

# 预付式消费纠纷的纾解路径研究

郑文乐<sup>1</sup>, 柳雯丽<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>宁波大学法学院, 浙江 宁波

<sup>2</sup>绍兴市妇幼保健院, 法务部门, 浙江 绍兴

收稿日期: 2023年9月19日; 录用日期: 2023年10月30日; 发布日期: 2023年11月8日

## 摘要

预付式消费作为一种新型消费模式, 在为消费者带来便利优惠及为经营者吸引客源方面发挥重要作用的同时, 也常常因商家“生病”、“跑路”、“转包”等乱象丛生、问题频现, 又因预付式消费领域存在法律的真空地带而使得其弊端肆虐蔓延, 致使消费者合法权益遭受侵害。随着经济社会的发展, 预付式消费纠纷案件激增, 呈现出涉及行业范围愈发广泛的特点, 已经成为难以忽略的消费热点问题。文章通过典型案例释法明理, 解构其原因和类型, 为保障预付式消费者的合法权益、完善预付式消费制度提供些许裨益。

## 关键词

预付式消费, 消费者权益保护, 行政罚款, 完善路径

# A Study on the Path of Relief for Prepaid Consumption Disputes

Wenle Zheng<sup>1</sup>, Wenli Liu<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>School of Law, Ningbo University, Ningbo Zhejiang

<sup>2</sup>Legal Department, Shaoxing Maternal and Child Health Center, Shaoxing Zhejiang

Received: Sep. 19<sup>th</sup>, 2023; accepted: Oct. 30<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 8<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

As a new type of consumption model, prepaid consumption plays an important role in bringing convenience and benefits to consumers and attracting customers for operators, but it is also often caused by “sickness”, “running away”, “subcontracting” and other chaotic phenomena, problems arise frequently, but also because of the prepaid consumption area there is a legal vacuum and

\*通讯作者。

文章引用: 郑文乐, 柳雯丽. 预付式消费纠纷的纾解路径研究[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(11): 6197-6202.

DOI: 10.12677/ass.2023.1211848

make its shortcomings rampant and spread, resulting in the legitimate rights and interests of consumers suffered infringement. With the development of economy and society, the cases of prepaid consumption disputes have proliferated, showing the characteristics of a wider and wider range of industries involved, and have become a hot issue of consumption that is difficult to ignore. The article explains the law and deconstructs its causes and types through typical cases, in order to protect the legitimate rights and interests of prepaid consumers and improve the prepaid consumption system.

## Keywords

Prepaid Consumption, Consumer Protection, Administrative Fine, Improvement Path

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 问题的提出

2016年11月,丽水市莲都区市区某女子健身会所突然贴出告示,告知全体会员因经营场所未能重新获得租用权,导致健身会馆歇业,会馆将对会员办理的消费年卡进行退费处理。然而,在会所在对全体会员年卡中的剩余金额陆续进行清退时,部分会员却发现退款到账的金额与自己计算的并不相符,于是寻求负责人欲重新计算退费金额,却遭到了会所相关负责人的拒绝。无独有偶,2021年最高人民法院也公布了这样一则典型案例:2020年12月18日、26日,在原告莫某向被告佛山市爱尚阳光健身有限公司分别支付了定金与尾款后,双方签订了《私人教练服务协议》,共同约定关于原告私教课程的具体内容,同时还约定了私人教练课程一经出售,概不退费。值得注意的是,两份协议均加盖了“一经收款,概不退款”的内容。随后,原告莫某以路程较远不适合完成剩余课程以及“概不退款”条款对原告无效为由诉至法院,请求解除当事人双方签订的协议并返还相关款项。

上述预付式消费纠纷真切地发生于社会生活当中。无可厚非,在健身、美容、美发等行业中,预付式交易消费作为商家招揽长期稳定客源的一种手段,但伴随而来的交易纠纷也威胁着经济法治秩序的安定,也由此产生一系列消费法治问题:预付式消费纠纷因何而产生?存在什么样的形态样式?又该如何依法解决以维护消费者的合法权益与市场经济的和谐秩序?为了维持经济法治秩序的和谐稳定,这些摆在预付式消费领域中的问题值得学界去思考和探究。

## 2. 预付式消费纠纷的现象分析

根据《消费者权益保护法》的有关规定,消费者就是为满足生活需要而购买商品或接受服务的人。随着经济社会的持续发展和消费者生活水平的逐步提高,预付式消费亦俨然成为一种重要的消费类型,其性质为一种商业模式。对于预付式消费纠纷现象,需要总结归纳其类型并精准剖析其原因,这是找寻到解决对策的必然前提。

### 2.1. 预付式消费纠纷的类型归纳

在实践当中,预付式消费纠纷主要可以归为五种类型:

第一,商家失踪,卡在人无。其模式为部分商家以优惠条件吸引消费者完成消费后,以营业场所变更、经营者更换、商家撤销、服务转包等为由携款脱离交易关系,致使消费者蒙受损失。<sup>1</sup>

第二，虚假宣传，利诱消费。其模式为部分商家以虚假陈述的方式欺骗消费者进行消费，但与合同的实际履行效果差异较大，甚至发生退款难取得、退款难满意等问题，致使消费蒙受损失。<sup>2</sup>

第三，消费前后，待遇各异。其模式为部分商家以表面让利的方式诱导消费者办卡消费，但办卡消费前后的服务内容和经营承诺却天差地别，在遇到货不对板、售后困难等问题时商家间互相推诿，致使消费者遭受损失。<sup>3</sup>

第四，服务变更，难以为继。其模式为一些经营者在消费者办理预付卡并支付卡金后，单方面地变更其承诺的服务内容。例如在美容、美发、健身等服务领域，消费者为了接受特定人员所提供的服务而在办理预付卡。若经营者擅自撤换专业人员或特定服务人员离职，则无法满足消费者订立合同时的目的。<sup>4</sup>或者，部分经营者以“升级”、“换购”为由，擅自提高单次服务价格，取消盈利较低的服务项目。再比如，有的消费者出于商家距离其家庭住址或工作单位较近而办理进行了预付式消费，若商家搬离此地址，则消费者的需求则无法满足，侵害了对地理位置或环境有特定要求的消费者的权益。而本案与之相类似，只不过变更方是消费者自己。

第五，霸王条款，冷酷无情。其运作模式为部分经营者凭借交易主动权，设置一些严重偏袒自身的格式条款，以排除或限制消费者的正当合法权利，满足自身利益最大化、责任相对减轻或免除的目的。常见的霸王条款如“余款不退”、“一经售出，概不退款”、“最终解释权归本企业所有”等，严重侵犯了《消费者权益保护法》第9条规定的消费者自主选择权。

## 2.2. 预付式消费纠纷的主要原因

在类型既定的基础上，沿着市场交易的逻辑，按照法律关系的分析范式，预付式消费纠纷产生的主要原因，主要来自以下四个方面：

第一，经营者往往占据并掌握着交易优势地位。经营者在预付式交易过程中往往占据的优势地位，并借此实施的虚假宣传、强制消费、霸王条款、捆绑销售等行为，是预付式消费纠纷产生的主要来源[1]。例如本案中，被告公司的“概不退款”条款即是一种霸王条款，其不仅引发了预付式消费纠纷，还是对商家个人的诚信道德原则与经营者的真诚交易规则的违背。

第二，消费者的外在环境与内在因素共同导致。与经营者在交易关系中所占据优势地位相对地，消费者往往会因为信息不对称等原因而身陷劣势地位。如果说这是从客观环境因素考量的，那么消费者自身的内在因素亦不容忽略，这主要有两大方面：一是消费者自我保护意识不足而陷入被动局面也易造成预付式消费纠纷；二是消费者基于自身的消费意愿大小所引发的预付式消费纠纷，亦是一种不容忽视的纠纷动因[2]。例如本案中，原告莫某即是因为个人原因而意欲单方解除预付式消费合同，本质上为因情势变更而导致的消费意愿衰减，而经营者所提供的服务价值相较于合同订立初期也随之衰减，进而产生的预付式消费纠纷，这显然尊重了预付式消费服务合同具有特定的人身属性，以及强调双方信任基础而不适合强制履行的特点的[3]。

第三，监管法律缺失以及责任主体缺位的影响。扮演者组织者、管理者和监督者等重要角色的法律监管，应当是管控预付式消费纠纷的重要力量[4]。但一方面在执法、司法依据上，欠缺健全的法律法规；另一方面监督管理主体也并不明确，使得其在事前难以有效预防预付式消费纠纷的产生，而在事后容易

<sup>1</sup> “蓝葆德·誉诺”婚礼会馆事件：2013年，日月光中心的“蓝葆德·誉诺”婚礼会馆老板卷款而逃，至少55对新入无处结婚，有人损失高达15万元，涉事金额约在数百万元，来源：中国经济网。

<sup>2</sup> 吴某与某母婴护理中心纠纷案：2020年，该公司并未合同约定的内容护理和照料吴某的三名女婴，并且致使吴某女儿患上肺炎，来源：南海政法网。

<sup>3</sup> 朱某与“你我您”社区团购纠纷案：2019年，朱某难以享受到该社区团购所购买的驾驶驾考服务，涉案的永通驾校和天东驾校与“你我您”平台之间互相推脱责任，来源：搜狐网。

<sup>4</sup> 罗晓枫与宁波顶峰健身有限公司合同纠纷案：2019年，原告罗晓枫以预约的教练不在被告处就职、合同目的不能实现为由，诉请法院解除原、被告之间的健身服务合同，并要求被告退还原告私教课费用11,887元，参见(2020)浙02民终4385号民事判决书。

令消费者身处维权无门、投诉无果的尴尬境地。

第四，预付式消费的运作模式自身存在的弊端。预付式消费设立的门槛低、成本小且缺乏监管。经营者在进行预付式消费交易时无需工商行政部门批准，亦不必提供相关担保，这为纠纷产生提供了温床与土壤，由此引发的预付式消费纠纷可能存在着群体性、取证难、处理周期长、维权成本高的特点[5]。

### 3. 预付式消费纠纷的纾解路径

预付式消费纠纷能否妥善处理，关系到人民群众的消费信心。前文已对预付式消费纠纷的原因进行了剖析，主要来自四个层面：一是经营者；二是消费者；三是法律监管；四是其本身的运作模式。故而，对预付式消费纠纷的纾解路径，也应当基于上述四种层面，针对性地寻求突围。

#### 3.1. 经营者的层面

经营者在交易关系中所占据的优势地位，是客观存在的。因此，作为内因，应当调动预付式消费交易中经营者的主观能动性，将此种优势地位转化为恪守依法交易的市场品德。首先，经营者应当自觉遵守经济消费领域的法律规范，做到诚信经营、依法交易、真诚履约，将经济利益与社会责任有机统一起来。其次，可以鼓励经营者通过企业官网、微博、微信公众号等多途径实时更新企业的经营动态信息，并利用多平台与参与预付式消费关系的消费者保持联系，使经营者将优势地位转化为交易品格的过程能够得到公开监督与检验[6]。最后，应当要求经营者规范合同条款，对合同条款做到尽职审查，谨防霸王条款等不公平条款的创制。对此，试试发挥市场监督管理部门等有关机关的强制作用，也不失为一种增强强制力的选择。

#### 3.2. 消费者的层面

消费者层面造成预付式消费纠纷的原因主要有内在和外在双重因素。因此，在针对消费者层面上，也需从此二者展开研究。一方面，在内在层面上，应当引领、教育、指导消费者提高自我保护意识，对各类预付式消费优惠待遇要保持高度警惕，并且尽量选择信誉度较高的商家与之交易。同时，在预付式消费过程中根据自身实际需要量力而行，注意收集并保管好各种证据，做到有迹可循。另一方面，在外在层面上，消费者在寻求侵权救济时，可以向市场监督管理部门、消费者协会、电子商务消费纠纷调解平台、舆论媒体等多渠道维权[7]。有关部门亦应当联合消费者权益保护组织等社会组织和团体，有针对性地加强法制宣传，增强消费者的维权意识与风险防范意识，推动良好预付式消费文明风尚的构建。

#### 3.3. 法律监管的层面

监管法律的确实与责任主体的缺位，共同导致预付式消费纠纷风波不断。对此，一方面，立法先行。立法机关应当立足于本国实践情况，借鉴域外的先进经验，博采众长，将规制预付式消费乱象的法律制定提上日程，使得预付式消费纠纷解决有法可依。可以以《民法典》为一般法，将预付式消费纠纷条款章节内设于《消费者权益保护法》《食品安全法》《产品质量法》《旅游法》《广告法》《商标法》《反不正当竞争法》《反垄断法》等诸项单行法律之中，并辅之以含有地方特色的地方性法规或规范性文件，构筑消费者权益保护法律体系。另一方面，明确主体。沿着“明确监管主体 - 明确法定权限 - 明确法律责任”的思路，应当在相关法律文件中明确监管预付式消费纠纷的主体，同时强调各部门之间的相互分工和配合，并以权责统一为原则设置行政责任，督促有关部门依法履职[8]。在这方面，我国已有地方实例可供参考。例如 2021 年，佛山市消费者委员会制定了《佛山市消费者委员会支持预付式消费服务纠纷起诉暂行管理办法》，深化社会共治、明确监管权责、扩大信用平台范围、引导消费者理性消费、督促企业诚信经营等多措并举，有力地推动了预付式消费服务纠纷的纾解工作。

### 3.4. 预付式消费本身的层面

预付式消费运作模式本身，也是纠纷产生的来源之一。优化预付式消费的运作模式，可以从以下几个方面着手推进。第一，提高预付式消费的准入门槛。一方面，在加强法律监管与市场监管的基础上，将预付式消费纳入信用监管体系，建立预付式消费经营主体资格备案制度、财务信息申报制度、风险等级公示制度、无理由退费制度等，依法规制预付式消费活动[9]。另一方面，发挥服务行业协会的桥梁作用、保险公司的担保作用，推进社会协同治理。例如，2009年上海美发美容行业协会制定的《上海市美发美容预付消费卡发售企业自律公约》中，就要求经工商行政管理部门注册登记、加入上海美发美容行业协会并自愿接受自律公约约束的发卡企业应当向上海美发美容行业协会交纳一定数额的售卡保证金。这与2008年厦门市贸易发展局协同厦门市工商行政管理局等有关部门发布的《关于加强零售业购物券(卡)管理的通知》中强制要求发卡企业必须采取银行担保或第三方监管的履约担保方式有异曲同工之妙，本质上均属于通过经济手段来达到预付式消费纠纷的规制目的。除此以外，采用法律手段特别是权利的调配，也逐渐成为一种有效方式[10]。早在2011年9月，宁波市工商局起草的《宁波市美发美容业预付费服务交易合同》，就在其“违约责任”项下，尝试赋予消费者任意解除权。时至2016年，提交浙江省十二届人大常委会第三十一次会议初审的《浙江省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法(修订草案)》中，就为预付式消费者创设了后悔权的规定。这些规范实例，能够在一定程度上平衡预付式消费交易关系中，经营者与消费者的强弱地位反差，堵塞预付式消费领域的权利漏洞，倒逼经营者群体规范自身的从业行为。但是也要注意，在当前和今后的工作中，要增强消费者理性依法维权的意识和本领，以避免权利的滥用，织密法律的网络。

## 4. 结语

党的二十大报告精神强调，要坚持人民至上。具体到消费领域，则意味着对消费者保护力度的加大和加强。预付式消费，于经营者而言节省了交易时间、提高了交易效率；于消费者而言可能意味着享受折扣优惠、提高消费质量。但在这种消费类型中，经营者与消费者信息的不对称性、部分经营者的文字游戏、某些消费者的任性冲动等因素对预付式消费秩序造成了强烈冲击。因此，规制预付式服务消费，是立法机关应当提上日程的重要任务，亦是人民法院经济审判工作中需要重点关注。

法国作家拉罗什福科曾有言：“真诚是一种心灵的开放。”笔者衷心期盼，作为预付式消费服务的提供者，经营者应当依法真诚地与消费者进行交易；同时，消费者也应当在进行预付式消费前认真经过“冷静期”，在预付式消费后审慎使用“后悔权”，在瞻前顾后中树立良好的消费理性人形象，消费合同接触可“任意”但不能“任性”。除此以外，有关预付式消费的法制与法治工作应当提上日程，缓解《消费者权益保护法》在应对新兴消费模式中消费者权益保护方面所呈现出的疲态，同时也利于为消费者权益保护领域经济法与《民法典》的有效衔接做好充分准备。综上以观，预付式消费纠纷的纾解路径完善，不仅有利于提升预付式消费者的消费信心，也对于维护预付式消费环境安全与秩序稳定、构建公平正义与和谐有序的法治社会具有重要意义。

## 参考文献

- [1] 徐海燕. 预付式消费遭遇跑路的法律规制研究[J]. 人民论坛, 2022(2): 88-91.
- [2] 夏晓宇. 论医疗美容纠纷的消费者保护路径[J]. 中国政法大学学报, 2021(2): 78-97.
- [3] 黄荣. 任意解除权在预付式消费合同中的适用范围[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2019, 32(2): 103-106.
- [4] 姜媛, 李正民. 预付式消费监管问题研究[J]. 机构与行政, 2023(3): 29-31.
- [5] 邱译莹. 试论预付式消费中退卡问题的相关消费者权益保护[J]. 时代金融, 2013(23): 199-200.

- [6] 费尤祥. 预付式消费纠纷产生的原因及化解建议[N]. 江苏经济报, 2015-02-04(B03).
- [7] 周新, 周飞. 预付式消费行为法律规制问题分析[J]. 丽水学院学报, 2022, 44(1): 80-85.
- [8] 陈懿珂. 预付式消费模式的风险及规范路径分析[J]. 中国商论, 2022(10): 25-27.
- [9] 贾亚伟. 预付式消费中消费者权益保护现状及法律对策研究[J]. 上海商业, 2022(12): 19-21.
- [10] 金子文. 预付式服务合同中消费者任意解除权的证成[J]. 吉林工商学院学报, 2022, 38(5): 100-104.