

去年预付费类消费纠纷显著增加 中消协呼吁

预付卡消费乱象亟须立法规制

1

预付消费领域乱象频现 跑路前搞促销涉嫌诈骗

2020年初的新冠肺炎疫情,让消费维权形势出现了新的变化。

中国消费者协会日前发布的《2020年全国消协组织受理投诉情况报告》(以下简称《报告》)显示,2020年全国消协组织共受理消费者投诉982249件,解决749317件,投诉解决率76.29%,为消费者挽回经济损失156393万元。其中,部分领域涉疫类投诉大幅攀升,医疗器械投诉比2019年涨幅较大。

与此同时,涉及家政、健身、教育培训等预付费类消费纠纷显著增加。《报告》认为,办卡等预付式消费已成为投诉顽疾。尤其是,个别培训机构在明知出现重大风险且难以恢复正常经营的情况下,仍然持续宣传、招生、收取高额费用,涉嫌合同诈骗。

中消协呼吁,国家加强预付式消费立法,从收取预付费的经营者资质、合同要求、履约担保、资金管理、信息披露、费用退还、冷静期、退市要求、法律责任等方面进行规制,防范后续风险;同时修改完善企业信息公开暂行条例、严重违法失信企业名单管理暂行办法,加强对企业注册信息变化,如法人变更、终止经营、合并转让等重大事项监管,加大退市审核力度,强化经营者退市责任。

对于个别企业在“跑路”前搞促销圈钱的行为,中国消费者协会秘书长朱剑桥建议,对恶意圈钱跑路行为加强联合执法,加大信用惩戒力度,实施从业禁入,追究法定代表人刑责。

当前,“先交费后消费”的预付式消费模式已经渗透到人们的日常生活,从最初的办卡、买券,到如今的各类付费会员、充值满减等,各行各业的商家都在不断拓展预付式消费的应用场景。

不过,预付卡消费乱象频现。办卡前未告知重要条款,实际消费限制多;设置不公平格式条款,前期交费容易,后期退款难;商品或服务质量和承诺不符;商家转让、倒闭,债权债务不做妥善处理;甚至有部分商家以低价优惠为诱饵,诈骗钱财,卷款跑路。

校外教育培训机构预存学费,也成为预付消费领域的一大槽点。

受新冠肺炎疫情影响,2020年线下教育培训机构受到较大冲击,在线教育培训机构发展加速的同时,消费者投诉问题开始增多,而今年最引人关注的是,企业“跑路”前还在搞促销。

2020年9月,橄榄球运动培训机构巨石达阵被传出资金困难,多个城市的校区大面积停课。而就在该机构停课前的一个月,还有课程顾问在大力推荐课程,让家长续费。

“跑路前还在搞促销,可能涉嫌诈骗。”专家认为,企业经营出现困难,多渠道筹款回款原本情有可原,但是有意隐瞒经营状况、持续投放广告来吸引消费者进行资金回笼,这样的营销方式显然不可取。

中消协舆情监测显示,近年来在运动健身



领域甚至出现一种“健身房充卡”的骗局。朱剑桥透露,一般套路是,经营团伙事先租用某个场地声称要开办健身房,装修时有意拉长装修周期,延迟设备进场时间;与此同时雇佣临时人员或兼职人员散发传单,招揽客户预付费充值办卡;等到消费者想要去健身时却发现场地仍在装修中,但健身房老板已经卷款“跑路”。

朱剑桥说,部分不法经营者通过预付式消费模式恶意套取资金“跑路”的趋势愈演愈烈,不仅损害广大消费者的合法权益,而且容易引发群体投诉,对经济秩序和社会稳定造成严重

危害。

为此,朱剑桥呼吁,相关主管部门应予以严厉打击,通过企业开办审核、资金账户监管、信用审查、批评约谈、追究刑事责任等手段,加大对欺诈行为和不良营商手法的约束和惩处力度,保障消费者资金安全和合法权益。

同时,他还提醒消费者,要擦亮眼睛,关注经营者口碑和经营状况,谨慎选择交易对象,细签合同明确权利义务,尽量控制办卡额度和期限,保留好发票、协议、消费记录,发现问题及时依法维权。

2

经营者盲盒营销应适度 消费者购买盲盒勿沉迷

盲盒的兴起,在给消费者带来惊喜的同时,假劣、“三无”产品等一些乱象如影随形。

2020年12月,辽宁铁岭的一位消费者在网上购买5个盲盒。收到快递后发现,5个盲盒中有1个商品已明显损坏,还有两个存在质量瑕疵。

质量问题、售后服务缺失一直是消费者投诉最多的。2020年7月,来自河北衡水的李女士在网上购买一只盲盒,收到后发现盲盒里的是假货。于是李女士联系商家客服要求退货,客服称会帮忙处理。但是李女士等了一周也没有等到任何处理结果。

中消协指出,从消费者反映的情况来看,有的产品可能不符合有关国家标准安全性指标;有的可能是假冒的山寨品或者二次销售品;有的是没有生产日期、质量合格证以及生产厂家的“三无”产品;还有的存在划痕、掉漆、污渍等质量瑕疵。

朱剑桥坦言,盲盒与普通商品相比,具有

很强的信息不对称性,消费者只能依靠商家的广告传来选购,很容易被商家的夸大商品价值、虚构中奖概率、颜色款式不符等虚假宣传所误导。

“有些经营者的产品本身并没有过硬的竞争力,只想蹭盲盒的营销热度;有的经营者将盲盒当做是清库存的工具。”朱剑桥分析说,这些行为不仅损害了消费者的合法权益,也扰乱了市场正常秩序,不利于行业的健康发展。

中消协提醒经营者,尽管盲盒销售中关于产品的款式等存在一定的保密性,但关系产品质量和服务的信息,如产地、成分、生产日期、保质期、使用存储条件、安全警示、价格、“三包”等均应当充分告知,保证真实全面,不得作出虚假、夸大或者引人误解的宣传,让盲盒内在物品的商品价值、出现概率、分布方式等关键信息真实透明,保障消费者的知情权。

“无论盲盒是按照正品销售还是附属品

销售,盲盒本身都是商品,经营者都必须承担法定的质保责任。”中消协有关负责人强调,一方面,要保证产品来源可靠、链条完整,杜绝“三无”产品和仿冒品;另一方面,积极履行退货、更换、修理等经营者义务,不得以“附赠品”“抽奖品”等借口免除应当承担的质量保证和售后服务义务。

“盲盒营销应适度。”朱剑桥说,要把精力放在提升主营产品和服务的质量上,过度依靠盲盒营销的噱头误导消费者冲动购买,用一些粗制滥造的产品糊弄消费者,只能产生短期的吸引力,会很快消耗消费者的信任,损害自身商业信誉。

朱剑桥提醒,消费者要认识到盲盒具有不确定性的本质,认清并防范商家过度营销的套路,拆开盲盒既有可能因高于预期而惊喜,也有可能因低于预期而失望,不能只抱着投机或者中彩票的心理购买盲盒,不应过分沉迷。

3

直播带货乱象备受诟病 平台监管责任务必强化

2020年,直播带货异常火爆。不过平台责任意识、品质意识缺失的现象也受到社会关注。

2020年7月,中国消费者协会发布的《“6·18”消费维权舆情分析报告》显示,“6·18”促销活动期间消费维权负面信息中,“直播带货”类负面信息较为集中。共收集有关“直播带货”类负面信息超过11万条。

消费者反映的问题主要有:直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务;部分主播特别是“明星主播”,在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题;产品质量货不对板,平台主播向网民兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等;直播刷粉丝数据、销售量刷单造假“杀雏”;售后服务难保障。

2020年10月21日,有消费者通过某网红

直播间购买某公司销售的24小时定制无瑕粉底液,并承诺购买该产品会赠送价值400元花火底妆刷,但这名消费者收到的却是价值9.9元的普通粉刷。

事实上,直播带货乱象贯穿全年。直播带货中,选择性介绍产品,回避关键信息;承诺的优惠、赠品不兑现;诱导私下转账等乱象,同样备受诟病。

中消协透露,网购协议暗藏不公平格式条款。首次注册或软件更新后,都需要消费者同意经营者的协议,否则无法登录。消费者往往未加关注或不能完全理解协议的具体内容,导致后期维权陷入被动。

《报告》显示,2020年在具体服务投诉中,投诉量居前五位的分别为经营性互联网信息服务、餐饮服务、远程购物、培训服务及交通运输投

诉。

中消协指出,当前,直播带货等新消费模式不断涌现,网络游戏、在线视频等娱乐消费日渐增多,由于交易参与主体多、法律关系复杂等原因,相关投诉亟须引起各方重视。

朱剑桥建议,有关政府部门加大对直播平台、主播、经营者的审核、监管力度,明确直播带货视频的保存期限,相关主体的证据提供义务,防止有关经营者混淆经营业态,逃避法律规制;强化直播平台责任,加强对不法直播行为的查处,完善信用惩戒措施,对严重违法的责任主体实施市场禁入。

朱剑桥表示,消费者在直播购物时要谨慎选择,冷静面对秒杀、劝诱,避免盲目凑单,拒绝私下转账,慎用专拍链接,留存直播视频,防范网购骗局。

(侯建斌)