



生活服务业愈加成为主流发展领域，这一常使用预付卡模式的领域却隐藏着消费陷阱。美发卡、健身卡、超市储值卡、就餐卡……近来，生活服务业预付式消费正成为投诉重灾区。近日，中国消费者协会（以下简称“中消协”）发布数据显示，在美容美发、洗车等生活服务业中，“霸王”条款、价格存疑等问题普遍存在。分析指出，经营者普遍存在利润至上的运营导向，为谋取更多的经济利益，往往采取不诚信手段开展预付式营销，导致侵权问题防不胜防，越来越严重。



生活服务业预付消费成投诉重灾区

证不齐 预付消费成重灾区

预付式消费在美容美发、健身、餐饮、洗车等生活服务业领域越来越普及，不少消费者逐渐接受这一消费方式。但在看似商户、消费者实现双赢的背后，却存在诸多问题。

近日，中消协发布的“预付式消费调查体验报告”显示，仅有23.3%的美容美发商家展示了营业执照，16.7%展示了卫生许可证，三项证件均未展示的商家占比为43.3%。其中，商家卷款逃跑问题较多。据了解，该调查涉及美容美发、教育培训、洗车、洗衣和健身等5个行业，样本取自北京、上海、广州、长春等10个城市。

中消协统计数据显示，在调查中，没有一家商家在醒目位置明示经营场所的使用期限。

此外，业内人士表示，即使商户仅将门店进行位置变动，也会对消费者的消费形成极大不便，可能造成“预付费”消费协议的违约行为发生。

去年，位于方庄的第一健身俱乐部门店悄然关门，该店在去年9月刚装修完成并且以新店开业为名吸纳2000多名会员。据悉，在去年9-12月，第一健身俱乐部门店一共有2000多名会员办理了会员卡，金额从1000多元到上万元不等。

有消费者刘女士称，去年8月，在小区楼下的健身房交纳近2万元办理家庭健身卡。“3月8日，本想去健身，可是这家健身房已经连招牌都找不到了。”

预付式消费的纠纷一直不断。日前，宁波市12315举报投诉中心的统计数据显示，2016年有关美容美发业的投诉达3316起，其中九成以上是预付卡消费纠纷。

虚标价 近半商户诱导消费

预付式消费本应当是为顾客提供便利，省去每次交纳现金的麻烦，并且享受到更多的优惠；商家也可以快速回收资金、吸引客源、绑定客户，实现利益最大化的目的。如今看来，预付式消费却让不少消费者有苦难言。

上述报告显示，在近半数的商家中存在诱导消费这一现象，商家通常以超低折扣或免费体验为幌子诱导消费者办卡，另外，近九成商家存在口头宣传诱导消费者购买预付卡的行为。而最终消费者却无法享受实惠。

变相涨价也是预付式消费中，较为常见的“透支”预付款的行为。一位不愿具名的业内人士表示，预付式消费涉及的服务时间跨度较长，商户极有可能在消费者毫不知情的情况下，悄然涨价。

北京商报记者调查发现，在很多美容店中，不乏要价虚高的情况。标价上万元，但消费者预付费后，可享受2折或者更低的折扣价格，这也让消费者商家的服务质量产生怀疑。一位济南地区的消费者曾在一家美发店办理了预付卡。一年后，该消费者再次到店消费时，店里价目表的价格大概整体上涨了20%。该消费者表示，有种被欺骗的感觉，使用完卡里余额就不再继续使用了。

面对商户的虚高要价以及诱导，消费者在维权之路也容易被误导。中消协的调查显示，超半数受访商家不与消费者签订任何形式的合同，仅有口头约定。另外，有15%的商家在合同中写着“公司保留最终解释权”、“导致人身伤害/物品丢失概不负责”等不合理免责声明。

维权难 呼吁第三方资金监管

预付卡消费投诉状况呈上升趋势，预付式消费监管存在困难，解决率相对较低，成为当前消费热点与维权难点。

中消协方面建议，有关部门要加快修订和完善相关预付卡及预付式消费的法律规定，建议商务、工商和市场监管等部门加强相关备案工作的衔接与配合，积极推行合同示范文本，引入第三方支付方式或行业保证金制度等资金监管方式。

在维权层面，北京市律师协会消费者权益法律事务专业委员会主任邱宝昌表示，在法律中，没有对“预付费”的交易形式、行为主体做出严格规定，任何商户可以预付卡的形式出售商品、吸引客户。但预付式消费应当按照买卖双方协议承诺履行，但行业内有商户将预收款挪作他用使经营成本增加，或者商户最终倒闭，造成维权难度加大。

预付式消费对商家来说，是一种维系消费者黏性的工具。如果利用得当，预付式消费可以使得商家和消费者双双受益，但很多企业留下了顾客的手机号码、地址、钱财，但是没有留住顾客的心。

有业内人士认为，对经营者来说，利益至上。商家为谋取更多利益，而失去诚信自觉导致侵权问题防不胜防，越来越严重。同时，由于消费者维权意识薄弱，在进行预付式消费时，没有考虑签订合同、明确约定，掌握有利证据，也导致权益受损时难以维权。相关数据显示，消费者预付式消费投诉中近九成没有掌握有效证据，导致维权行动举步维艰。邱宝昌提醒，消费者预付消费时，要选择金额小、周期短的消费形式。北京商报记者 吴文治 王维祯