



预付式消费到底是“馅饼”还是陷阱？

□本报记者 罗凯 实习生 刘嘉琪 吴舒冉

新店开张,办卡就有优惠,遇到这样的事,你会心动吗?估计许多人都难抵诱惑。预付式消费,想必大家都非常熟悉,因其使用便捷、价格优惠力度大广受市民欢迎,各种充值卡、会员卡早已成为大家钱包里不可或缺的部分。

如今,在美容美发、休闲健身、教育培训,甚至是家政服务、衣物清洁、蔬果生鲜这些基本生活消费领域,预付式消费成了一种很常见的消费形式。

然而,在方便快捷的同时,预付式消费也有着诸多风险。近两年,金苹果等装饰装修公司倒闭,爱洞烘焙蛋糕连锁店、永盛美容美发连锁店集中关门等现象层出不穷,极大地损害了消费者的合法权益。

预付式消费,到底是“馅饼”还是陷阱?本报邀请了相关职能部门、法律人士、商家、消费者等针对这一话题展开了讨论。

市民郭小小:

我以前对预付式消费抱着比较支持的态度。看店的规模及自己的需要,我的心里有一个价位,大概预付多少是我能够接受的。这也是源于人与人之间基本的信任。

可是,经历了一次岳阳知名连锁美发店集体关门事件后,我对预付式消费产生了严重反感。这是一家在岳阳拥有15家店面的连锁企业,因一位股东跑路,所有店面就集体关门了,其他的股东未给会员任何答复,最后还是警方介入后,才有了一个解决方法,但是我并不满意。

所以,现在我对预付式消费的店,尤其是涉及到金额比较大的店,我基本不会考虑,谁也不知道哪天是不是又关门了!

餐饮店老板黄美:

预付式消费对商家来说只是一个营销模式,很少是商家自己想出来的,一般都由专门的营销机构和营销人员策划。

现在餐饮业竞争大,我们也会搞一些预存活动,比如在周年庆时预存88元可以免费领取价值1288元的物品一份,主要是想让熟客带更多的消费者来拉动生意。

我觉得现在的消费者比商家还聪明,消费比较谨慎,上当受骗的并不多。

我们投资了几十万元,当然是想把店面经营好,最基本的原则就是要讲究诚信,只有人做好了,生意才会做得长久。但是涉及金额较大的,还是建议消费者多思量思量。

本报法律顾问李超:

美容美发、健身会所等经营场所以办理会员卡方式预收费用并提供适当优惠的经营模式,只要双方自愿,并不违反法律规定。但作为消费者,交费办卡时应谨慎考察,预防经营者不能履行承诺甚至收钱后跑路的风险。

从法律关系上看,双方为服务合同关系,如果经营者提供的格式合同条款,有免除其责任而加重消费者责任或排除消费者主要权利情形的则为无效条款。

倘若因此发生争议,消费者可以积极维权。如果经营者收取会后不履行合同义务或者延迟履行合同义务及有其它违约行为致使不能实现合同目的,消费者有权解除合同,要求经营者退还已收取但没有消费的会费并承担利息损失。

近年来,健身、美容、洗车等服务行业消费纠纷逐年增长,尚未营业便以优惠价格吸引会员提前交费的情况较为普遍。

往往交费越多,消费价格越优惠,预先收费已成为经营者常用的融资手段,对消费者来说则存在如下风险:

一是经营者缺乏经营手续或摊子铺得太大资金链断裂,导致无法正常开业或营业中断;二是不良经营者超前预收大量会员费之后,卷钱跑路,将烂摊子留给出租人和消费者;三是经营者尚未办理工商登记,消费者起诉时难以确定适合的被告主体。

上述风险如果引发诉讼,即使消费者胜诉,由于经营者自身可能存在经营不善、资金链断裂等问题,也存在执行不能的风险。

建议消费者考虑加入尚未营业的健身房、美容店、洗车行会员时,谨慎提前交费。登录国家企业信用信息公示系统查询经营者登记信息及信用信息,适当考察其经营实力及诚信度;同时在交费收据上除加盖公司公章外,还应再加法定代表人或实际控制人签章,以减少发生争议后执行不能的风险。

岳阳市商务粮食局市场秩序科科长黎运筹:

目前,商务部门开展单用途商业预付卡管理工作,主要依据为商务部2012年9月21日发布的《单用途商业预付卡管理办法(试行)》(以下简称《办法》),《办法》明确规定在预付卡发卡企业监管上,主要针对从事零售业、住宿和餐饮业、居民服务业的企业法人。

从近年来有关单用途商业预付卡投诉案件的总体情况看,其投诉集中的热点行业和市场主体集中在健身行业及个体工商户,由于前提限制,商务部门无法依据《办法》将其纳入监管范围。这样就造成对预付卡消费纠纷投诉更为集中、跑路更多的个体工商户的监管仍是一大难题。

2012年制定的《办法》从目前的实施情况来看,许多方面亟待完善,配套制度需要健全,特别是发卡企业划定标准如何调整,发卡企业预收资金如何管理,协同监管工作机制如何建立,新的业态如何界定,这都需要从顶层设计做起,结合新的形势,加快推进相关领域的立法工作。

建议尽早出台针对单用途商业预付卡管理的法规,制定符合实际,易于操作的单用途商业预付卡管理办法,进一步明确发售单位资格、责任义务、违约责任、监督管理等内容,规范预付卡消费行为准则。

探索建立单用途商业预付卡发卡备案审核制度,将发卡主体的短期偿债能力、商业履约情况、社会信用水平等要素纳入审核范畴。

同时,完善保证金制度或者第三方支付管理制度,引入银行作为预付卡资金的第三方监管,建立保证金制度约束商家。

岳阳楼公安分局经侦大队副大队长马武生:

近年来,我们办理了3起关于预付式消费的案子,其中包括天天洗车、永盛美容美发、天天美妆公司非法吸收公众存款案,涉及的受害者达几千人,为受害者挽回了一定的损失。

对于非法吸收公众存款的行为是否立案侦查,取决于有没有涉嫌以下三种情形中的一种:

一是从非法吸收公众存款的数额上来看,个人非法吸收公众存款,数额在20万元以上的;单位非法吸收公众存款,数额在100万元以上的。

二是从非法吸收公众存款的户数上来看,个人非法吸收公众存款30户以上的,单位非法吸收公众存款150户以上的。

三是从造成的经济损失上来看,个人非法吸收公众存款给存款人造成直接经济损失数额在10万元以上的,单位非法吸收公众存款给存款人造成直接经济损失数额在50万元以上的。

一旦发现达到以上情形之一,消费者可向公安机关及时报案。消费者要保管好相关的发票、收据、合同以及银行转账记录,以协助警方尽快破案。

岳阳市市场监督管理局消费者委员会秘书长方建辉:

我们主要根据消费者的诉求进行调解处理,近年来,受理的预付式消费投诉主要涉及的行业有美容美发卡、健身卡、休闲娱乐卡、餐饮卡等消费纠纷,投诉人群逐年上升,且以年轻女性居多。

通过受理的纠纷发现,预付式消费领域存在的主要问题有:经营者不予消费者签订书面合同,虚假承诺随意降低商品或服务品质,设置不公平格式条款,关店失联、频现跑路、消费者个人信息遭泄露等。

预付式消费领域的新变化:隐蔽性(预付费与金融信贷捆绑)、恶劣性(恶意诈骗行为屡现)、群体性(消费纠纷群体化)。

预付式消费维权难的原因:法律不完善、信息不对称、监管存漏洞、失信成本低。

消协将重点推出四项举措,努力化解预付式消费难点:一是加强法律理论研究,推动预付式消费立法,加强对消费者整体利益的维护。

二是促进强化行业自律,增强消费后评价约束。重点关注消费者反映突出的预付式消费领域,推动制定合同示范文本或行业自律公约,探索建立行业黑名单制度,督促企业诚信守法。

三是披露经营者失信行为,强化责任人违法追究。探索建立消费投诉公示制度,加快向政府有关部门推送经营者失信信息,及时向社会发布消费预警,充分发挥信用对经营者的约束作用。

四是积极推动预付式消费领域支持诉讼工作,为受害消费者提供法律援助和支持,帮助消费者依法维权,追究不法经营者责任,通过法律手段,加强对失信行为的制裁和遏制,切实保护消费者合法权益。

心理咨询师李钟鹏:

消费者对预付消费的方式难以抗拒,一方面是追求快捷划算的消费形式,另一方面是预付优惠政策使得一些消费者存在争取优惠的侥幸心理,从而忽视消费风险的存在。

当人的意识被自己更在意的信息所占据的时候,理性就会出现短路现象。

建议消费者不要被一时的优惠所诱惑而进行冲动的非理性消费,应当保持冷静的思考,从自身的实际需要和商家的履责能力进行评估,以免造成不必要的麻烦和损失。

本报特约评论员朱建民:

有人说预付式消费有渐渐变为主流消费模式的可能,我不这么认为。从预付式消费的本意来看,似乎对于商家和消费者都有好处,是双赢的结局;对商家来说,在不长的时间内能筹集所需的大量资金以备不虞;对消费者来说能得到较大的优惠还有免去现金支付的麻烦。

不过正所谓“理想很丰满,现实很骨感”。从目前市场上出现了那么多投诉,那么多“泥流入海”的商家来看,要想让预付式消费长期发展下去甚至一跃成为“主流消费模式”可能性几乎为零,除非做到以下几点:

国家政府层面短期内针对“预付式消费”立法,至少地方政府适时出台有关条例,让“预付式消费”在法律的框架内、在阳光下运作;

“预付式消费”的主体——商家要有殷实的家底和成本,要有一旦消费者挤兑时有赔付的“底子”。不能幻想“空手套白狼”,甚至把预付式消费作为一种诈骗手段以期一劳永逸作美妙的发财梦;

国家层面要出台政策允许对预付式消费的商家和消费者提供保险;

对于“预付式消费”,一旦闹出事端要有应急举措。

预付式消费是一种新型商业模式,它在一定程度上能够弥补传统商业模式在一些方面的不足。但负面的东西确实太多,容易被心怀鬼胎的人所利用,国家之所以迟迟不出台专门法律,我的理解:还在观望,还在评估。

就像上世纪90年代末,“传销”刚引进我国一样,刚开始国家也是没急于立法取缔。观察了一段时间后,发现确实弊端多多,才立法给予严格禁止。

对于预付式消费,最终国家是什么态度,现在不好评估,只能拭目以待。在这之前,对于预付式消费,消费者还是擦亮眼睛,小心为妙。



图说我们的价值观

拒绝 餐饮浪费

厉行 节俭文明用餐

讲文明树新风




富文明和自平等由

友善业国治正等由

讲文明树新风