

未经消费者同意擅自转让 服务“缩水”

消费者:我被美容店“转卖”掉了

“你们承认我的卡被转过来了,卡里也还有钱,为啥不给我退款?”

“我们只接收客源,没收到您的钱,退钱请找原先的老板。”

近日,记者陪同北京市民高女士来到北京朝阳一家美容店沟通退款事宜。高女士拿着手机站在柜台前,指尖划过屏幕里的聊天记录截图——这是她与原店仅存的联系。此前,她充值的美容店在未告知的情况下突然转让,新店虽表示“接收原店会员”,但坚决拒绝退款,双方在会员权益、服务项目等问题上僵持不下。

“店看似还在,但我的权益完全无法保障。”高女士感觉,自己作为消费者被原店主“转卖”掉了。

预付式消费以其便捷与优惠在健身、教培、美容等行业广泛应用。针对预付式消费门店完全“跑路”的情况,相关部门近年来已出台多项政策进行规制,消费者权益得到一定保障。但记者近日调查发现,一种新情况日益频繁——原经营者将会员连同门店经营权一并转让。实践中,部分门店未告知消费者擅自转让、新经营者拒绝承接原服务义务、原经营者“甩锅”离场等乱象,成为侵害消费者权益的新痛点。



(CFP)

A 门店变更暗箱操作

2023年2月,高女士和朋友在家附近的“荟×堂”美容店各办了一张美容卡。高女士储值2300余元购买10次补水项目,朋友储值1800余元购买10次祛痘项目。

之后,因高女士出国留学、朋友赴外地上学,两人均未消费。同年5月,原店铺客服突然联系高女士,告知店铺已被转让给“里×”店,原会员关系被一并转让,原卡可继续使用。

“选择美容店,美容师是关键因素。换店后,原来的美容师都离职了,很多服务和原来也不一样,我不想在新店继续消费。”高女士告诉记者,当时身在国外,不便解决,在客服确认“过两年会员关系仍有效”后,她计划毕业回国再处理退费。

今年5月回国后,高女士联系客服要求退款,甚至表示愿意承担违约金。不料,对方发来一份转让合同截图,条款写明:“合同签订后,甲方将店内顾客档案交接给乙方,经甲方签字确认的客户在乙方接手后不接受这些顾客任何形式的退款诉求,只以乙方提供的服务项目方式承接,如顾客要求退款,由甲方负责(因乙方原因导致顾客退款除外)。”

“新店让我找原老板,但原老板电话已成空号。”高女士说,无奈之下,她拨打12315热线。接线员表示此事由属地商务局管辖,将转交处理。“次日,商务局工作人员来电了解情况后称会调查。又过了一天,对方回复联系不到原老板,无法解决问题,建议我再找12315或自行起诉。”

“原老板早已不见踪影,如何起诉?而且因2000多元起诉,耗时费力,不值得。”高女士决定直接向新店讨要“说法”,于是出现了开头一幕。

高女士表明退款意向后,美容顾问递上项目表,劝说她将卡内余额转为新店消费额度。然而,新店最便宜的补水项目一次需380元,高女士卡里的余额仅够做6次,和当初购买的10次服务严重不符。

“美容师都换了,转店也是事后通知我,感觉被糊弄了,我只想退钱。”高女士态度坚决。

“转店转的是客源,哪会挨个通知?退不了,钱是原老板收的,我们只负责服务。”美容顾问解释道,转让时只移交了客户档案,现门店相当于“用服务换客源”,只有顾客后续办新卡才算其收入。

双方僵持不下。美容顾问反复劝说高女士“做几个项目,不然钱白花了”。离店后,高女士叹息:“美容师我完全不熟悉,项目表上品牌名还有错别字,哪敢做脸?难道钱只能打水漂了?”

B 被迫转店退款无门

消费者遭遇门店变更后,常陷入“要么在新店消费、要么起诉维权”的两难处境,高女士的遭遇并非孤例。

记者调查发现,门店变更后,消费者常面临“原卡不认”“服务‘缩水’”“维权无门”等问题:新店主以“主体变更”为由拒绝承认原会员卡,或服务质量大幅下降;原经营者失联,新经营者推脱责任;消费者维权时又因“主体不清”“证据难寻”陷入困境。

今年5月,北京市朝阳区一家健身房突然在会员群通知,称5月底闭店,会籍可转至新健身房。北京市民武女士在该店办理了1万余元私教课程,尚有30多节未上。

“能不能退款?哪怕退部分?”武女士等会员的第一反应被店长明确拒绝:要么转店,要么在5月底前用完课程。

“新店距原店3公里多,原本我从家步行就能到,现在开车需20分钟且难停车。”武女士说,更令人不满的是新店处处设限,“在原店可直接约私教,新店

虽接收私教课,但要求我另花3000元左右办会员卡才能刷脸进场”。

武女士还分享了维权群中其他会员的经历:有人称教练安排的上课时间均在上班时段,且一周仅能约一次课,导致连续两周约不上课;有人提出退款,则被新店推给“之前的老板”,而原店早已人去楼空。目前,部分会员正准备起诉维权。

上海市民陆女士也有类似遭遇。2024年8月,她在家门口一家舞蹈工作室办了4299元年卡,“步行5分钟上课”是其办卡主因。同年12月4日,工作室突然通知该校区闭店,迁址至15公里外,背离了她“就近健身”的初衷。

陆女士要求退费,店员以“能转店上课已属负责”“转卡免手续费”为由推托,甚至打出“都是打工人”的感情牌回避退款。协商无果后,陆女士报了警,警方认定为民事纠纷无法强制处理。她又拨打12345热线,商家拒绝调解并

称“12345管不了我们”。

被逼无奈,陆女士决定起诉。她通过“案沪通”平台提交标注原地址的合同、缴费收据、迁址通知截图、维权聊天记录等证据,要求退还剩余的2866元。

今年2月排庭日期确定后,商家态度突变。开庭前一天,店员先提议扣28%手续费,后降至10%并提出4月底退款,均被陆女士拒绝。最终,商家妥协同意全额退款,当晚2866元到账。

中国政法大学民商经济法学院副院长、商法研究所教授朱晓娟认为,消费者与原门店之间存在合同关系,门店变更意味着合同主体变更。根据相关法律法规,主体变更相当于合同转让,需经合同当事人(即消费者)同意。未经告知擅自转让,明显未履行法定义务。同时,主体变更与内容变更属于不同的法律关系,新经营者应依法履行原合同约定的权利义务。拒绝履行、擅自提高消费门槛、缩减服务内容或推脱责任等均属违约,应承担相应责任。

C 现有规定尚存不足

受访专家介绍,近年来,针对预付式消费乱象,我国已有消费者权益保护法、《单用途商业预付卡管理办法(试行)》、消费者权益保护法实施条例、《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》等,对门店变更环节的告知义务、服务承接、消费者知情权及退费对象等有所涉及。例如,消费者权益保护法实施条例要求经营者停业或迁移服务场所应提前告知消费者,消费者有权要求继续履行或退还预付款余额。

但在北京大学法学院研究员彭峰看来,现有规定仍存在一定不足:

告知义务后果不明。虽有告知要求,但未明确未告知的法律后果,缺乏可预期的法律制裁。相关司法解释规定“未经消费者同意将预付式消费合同义务转移给第三人”的,消费者可请求解除合同,但未细化经营者未告知是否构成违约、应否额外赔偿、是否涉及欺诈等。同时,缺乏统一的登记或公示义务,经营者易规避风险。

监管滞后。预付式消费隐

蔽性强,交易关系非强制登记,监管多集中于事后处理。市场监管部门常在消费者集中投诉或门店“跑路”后介入,缺乏对经营者变更、合同义务转移、账户监管等事前动态监测机制,导致监管“滞后、碎片化、难触及”。

维权成本高。虽有投诉、诉讼路径,但消费者常面临举证难(实际经营主体是否变更、谁主导收款、预付款流向如何等)、耗时长、成本高等困境,客观上助长了经营者“违法收益高于守法成本”的逆向激励。

(《法治日报》)