋滑倒，酒店一定得赔偿吗？

法院：安全保障义务有上限，住客自身注意不可少



不少消费者认为，只要在酒店内受伤，酒店就应该赔偿。但酒店的安全保障义务并非无限责任，那么安全保障义务的边界究竟在哪里？近日，烟台市芝罘区法院发布一起典型案例，厘清了酒店安全保障义务的边界，提醒大家出门在外要绷紧安全这根弦。

旅客穿一次性拖鞋洗漱滑倒，起诉酒店索赔损失

2025年7月10日晚，孙某入住某酒店约两个小时后，因摔伤被救护车紧急送往医院，后被诊断为右桡骨远端骨折，构成十级伤残。后孙某向法院提起诉讼，主张在其穿酒店提供的一次性拖鞋进入卫生间洗漱时滑倒摔伤，要求某酒店赔偿其医疗费等损失。

该酒店辩称，案涉卫生间铺设的是防滑瓷砖，卫生间也立有防滑提示牌，干湿两个区域分别配备了防滑地巾和橡胶防滑垫，事故发生后酒店工作人员陪同前往医院就医，已尽到合理限度内的安全保障义务，孙某滑倒产生的损失应自行承担。

举证不足难证设施缺陷，原告诉求被法院驳回

法院经审理认为，本案争议焦点为某酒店是否尽到安全保障义务。鉴于酒店房间属于私密空间，无法还原事发当时的情况，判断酒店是否尽到安全保障义务，需要综合在案证据予以衡量。

作为完全民事行为能力人，孙某应当对使用一次性拖鞋与瓷砖地面容易发生打滑，有充分的认识，其主张滑倒系因某酒店的地砖和一次性拖鞋不符合国家标准所致，但就此未能提供充分的证据予以证明，而某酒店提交的客房设施视频、警示标志照片、防滑垫照片等，足以证明其尽到了安全提示义务，故最终法院判决驳回了孙某的全部诉讼请求。

法官说法：怎样判断酒店是否尽到安全保障义务？

判断酒店是否尽到安全保障义务，应当从风险预见、管理履职、因果过错三个维度综合审查。

第一，关于风险预见。一次性拖鞋属于行业常规易耗品，遇水后防滑性能下降是其固有风险，酒店作为经营者对此应当知晓并采取合理防范，同时，对于穿着一次性拖鞋在湿滑地面行走容易打滑这一日常风险，住客作为完全民事行为能力人同样应有基本认识。本案中，酒店在卫生间铺设防滑瓷砖，干湿区分置防滑地巾和橡胶防滑垫，并在显眼处设置防滑提示牌，说明其已经预见到相关风险并采取了行业通行的防范措施。孙某虽主张酒店的地砖和一次性拖鞋不符合国家标准，但未能提交相应证据予以证明，应承担举证不能的不利后果。

第二，关于履职管理。酒店的注意义务并不要求消除一切滑倒的可能性，而是要达到同行业理性管理人的通常标准。主要包括隐患排查及客房服务流程是否完备、是否配置可供选择的防滑用品、提示标识是否放置于显著位置等。本案中，酒店提交的相关证据，可以证明卫生间防滑硬件配置和提示标识设置均已到位，符合行业一般水平。酒店已尽到与其经营规模和管理能力相应的安全保障义务，不能因其未能杜绝所有风险而认定管理失当。

第三，关于因果过错。过错和损害结果之间的因果关系，包括受害人自身注意义务。本案损害结果发生的直接原因，是孙某穿着一次性拖鞋进入卫生间时，未对地面湿滑风险给予足够注意，而非酒店设施存在质量缺陷或管理明显失职。如果风险属于普通成年人应当自行知晓的常识性风险，且酒店一方无设施或管理过错时，则不能将全部风险转嫁给经营者。酒店事后陪同就医的行为，也进一步表明其尽到了合理的应急处置义务。

法官提醒：自身才是出行安全第一责任人

对于消费者来说，要意识到自身才是出行安全的第一责任人。酒店卫生间、淋浴区域易因水渍、清洁、通风等原因，产生湿滑风险，走廊、台阶、玻璃边角等位置也存在潜在安全隐患；作为完全民事行为能力人，应当根据现场环境谨慎行走、规范活动，提高自我防护意识。对生活常识可预见的危险主动规避，不因环境便利而放松警惕。合理尽到自我安全注意义务，是防范人身损害最有效的方式。如果酒店存在地面长期积水未清理、防滑设施缺失、警示标识不明显等明显管理疏漏，消费者可依法主张酒店承担相应责任。

对于酒店经营者来说，经营过程中应常态化排查地面湿滑、设施老旧、用品防滑性不足等安全隐患，在卫生间、淋浴区等高危区域设置醒目防滑警示标识，按需配备防滑垫、防滑拖鞋等防护设施。通过完善硬件保障、细化日常管理、落实风险提示，全面履行法定安全义务，从源头降低经营风险。

法条链接

《中华人民共和国民法典》第一千一百九十八条

宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。

因第三人的行为造成他人损害的，由第三人承担侵权责任；经营者、管理者或者组织者未尽到安全保障义务的，承担相应的补充责任。经营者、管理者或者组织者承担补充责任后，可以向第三人追偿。

YMG全媒体记者

两部门公布4起编造传播资本市场虚假信息典型案例

今年以来，证券监管部门联合公安机关查办多个编造传播资本市场虚假信息的违法违规行为。11月20日，中国证监会和公安部联合公布4起编造传播资本市场虚假信息典型案例。

案例一：宗某、卢某等编造传播行业税收政策谣言，扰乱市场预期。

2026年2月，宗某捏造“互联网要按25%交税”消息发布至互联网。该谣言传播扩散后，对市场秩序造成干扰。公安机关已依法对宗某作出行政处罚。卢某对某App人工智能生成的“游戏等互联网增值服务增值税税率将从6%调高至32%”相关信息未加甄别上传网络，陈某看到后转发至本人自媒体账号，进一步扩大谣言传播。证券监管部门已对上述人员作出行政处罚。

案例二：向某等人利用AI编造资本市场虚假信息，干扰政策实施。

2026年3月，向某等人利用人工智能软件生成关于“证监会暂缓IPO”的虚假信息，使用20余个网络账号发布。向某等人批量散布关于资本市场监管政策虚假信息，混淆公众视听，扰乱市场预期。公安机关已依法对向某等人作出行政处罚。

案例三：韩某伪造监管执法虚假信息，误导社会公众。

2026年6月，韩某篡改媒体快讯分享页截图，在网上制作发布监管部门对某企业负责人非法荐股出具警示函虚假消息。该谣言快速在多平台传播扩散，造成恶劣影响。公安机关已依法对韩某作出行政处罚。

案例四：沙某编造涉企网络谣言，损害企业声誉。

2026年3月，沙某为博取关注，在网上杜撰某上市公司“向政府备案裁员30%”等虚假信息，引发网民关注，造成恶劣社会影响。涉事公司报案后，公安机关已依法对沙某作出行政处罚。

中国证监会表示，互联网不是法外之地，证券监管部门将联合公安机关持续依法打击各类编造传播涉资本市场网络谣言等不法活动。提醒广大网民树立正确投资理念，增强风险防范意识，加强金融信息辨别，不造谣、不传谣、不信谣，共同营造清朗的网络空间。

据新华社

