

培训机构套现离场为何如此“潇洒”?

职业闭店人助机构卷款跑路调查



□ 本报记者 韩丹东
□ 本报见习记者 张婉莹

家住山东青岛的唐女士给孩子报的课程包还剩2万多元没学，培训机构就跑路了。

从2021年6月开始，唐女士就给孩子报了一家青少年机器人基地的培训课。查看到这家机构的法定代表人颇有名望，注册资金雄厚，出于信任，她每次买的都是80课时、120课时的大课套餐。然而，前一阵老师突然通知基地需要消防整改，暂停上课；几个星期后的10月份，这家机构彻底停课，连培训老师都联系不上了。

唐女士和其他家长沟通后发现，机构闭店前，不仅毫无根据地停课，还降低了注册资本，更换了法定代表人，显然蓄谋已久。“我们感觉这家机构背后有职业闭店人在操作跑路。”

《法治日报》记者近日调查发现，在休闲娱乐、教育培训等领域，一些商家利用预付款消费机制，卷款跑路的情况屡见不鲜，其中不少存在职业闭店人的身影——他们“帮助”经营不善的机构策划好关门、跑路方法，并接手处理后续维权问题；通过重新组建客服团队、降低投诉，诱导消费者接受不公平方案。

受访专家认为，我国法律法规为经营者有序退出市场提供了良好的制度路径，而职业闭店人通过帮助经营者摆脱风险、规避责任来获取不法收入，经营者挪用预付款后“套现离场”，逃避法律责任，损害了消费者及其他利益相关者的合法权益。对此，应当完善法律法规，增强执法力度，提高行业自律，强化消费者教育与保护，有效治理这一乱象。

闭店前还在搞促销 发现不对已难维权

培训机构连续几周都以消防整改为由停课，让唐女士感觉很不对劲。她向相关部门求证，得知并无消防整改的要求。后来，她查询企业工商信息发现，原注册资金900万元的这家机构今年3月已注销，替代原企业与家长签订合同的是2023年8月成立的3家注册资本为30万元的公司，名称极其相似。等到机构彻底关门后，唐女士和群里其他家长想要起诉维权，结果从相关部门了解到，该公司的法定代表人变更为一名60多岁的老年人，无儿无女无房产。

后续，该机构给出了这样的解决方案：可以跨店转课、转会员。

唐女士所在的维权群内，不少维权的家长斟酌后无奈接受了转课的方案。原因是维权要花费大量时间和精力，即便起诉有了判决，该公司现在的法定代表人大概率是一个无偿债能力的职业背债人。

“与其因为机构倒闭一分钱都拿不回，还不如接受转课，能学几天是几天。”有家长如是说。

唐女士告诉记者，她以及维权群里的不少家长，都不是第一次遇到这种情况了：机构倒闭不可能一夕之间，明明已经经营不善了，但就是瞒着家长，还大搞促销活动课。

“一边收钱，一边暗地里降低注册资本，变更法定代表人，转移资产……”多位遭遇培训机构跑路的家长说，这几乎成了一种熟悉的套路，里面多少涉及职业闭店人的系列操作，家长发现不对时已难维权。

家住北京市海淀区的李女士花2万多元给孩子报了羽毛球培训班。最近，机构跑路了，她成为“维权大军”中的一员，她所在的维权群，人数近千人，每个人登记的金额从几千元到几万元不等。

“前不久的一周周六，我送孩子去上课，结果发现

机构跑路了。该机构的很多家连锁店一夜之间都关门了，想退款都找不到人。”李女士说，明明快倒闭了，还搞活动收割学费，维权群内不少家长刚充值上万元，有的只上了几次课，有的还没上过课。

记者在第三方企业信息查询平台查询到，在今年8月，即李女士口中促销活动期间，这家机构的注册资本从500万元变成了10万元。

不久前，家住河北省保定市的刘女士在一家游泳培训机构给孩子报了个10节课、周末去上课时发现，这家机构的3个门店都悄无声息地关门了，销售顾问也不见了踪影。

10月29日，这家机构的相关工作人员突然出现，称老板换人了，给大家提供补课方案——不仅要到较远的地方上课，还需要再支付一笔续费费用。

一位知情人士表示，她看到该公司某股东提供的聊天记录，显示老板在跑路前将一昵称为“vivi”的账号拉进股东群。vivi声称股东们设计了一个“公司套公司的模式”，即新公司在旧公司持股，承接旧公司所有会员未消费课时，如有会员要求旧公司退费，旧公司就称没钱退费。vivi还提出可以找人代持股份，“找一个谁都没见过的名字，旧公司股东就不用承担退费责任了”。

帮人闭店逃避责任 严重破坏市场秩序

中国消费者协会发布的2024年上半年消费维权舆情热点显示，职业闭店人成为预付款消费维权的阻碍。记者调查发现，在社交平台上，有些职业闭店人公然做起了生意。

有账号打着“培训机构老师”的名义不断发布“过户法人，3天到5天交接，为校长规避责任”“目前你的培训机构经营状况良好的吗？培训机构负债百万，手里资金不多，怎么才能快速转让？”培训机构未上课时太多，消不掉又转不掉怎么办”等内容帖子，并带着“机构转让”“负债”“闭店倒计时”“机构转型”等话题标签，提供转店咨询，甚至称业务范围“可覆盖全国”。

记者以一位美术培训机构所有人的身份进行咨询，一客服人员告诉记者“早一天转让就少赔一天”，他们帮忙转让到手的钱比找别人接手的钱能多出好几倍，哪怕店铺亏损也能转让，几天就能完成法人过户交接工作，为店主规避责任。

该客服信誓旦旦地保证：“在湖南、河北、河南、广东、江苏等全国范围内，我们提供线上咨询，了解基本情况后，有自己的‘途径’找到转让接收方，价格也可以面议，有负债的公司也可以帮忙转手。”

这些职业闭店人会要求店主提供详细的店铺面积、成本(装修、押金、房租等)、地址、现有客户、未消费的客户储值费用、营业执照类型、格局结构(机构员工人数以及人工成本)等信息。一昵称为“全国培训运营管家”的“转店老师”称需要收取1500元的中介费用，并且要按照转让价格的10%抽成。

有业内人士告诉记者，店主与职业闭店人一拍即合后，接下来就是一套类似的流程：商家跑路后，所谓的“投资人”给客户找转课机构，声称对客户负责，他们先提出转课方案，要求客户额外支付转课费，如果转课计划失败，就会因为一些“矛盾”不断拖延未消费费用的处理，最终声称法定代表人已更换，他们不用承担旧公司的法律责任，不予以退费，最终不了了之。

“还有一些机构在跑路前会再圈一笔钱，甚至有的机构走注销程序并且完成注销，但仍举办促销活动，然后以卫生整改、消防整改等原因直接闭店消失。”该业内人士说。

北京嘉雅律师事务所执行主任葛友山认为，商家在跑路前囤积的行为是明知自身无力履行合同义务，仍通过举办活动取消消费者资金，该行为可能构成诈骗罪。这种行为为严重侵害消费者的合法权益，破坏了市场秩序。

葛友山介绍，职业闭店人通过转移资产、更改经营主体、解散员工等行为，意图帮助原经营者规避法律责任的行为，可能构成滥用公司法人独立地位及其有限责任的情形，从而导致公司法人人格被否认，原经营者仍应当对公司债务承担连带责任。

“如果原股东存在逃避出资、逃避债务的主观恶意，通过股权转让实现金蝉脱壳，导致公司注册资本不实，损害债权人利益的，原股东仍应承担法律责任。”葛友山说。

建立责任追溯机制 依法严惩有效震慑

从采访情况来看，在预付款消费领域机构闭店频发，涉及金额较大的情况下，众多消费者面临维权无门的局面。

河北经贸大学法学院副教授王娟认为，职业闭店人具有专业性、隐蔽性的特点，加上不法利益的驱使，让一些居心不良的人铤而走险。消费者在消费前期缺乏一定的维权意识，导致证据不足，维权过程坎坷，结果亦不理想，其维权动力往往也不足。

今年7月1日起实施的消费者权益保护法实施条例，强化了预付款消费领域经营者的义务，增加了“经营者出现重大经营风险停止收取预付款”的要求和“经营者决定停业或者迁移服务场所”的提前告知义务，有助于规范预付款消费领域的市场秩序，维护公平竞争环境。

在葛友山看来，规范和打击职业闭店行为，需要多方协同努力。首先，应当进一步明确针对职业闭店行为的法律责任，确保法律的可操作性，可以增加关于虚假注册、恶意转让等行为的条款，以提高违法成本。

其次，建立跨部门联合惩戒机制，将职业闭店人列入失信被执行人名单，并限制其从事相关行业的经营活动。再次，加大执法力度，市场监管部门和公安机关应加大对职业闭店行为的打击力度，建立快速反应机制，对涉嫌违法的企业和个人进行及时调查和处理，通过信息化手段实现各地市场监管部门之间的信息共享，提高对职业闭店行为的监测和预警能力。

“还应建立便捷的投诉和维权渠道，如设立专门的热线电话和网络平台，方便消费者及时反馈问题。”葛友山建议，建立责任追溯机制，确保即使在机构注销或转让后，原经营者和职业闭店人仍需对其行为承担法律责任。对涉嫌诈骗、虚假营销等严重违法行为的职业闭店人，依法追究其刑事责任，以形成有效震慑。

王娟认为，应设立预付款专用账户，实施专款专用，加强监管，各地应出台具体的实施细则，明确限制预付款的期限、金额等，对预付款的使用加强监督。市场监管部门对于法人的变更事项应严格审查，预防职业背债人的出现。职业闭店人提供协助闭店行为的，应承担连带责任。

中央财经大学法学院副教授周游提醒道，消费者需要在消费前充分了解经营者的各项情况，比如经营者是否已经持续一段相对较长的营业时间；是否多次通过预付款消费开展营业；充分地评估未来在该店消费的频率和金额。当预付款消费方式的单个商品或单次服务的价格明显低于市场价格时，消费者应谨慎对待，避免落入陷阱。

漫画/高岳

□ 本报记者 王睿
□ 本报通讯员 吕佳慧

AI技术的蓬勃发展，使得越来越多的数字人走入直播间。各大平台纷纷推出AI数字人直播，由此引发不少法律纠纷。

前不久，浙江省市场监管局出台《浙江省网络直播营销行为规范指引》，首次规范AI数字人直播问题，有效回应AI时代到来直播营销中需规范的问题，避免深度伪造技术、数字人技术无序滥用。

数字人直播有哪些风险与挑战?该如何规范数字人网络直播营销行为?相关部门又有何举措?(法治日报)记者就此展开了调查。

发展中暴露法律问题

当下，直播作为一种深入人心的互动娱乐模式，竞争已经非常激烈。开播难、成本高、效果差、内容同质化承接的转化率不高且自播如何多元化等，都是商家关注的核心问题。这种情况下，不需场地、不需事先排演，简单输入内容就能开启直播，不会卡顿不会跳槽，价格便宜“量足”，能做到跟真人一样思考、推理和回复的AI数字人主播就成了众多商家的选择。

早在2020年的“双11”期间，飞利浦、欧莱雅等品牌就启用了早期虚拟人AI主播来带货。今年刘强东AI数字人首场直播成交额超5000万元，随后京东平台上的多家品牌旗舰店纷纷开启了总裁数字人直播……

记者采访一家数字人直播公司了解到，通过数字技术，一周内就可以定制出一个数字人的形象，从提供直播话术到打通直播通道、全流程配套服务，价格在6000元到2万余元，可以24小时不间断直播，每天所需的成本远低于真人主播。

随着数字人直播市场规模不断扩大，相关法律纠纷随之而来。2023年4月，杭州互联网法院审结了一起我国首例涉及虚拟数字人侵权的案件。该案中，上海魔法公司打造了数字人“Ada”，而杭州某网络公司未经授权，发布了两段含有该数字人的视频画面。

上海魔法公司认为，杭州某网络公司在未经授权的情况下传播使用该虚拟数字人，侵犯了他们的美术作品、视听作品的信息网络传播权，以及侵害了录像制作者及录像制品中表演者的信息网络传播权，同时还构成虚假宣传的不正当竞争行为，因此将杭州某网络公司起诉至杭州互联网法院，要求其消除影响及赔偿经济损失50万元。

杭州某网络公司则认为，虚拟数字人形象不属于美术作品，原告不享有相关作品著作权，而且真人演员并非表演者，不构成职务表演，原告也不享有表演者权，被告的行为不构成侵权，也未因发布这些视频而实际获利。

经审理，杭州互联网法院一审判决杭州某网络公司构成著作权侵权及不正当竞争，为原告公司消除影响并赔偿经济损失(包含维权合理费用)12万元。

杭州互联网法院副院长、案件审判法官官家辉称，虚拟数字人虽然并非法律意义上的表演者，不享有表演者权，也不享有视听作品的著作权或录像制作者的权利。但是，上海魔法公司作为该虚拟数字人的制作方以及真人演员所属公司，依法或依约拥有该虚拟数字人相关的权利。

造成侵权公司应承担

数字人主播如果有侵权行为，谁来担责?今年9月，一虚拟主播直播时使用Q版“戴拿奥特曼”皮套与观众进行互动，被奥特曼形象的被侵权方公司投诉侵权。

原告公司主张，该主播通过虚拟数字人形式使用完整奥特曼形象，侵犯了奥特曼的信息网络传播权和作品改编权。最终法院判决被告主播公司赔偿原告公司经济损失及为制止侵权支出的合理费用6万元。

“吃饭了吗?”“今天去哪儿玩?”直播间里，与观众互动的，不是真人主播，而是呆萌天真的“二白”机器人。“二白”因天真可爱收获全网500万粉丝，观众可以在直播间与之对话、打赏、互动。

然而就在“二白”大火之时，网络上出现了一个自称“二白”兄弟的“大白”，不仅直播间照搬照抄“二白”，就连吸引观众的直播话术、语言技巧都与“二白”如出一辙，还在直播间售卖“大白”机器人智能直播软件。唯一与“二白”不同的是，“大白”不是一个

数字人直播引发不少法律纠纷

浙江出台《指引》首次规范数字人直播问题

实体的机器人，只是一个数字小程序。“二白”所属杭州某智能科技有限公司起诉维权，诉称“大白”所属的四川某科技公司构成著作权侵权及不正当竞争。

“网络直播模式本身并不是反不正当竞争法所保护的，每个人都有权利使用直播这个形式进行合法合理的经营活动。”杭州互联网法院案件承办法官沙丽分析，本案难点在于，如何界定智能机器人直播的法律性质以及如何对原创者进行保护，这是人工智能等新业态发展给知识产权保护带来的新挑战。

最终杭州互联网法院审理认定，被告有明显的“搭便车”攀附商誉的故意，这种省却自身劳动，不正当地利用他人劳动成果攫取竞争优势并以此参与市场竞争活动的行为有违公认的商业道德，判决被告构成不正当竞争，赔偿经济损失30万元。

除了引发的侵权纠纷外，AI数字人直播其实还涉及大量其他方面的法律问题。

浙江垦丁律师事务所律师单启迪介绍：“存在中之人(即操控虚拟形象的真人主播)的合同性质问题、账号归属问题、‘开盒’问题等；还有虚拟分身及个人信息、隐私保护合规问题。比如大量平台提供了用户上传的真实人脸照片，再结合用户照片生成个性化的AI虚拟形象，其中涉及大量关于个人信息保护的问题。此外，还存在数字人对他人人格权的侵害等问题。”

避免滥用数字人技术

AI数字人直播行为引发多个平台关注与重视，有视频平台拟出台细则限制数字人直播，认为直播过程中使用非实时直播内容或道具代替真实直播的行为都是“非真实直播”，属于“低质量内容”，并举例说明，使用插件、AI等工具生成虚拟形象进行直播是典型的违规行为。

DCCI互联网研究院院长刘兴亮认为，数字人直播可能容易产生大量低质量、同质化的内容，影响用户的观看体验。通过限制数字人直播，平台可以更好地控制内容质量，确保观众获得更优质的观看体验。

“真人主播可以实时回答观众的问题，提供个性化的购物建议。但数字人直播真实互动相对弱，可能降低用户的购物体验，也容易出现虚假宣传、诱导消费者等问题。”网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫蕾青说。

今年8月，为切实加强网络知识产权保护，促进互联网直播行业健康发展，强化互联网直播相关知识产权行为规范及风险防范，杭州互联网法院制定了《网络直播行业知识产权保护法律风险防范指引》，其中对虚拟形象等虚拟财产的登记、“变装”软件、机器人直播软件等新型直播技术过程中的著作权侵权风险等作出提示。

9月，浙江省市场监管局依据现有法律法规，针对网络直播营销行为乱象，出台了《浙江省网络直播营销行为规范指引》(以下简称《指引》)，以目录清单的方式列明了30条“雷语雷禁”的经营者合规要求，并首次规范AI数字人直播问题。

《指引》回应AI时代到来直播营销中需规范的问题，避免深度伪造技术、数字人技术无序滥用。

比如，部分直播营销通过深度合成技术生成以假乱真的含有名人明星声音、口型、图像等视频，向直播间引流，使得消费者误以为明星、名人及直播间存在代言关系，从而欺骗粉丝或受众。《指引》明确要求：“不得通过内容虚假的短视频等方式诱导消费者点击进入直播间，未经授权许可不得使用或者通过AI深度合成技术等方式伪造他人声音、肖像剪辑拼凑音视频为直播间制作引流短视频广告。”

针对AI数字人可能导致公众混淆误认的问题，《指引》中明确：“使用应用深度合成服务的AI数字人可能导致公众混淆或者误认的，应当在合理位置、区域进行持续、显著标识，与自然人名义或形象进行明显区分，不得采用技术手段删除、篡改、隐匿区分AI数字人标识。”

“在上好网直播主播‘第一课’的同时，我们将规范网络直播营销行为作为助企惠民、让企业和群众更加有获得感的重要举措。”浙江省市场监管局广告监管处负责人说，《指引》是浙江省市场监管局开展网络直播营销规范工作、整治互联网广告领域市场秩序的具体实践。



漫画/高岳