

金台视线

加强对企业预付费用项目监管，让消费者更安心

本报记者 向子丰

预付式消费是指消费者提前充值一定的金额，而在固定场所或约定时间内进行的消费。这种消费形式，对消费者来说，不必每次都进行支付，还可以享受一定的优惠；对经营者而言，通过一定让利，可以提前收取费用，还能获得稳定客源。本来是一举两得的事，却因为种种原因，成了一些商家侵害消费者权益的伎俩。

上海市的魏先生曾购买某旅游公司的旅游卡，“销售人员说这张卡可以预约国内1800多个景点，热门景点只需要提前两天预约。可我实际预约时，旅游公司多次以渠道受限为由拒绝出票。”魏先生说。

有的商家为了让更多消费者办卡，往往会对产品进行美化包装，结果与实际情况出入太大，或者承诺难以兑现，有虚假宣传、误导消费者的嫌疑。山东泰安市网友张伟（化名）在人民网“人民投诉”平台上反映，自己购买了799元10次的自助餐卡，但实际上到店后发现，广告中宣称的海鲜、烧烤等菜品都没有，甜品用料也不新鲜。“我随后申请退款，平台却说已经消费了，没办法退款。消费者在办卡时只能看到商家在网络平台上的宣传广告，看不到实际情况是怎样。平台应强化监管，保护消费者的合法权益。”张伟说。

还有的商家会在广告中显著标注“不满意全额退款”等广告语，以此吸引消费者，但真正退款时，消费者却要面临重重阻碍。

消费者愿意预付费，是建立在商家信任基础之上，但当商家因为经营不善等原因“跑路”时，消费者却往往维权无门。广东深圳市的黄女士花费近3000元购买了瑜伽健身半年卡。开卡不到一个月，商家就多次以团课人数不够、公司内部培训、馆内线路出现故障、消防问题整改等原因取消课程。黄女士说：“后来，这家门店关闭停业，商家提出可以将会员卡转移到其他门店，但课程费用更贵，还需要再交一笔钱才能继续上课。我不同意，商家就迟迟不给我安排课程。”

有读者反映，消费者至多保存有充值时的支付凭证，经营者收取预付资金后是否履约、履约程度、卡内余额、转卡记录等都难以证明，这往往导致消费者陷入维权困境。

商务部曾发布相关办法，要求企业发行预付卡时应到相关部门备案，并存放一定额度的资金。各地也纷纷出台细则，加强对预付费资金的监管。例如，北京市规定对预收资金余额达50万元规模的经营者实行强制备案；上海市建设了统一的单用途预付卡协同监管服务平台。不过，相关规定还在逐渐完善过程中，尤其需要在执行环节落实落地。

北京市中闻律师事务所律师李斌表示，一些地方规定了预付费资金管理方法，但主要是依靠经营者主动备案，如果经营者没有按规定要求备案，目前执法和查处还存在一定难度。“如何让经营者能够主动自觉地进行备案，进入监管平台，是执行过程中非常关键的一环，需要监管部门不断创新探索。”李斌说。

中国政法大学经济法研究所副所长范世乾则表示，单用途预付卡管理难，难在涉及多个部门、多个行业，既有实体经济监管，又有金融监管。应明确监管主体和监管部门对预付消费“管理什么”“怎么管理”“如何惩治”等具体内容，加强统筹、组织和协调，从而实现对预付式消费的事前、事中、事后监管，约束经营者的违法违规行，畅通消费者维权渠道。

深圳市读者袁文良建议，从预付式消费经营者申办有关手续时就应严格监管，对其实行信用管理，对信用好的商家备案公示，对曾有失信行为的商家应注明，以便监管部门核查和消费者选择。“还可以建立‘质量保障金’制度，防止经营者‘跑路’或出现问题时不配合解决。有关部门在日常监管中，应定期核查其消费记录，防止其借‘预付费’之名违规变相从事投融资活动。”袁文良表示。

“消费者也要理性分析自己的消费需求，科学评估商家的宣传广告，在签订合同时认真阅读有关条款，拒绝‘霸王条款’，避免口头协定，以防被侵权时遭遇维权难问题。”范世乾说。

（郝子薇参与采写）

解决退费难题 探索有效监管

人民网记者 崔元苑

据人民网“人民投诉”平台数据显示，2023年以来，该平台收到大量关于预付式消费的投诉，涉及旅游、健身、美容、餐饮、网购、亲子娱乐等多个领域。

消费者通常是被商家宣传广告吸引而购买预付卡，但在真正消费时却发现商家宣传与实际不符，或者在消费过程中商家经营情况出现变化，侵害了消费者的合法权益。

比如，健身类预付式消费中，消费者遇到商家股东变更、教练辞职或更改使用规则等变动，难以保证最初承诺的服务。在旅游类预付式消费中，则出现有效期内预约难、限制多、无法正常消费、未按合同约定标准服务等情况。在电商平台上，预付式购物卡有时会出现充卡后被限制购买、限制下单且不退款内余额等问题，让消费者措手不及。

预付式消费不仅在使用中容易出现多种问题，而且当消费者认为服务与协议不符，或其他原因需要退费时，可能遭遇退费难。在平台接到的大量关于预付式消费的投诉中，有51.4%的投诉涉及退费问题，显示退费难让消费者十分困扰。其中，因机构

“跑路”、门店关张等原因造成退费难的，占总投诉量的20%。有网友投诉称，办年卡的健身房“无证闭店”“跑路”或店铺转让，无法退还剩余卡费；还有网友投诉在餐饮店、酒店等办了预付卡，充值后还没来得及消费，商家就“跑路”了，至今找不到人退款。

诸多投诉案例也显示，消费者一旦购买了预付卡，不管是否已经使用，都有可能面临退款难、退费难的问题。在健身预付式消费方面，有消费者表示，“商家虚假宣传，无法提供服务，退款还被拒”；在旅游预付式消费方面，有网友投诉“未出行、未消费、不满意，商家不履行全额退款承诺”；在护肤、保健预付式消费方面，有网友投诉“商家以‘特价卡’不退不换为由拒绝退款”；在电商平台，有消费者投诉“7天内申请退款，机构在完全未消费情况下还要收取高额手续费”。

在生活中，预付式消费使用场景越来越多，从原来的健身、美容等场景，逐步扩展到家政服务、户外游玩、视频娱乐等场景。有关部门应关注市场变化，及时跟进监管方向，维护消费者的合法权益。

帮助消费者避开预付费的“陷阱”

2023年6月，我和朋友各花了1888元，在福建厦门某健身房办了健身年卡。当时，商家开展促销活动，说办年卡可以免费加赠三个月。不过，店里工作人员表示，系统正在升级，要等一个月以后才能使用。没想到，系统升级没多久，健身房门口就贴出了法院告示，说健身房拖欠房租，随后就看到要求健身房腾退清场的法院告示了。

当时，我们的年卡才用了一个多月。协商后，商家给我们的解决方案是转到另一家健身房。但那家店离我们居住的地方非常远，当初办卡就是图这家店离家近。如果是这么远的距离，我们显然无法接受。不久，这家店也不接受转店了。我们找了

很多部门投诉，但都没有好的解决办法。这件事情中，最让人气愤的是商家明明经营不善，已经撑不下去，却还在大力促销，吸引更多消费者办卡。后来，有人说，当健身房突然大力促销长期卡，或者频繁推出各种优惠活动时，就要小心了，恐怕是为了最后收一波钱后“跑路”。但健身房促销本来就很常见，普通消费者哪能分辨得出来？

希望有关部门加强监管，对有违法经营、关门“跑路”、敛财诈骗等行为的经营者，加大执法力度，大幅度提高失信违法成本，帮助消费者避开这些消费“陷阱”。

福建厦门市 苏先生



版式设计：汪哲平

身边事

挖沟取土 损害路基

我是安徽宿州市砀山县官庄坝镇的村民。2023年夏天，我们这里的雨水冲坏了一些农村公路、农田和果树。有的路边护栏滑进排水沟里（见下图），有的果树被冲倒。

往年雨水比2023年还大，却很少出现这种情况。主要是因为修水利设施挖沟、挖沟取土时，挖得较厚较深，致使邻近的公路路基、农田边缘等周边的土变薄变少了。雨水一多，道路、农田、果树就容易受损、冲倒。

希望在挖排水沟时，做好科学规划和施工，以防此类问题再次发生。

安徽宿州市 张世俊



建议

规范住宅小区电梯广告

住宅小区里的电梯已经成为不少商家喜欢的广告载体。我所在的小区电梯广告经常更新，有美食美酒，有装修维修，还有健身美容等广告。有些广告虽然不违反法律法规，但部分画面和内容不太适合未成年人观看。

小区电梯广告可以说是精准投放给小区住户，首先必须考虑是否适合所有小区居民尤其是未成年人观看。希望负责小区管理和服务的物业公司或业主委员会担起责任，对电梯广告内容严格把关，多些充满正能量的有益内容，并做到老少咸宜，不要让电梯广告成为监管盲区。

河南郑州市 王武岗

汽车维修应明码标价

不少车主修车时都有这样的体会，汽车维修服务很少明码标价。大型维修店还好，个别小的维修店经营者随口要价，甚至价外加价。因为价格不透明，消费者投诉都很困难，而这也让部分经营者更加不规范。

建议有关部门采取措施，要求汽车维修服务明码标价，通过标价牌、价目表、电子屏幕等明示各项服务价格。通过网络方式提供服务或者销售产品的，也应通过网络页面，以文字、图像等方式明码标价。有关部门还可以制定一些主要服务项目的指导价，让消费者心中有数。还应健全完善售后服务机制，畅通消费者投诉举报渠道，引导汽车维修企业诚信经营。

北京朝阳区 张挺博

公共场所 灯光亮度应适宜

晚上我到家附近的公园散步时，发现公园座位下面都安装了LED灯，灯光亮度十分刺眼。远远看过去还行，可是坐在座位上就觉得很不舒服。大家也因此都不愿意坐在座位上。离此地不远的儿童公园也有类似情况。园内的路灯和球场灯明亮到让人无法直视，游客只能低着头走路。公园亮化是件好事，既美化了环境，又保障了安全。但公共场所亮化也应当注意舒适性，灯光太亮也不好。建议在LED灯外加个磨砂灯罩，让刺眼的灯光柔和些，让游客感觉更舒适。

河北石家庄市 卫民

征集

农历龙年春节将至，人民日报“读者来信”版和人民网“领导留言板”联合推出“春节怎么过，等你来建言”征集活动，请读者提出意见建议。



邮箱：rmbdzlx@126.com
传真：(010)65368495

百姓关注

防止有害文具损害学生健康

孙立极 刘禹舟

近年来，学生文具市场蓬勃发展，各种款式百花齐放。有的造型独特，与卡通形象相结合；有的功能新颖，电动卷笔刀、电动橡皮擦、桌面吸尘器等新式文具相继上市。这些可使用还可把玩的文具，受到不少学生青睐，但与此同时也带来一些困扰。

过于新奇的文具有分散学生们的注意力。河南三门峡市小学教师孙女士表示：“有的学生上课时，因为玩文具走神。”作为学生家长，山东德州市的李先生说：“新式文具价格不低，孩子们热衷于购买，开销不小。而且刺激了他们的攀比心和虚荣心，不利于孩子健康成长。”

此外，还有一些文具存在安全隐患。辽宁科技大学教师张赛楠曾就文具中的化学质量问题做过课题研究。她指出，一些企业为了生产出质地柔软、色泽鲜艳、气味芳香的橡皮擦产品，通常会加入大量的邻苯二甲酸酯增塑剂。这种化学物质如果黏附在皮肤上或吸入口中，可能影响儿童的生长发育，严重时

还会诱发重大疾病。有的书包中加入了氯化石蜡，让书包的外观更漂亮、手感更好，更加吸引消费者，但氯化石蜡同样会对未成年人的身体健康造成损害。

2022年2月1日，《学生用品的安全通用要求》(GB 21027—2020)（简称“新国标”）正式实施。“新国标”针对14周岁及以下学生使用的学习用品技术指标作出限定。据此，各地市场监管部门通过监督检查和专项整治，加大了对学生文具的监管力度，并对一些问题产品实施召回。比如，2023年4月，上海市市场监督管理局发布信息，召回某文具知名品牌422万余件产品，涉及橡皮擦、剪刀、图画本、笔袋等品类。部分产品召回的原因即是邻苯二甲酸酯、游离甲醛等有害物质含量超出“新国标”限值。

文具行业进入门槛低，生产企业多是中小微企业，销售渠道也多为互联网平台，为市场监管带来不少新挑战。日前，国家市场监

督管理总局通报2023年学生文具等产品质量监督抽查情况，结果显示，在12家平台129家销售单位抽查的144批次学生文具中，有10批次产品不合格。其中，7批次产品可触及的塑料件中邻苯二甲酸酯增塑剂的限量不合格，3批次产品边缘、尖端不合格。

“有的企业为了赚取更多利润，没有采用成本更高的安全生产材料，而是选择了成本低廉但潜藏危害的替代材料。”张赛楠认为，一方面，针对文具可能存在的有害化学物质的相关限量标准有待进一步完善；另一方面，生产企业对化学物质检测投入不足，也导致一些文具产品化学物质存在超标风险。

河南商丘市读者黄齐超来信提出，文具“新国标”对文具用品的有害物质检测更为严格，但仍存在需要细化的地方。比如，“有毒物质”范畴还不够广，有些有毒物质没有纳入检测与监管。职能部门除了加大监管力度，还要加大宣传力度。“文具漂亮一点是好事，

但决不能为了好看而不顾安全。家长也要正确引导孩子，文具的作用是辅助学习，不能只看重文具的‘颜值’。”黄齐超说。

“新国标”扩充了圆规、书套、墨水、美工刀、手动削笔机等产品品类，对液体胶黏剂、书包、笔袋、彩泥、橡皮擦和塑料部件等产品增加了有害物质限量的要求，但面对层出不穷的新式文具，仍有未能覆盖之处。中国矿业大学宁云才教授提出，应进一步完善学生文具市场质量标准，以化学有害物质限值标准来说，“可根据文具产品种类繁多的特点，增加文具产品检测方法相关标准，提升检测结果的准确率。”

此外，部分文具的安全标准并未区分学龄前儿童以及中、小学生，而不同层次的消费者受到的化学有害物质危害程度不同，对化学物质风险认知也不同。宁云才建议，应加大文具化学质量安全宣传的力度，提醒学生及家长购买更安全的文具产品。

中国政法大学民商经济法学院副院长刘继峰建议，应加强文具生产、销售、售后全链条监管，既要在准市场的前端加强监督，防止不合格的产品进入市场；同时要加强对销售环节的产产品质量监管，持续加大学生文具专项整治力度；完善商品的召回机制，借助信息化手段建立全产业链条的信息追踪体系，利用缺陷产品召回制度防止产品损害范围的扩大；加大查处力度，对未按法律法规要求标明警示标志或中文警示说明的产品、“三无”产品、有害物质超标的产品，责令经营者下架、停止销售，依法予以查处。