

预付式消费“充值容易退钱难”?最高法发布司法解释 严惩卷款跑路,“收款不退”认定无效

让消费者放心消费,让经营者诚信经营。最高人民法院3月14日发布司法解释,完善预付式消费民事纠纷裁判规则,更好保护消费者权益。

这份司法解释共27条,针对纠纷中的追责主体认定难、退卡难、转卡难、举证难等作出一系列规定,自2025年5月1日起施行。

严惩卷款跑路

在健身房办张卡,去理发店充个值,给娃报个培训班……近年来,越来越多的预付式消费出现在生活中,也带来诸如卷款跑路、霸王条款等令人防不胜防的“痛点”。

“办完卡,恨不得每天都去店门口看一眼。”这是一位消费者对记者发出的感慨。一些经营者“提钱跑路”甚至与消费者“躲猫猫”,严重扰乱市场秩序,损害消费者权益,产生许多纠纷。

司法解释对此明确规定,经营者收取预付款后终止营业,既不按照约定兑付商品或者提供服务,又恶意逃避消费者申请退款,消费者请求经营者承担惩罚性赔偿责任的,人民法院依法予以支持。经营者行为涉嫌刑事犯罪的,人民法院应当将犯罪线索移送公安机关。

不少消费者有这样的疑问:在商场中租赁场地的店铺“跑路”了,商场是否也有责任?

对此,司法解释明确了商场场地出租者对租赁场地经营者资质的形式审查义务和过错责任。同时最高法明确,适用本条规定时,应当严格依法,避免不当加重商场场地出租者责任。

近年来,预付式消费领域“跑路”现象频发,还有人充当“职业闭店人”,恶意帮助经营者逃避债务,从中牟利。

最高法当天发布的6件涉预付式消费典型案例中,有2件就是对“职业闭店人”进行惩治。其中一起案件中,“职业闭店人”还以欺诈为目的诱使消费者充值,被法院以诈骗罪判处有期徒刑。

规制霸王条款

会员卡办了就不给退,还不能转让给他人,甚至卡丢了也不能补……这些令人哭笑不得的“规定”,你是否遇到过?

此次司法解释作出明确规定,收款不退、丢卡不补、限制转卡等霸王条款应依法认定无效。同时,司法解释从不同角度,明确消费者转让预付卡、解除合同、无理由退款等方面的权利:

消费者转让预付卡,只需通知经营者即对经营者发生效力。受让人既享有原持卡人的权利,还享有请求经营者更名、修改密码的权利。

消费者因身体健康等自身客观原因致使继续履行合同对其明显不公平的,可与经营者协商,协商不成的,有权依法解除合同。

消费者自付款之日起七日内有权请求经营者返还预付款

本金。

“七日无理由退款规则有利于贯彻诚信原则,保护消费者权益。”最高法民一庭庭长陈宜芳说,司法解释对此也作了合理限制。比如,如果消费者订立预付式消费合同时获得过相同商品或者服务,说明其对商品或者服务已有充分了解,就不能七日无理由退款。

值得注意的是,司法解释明确规定,经营者“迁店”给消费者接受商品或者服务造成明显不便等情况下,消费者有权解除合同。

最高法发布的典型案例中就有这么一起案件:黄某与重庆某公司签订培训合同,接受舞蹈培训,培训费3000元。2个月后,公司发出消费者告知函称,黄某上课的培训场所停止教学,需要选择新的培训地点。告知函还“声明”,因消费者个人原因不到场培训的,公司不承担责任。黄某认为,原培训地点紧挨其住所,更换后的三个培训地点离居住地很远,遂起诉请求解除合同并退款。

法院经审理,判决公司返还黄某培训费2473.97元。

破解举证难

对于不少人来说,预付式消费往往就是购买一张卡,并不会签订合同。一旦发生纠纷,难免面临“举证难”的问题。对此,司法解释专门明确了对消费者有利的合同解释规则。

“如果经营者未与消费者订立书面预付式消费合同,应适当对消费者有利的解释,引导经营者主动订立书面合同。”最高法民一庭副庭长吴景丽说。

吴景丽介绍,司法解释还规定了经营者提供证据的责任。经营者控制合同文本,或者记录消费内容、次数、金额及预付款余额等信息的证据,却无正当理由拒不提交的,可以根据消费者的主张认定争议事实。

保护消费者权益的同时,也要维护经营者合法权利。

最高法民一庭法官谢勇表示,司法解释防范滥用权利的不诚信行为,引导当事人遵守合同,助力降低经营成本,避免不当加重经营主体责任,维护诚实守信、加强经营者权益保护。

君子喻于义,小人喻于利。

“无论是经营者违反法律规定向消费者‘薅羊毛’,还是个别消费者滥用权利向经营者‘薅羊毛’,都将受到抑制。”陈宜芳说,人民法院将进一步助力增强消费信心、改善投资环境,促进经营主体诚信守诺,让广大消费者和经营者在更加诚信友好的市场环境中开展交易。

据新华社

中消协发布2025年度『共筑满意消费』消费维权年主题调查报告 消费者对直播营销类最不满意

直播营销“差评”、社交电商“主流”、主播推荐“祛魅”……“3·15”前夕,中国消费者协会发布2025年度“共筑满意消费”消费维权年主题调查报告。记者梳理发现,诸多与消费者有关的关键词值得关注。

科技创新与文化个性 消费热度高

报告显示,过去一年,受访者线下消费渠道前三分别为:超市60.2%、购物中心51.0%、街边店铺49.2%;线上消费渠道前三为综合电商平台65.3%、社交媒体平台56.0%、生活服务类平台54.6%。对比看,消费者在线上消费比例占比更高。

调查显示,消费者认为未来有望成为新热点或继续保持消费热度的商品中,智能化电子产品(29.7%)、新能源电动汽车(26.6%)及“潮牌”和“国潮”文创产品(21.0%)位列前三,凸显科技创新与文化个性的双重导向。

从商品类消费的调查结果来看,消费者在过去一年中对部分商品类别表现出较高的不满意度。其中,食品类、保健食品类和服装鞋帽类排名前三,占比分别为28.1%、20.2%和18.6%。此外,医药及医疗用品类(17.8%)、美妆护肤类(17.8%)和日用百货商品类(17.1%)也列消费者不满意商品的前几位。

在服务类消费中,消费者对直播营销类的不满意度最高,占比为17.0%;其次是医疗服务类和网络订餐类,占比分别为16.2%和15.7%。金融保险理财类(15.1%)和网络销售类(14.5%)也因服务质量问题受到较多关注。

对外卖订餐 不满意度提高

报告显示,消费者对网络订餐消费表示不满意的占比从2024年的10.6%上升至2025年的15.7%。近年来,消费者对餐饮、外卖服务的食材新鲜度、加工卫生及营养搭配的关注度持续提升。部分商家为压缩成本使用劣质原料或违规操作,导致食品质量参差不齐;平台对入驻商家的审核和监管力度不足,消费者投诉后处理效率低。这些因素不同程度上导致网络订餐服务消费的满意度下降。

在可能影响消费意愿的诸多因素中,27.8%的受访者最关注“产品质量差”;“售后没保障”(23.8%)和“虚假宣传或引人误解的宣传”(21.0%)紧随其后,反映出消费者对于商家诚信和售后服务的高度重视。“服务态度差”(19.6%)、“安全性没保障”(18.7%)等因素也对消费意愿产生较大影响,说明消费者在关注产品质量的同时,也更加看重购物过程中的体验和安全性。

从消费者最关注的企业经营表现来看,“售后有保障”依旧是焦点所在,受访人群占比达28.9%,高居首位。对于“有喜欢的主播或KOL(关键意见领袖)推荐”的关注度占比仅为7.9%。

对虚假宣传最担忧

调查结果显示,21.9%的受访者认为过去一年的消费环境“越来越好”,43.1%的受访者认为消费环境“比较好”,二者占比为65.0%。消费者认为当前消费环境存在的主要问题中,虚假宣传或引人误解的宣传(23.0%)、个人信息泄露(22.5%)、价格虚高(21.3%)列前三位,占比均超过20%。假冒伪劣及售后服务没保障紧随其后,分别占

比19.5%和19.3%。这些问题不仅加剧消费者维权难度,也削弱其对市场的整体信任。

主动维权的消费群体中,45.2%的受访者希望能够“赔偿损失”,42.9%的受访者表示“商家同意退货换货即可”;约三分之一的受访者表示商家必须道歉(31.4%),或是“要求曝光,让其他人注意”(31.0%)。

对于调查报告中体现出的消费乱象,中消协有关负责同志指出,虚假宣传或引人误解的宣传、个人信息泄露、价格虚高、假冒伪劣等问题仍持续困扰消费者,应当重点加强治理。据新华社

