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

依法治理预付式消费乱象

□ 本报记者 孙天骄

“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。”

……

7月14日午后，《法治日报》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。阳光透过玻璃窗洒在前台的项目价目表上，高女士攥着手机站在柜台前，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。

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，顾客档案明细表甲方需确认签字，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。”无奈之下，高女士拨打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？”

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”为由推脱，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、缩减服务内容或推诿责任等均属违约，应承担相应责任。

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錞看来，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。

漫画/李晓军

遏制恶意转让须把好经营主体准入和变更关

□ 本报记者 孙天骄

预付卡还在手里，门店招牌却悄然更换，新店对退款诉求置之不理，原店老板早已消失无踪——近年来，预付式消费门店私下转让、消费者权益受损的乱象频发。针对这一新痛点，治理的关键在哪里？

近日接受《法治日报》记者采访的专家指出，破解难题的关键在于构建覆盖事前审查、事中监控、事后救济的全过程治理机制，并借助技术手段推动制度有效落地，切实保障消费者知情权、选择权和救济权。

“防止‘暗箱变更’的第一步，是把好经营主体的准入和变更关，从源头遏制恶意转让。”北京大学法学院研究员彭錞说。

他认为，在事前环节，应通过强化准入和变更登记制度，提升对预付式经营主体的实质审查强度。例如广东深圳已明确要求，凡涉及法定代表人或实际控制人变更的预付式经营企业，须采用线下方式办理登记，并提交变更承诺书，避免“空壳转让”或“借壳逃责”；同时，2025年2月10日起施行的《公司登记管理实施办法》也为打击“职业闭店人”提供了依据，规定当存在滥用法人地位、恶意规避债务等情形时，登记机关可不予或撤销登记，从登记源头封堵经营主体“洗牌式”逃责路径。

彭錞建议，在事中监管方面，地方政府可借鉴上海、山东济南等地经验，探索行业分类监管与资金托管制度相结合的路径。

例如，上海自2025年起对体育健身行业实行“限期、限额、限次”的预售管控政策，引导小额短周期服务，防止“超售”；济南推出的“预付宝”模式通过银行信托账户对消费者资金实行全额监管，实现“消费一笔、扣一笔”的动态清算机制，有效避免经营者卷款“跑路”、转店甩锅。

“当然，这种监管账户制度要发挥作用，前提是要落地执行。”彭錞说。

他指出，在事后救济层面，应加强司法保护力度与机制协同。2025年出台的相关司法解释已明确规定：消费者遭遇门店关停且经营者逃避退款的，可主张惩罚性赔偿，且在举证方面赋予消费者有利推定规则，经营者若无正当理由拒绝提交预付卡信息、消费记录、合同文本的，法院可据消费者陈述认定争议事实。此外，还应推动跨区域消费者保护机制建设，如建立全国统一的预付式企业信用信息平台，实现消费合同留痕，投诉维权路径可追寻、企业责任主体可识别，切实减轻消费者维权成本。

在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看来，最关键的是消费者自身的风险防范与积极维权意识：从建立消费关系时就要有法律意识，签好合同，认真阅读和理解合同条款；保持相对规律的消费频率，做个“有心人”，留意门店经营状况，一旦察觉风险苗头，应及时采取行动，如要求退款等；每次消费后及时记录拍照做好记录，留存证据。

辱骂球员投掷水瓶扰乱大型赛事秩序 专家称

对闹事观众也要采取『黄红牌』处罚措施

□ 本报记者 张守坤

近日，在天津津门虎对阵成都蓉城的足球比赛中，有球迷辱骂球员韦世豪及其家人，引发争议。

天津市足协随后发布声明称，球迷侮辱谩骂球员的行为，严重违背了体育精神与公序良俗，造成恶劣影响。经天津市公安局滨海分局立案调查，对带头辱骂的球迷姜某某处以行政拘留七日并责令禁止观赛的处罚。

7月21日，中国足球职业联赛联合会进一步对中超联赛天津赛区（天津津门虎足球俱乐部主场）予以通报批评和对部分看台实施无观众比赛1场的处罚。

《法治日报》记者梳理公开资料发现，近年来在大型比赛、演唱会等活动中，观众扰乱秩序的行为时有发生。

2019年在中超联赛的一场比赛中，曾有球迷用横幅侮辱一方球员的家属，引发足协介入调查。

2023年，某歌手在安徽合肥举办演唱会时，数名歌迷因为花了1280元买票但位置不好，无法控制自己的情绪，大闹演唱会现场，保安被迫采取相关措施。

在今年广东宏远对阵南京同曦的CBA比赛中，有球迷投掷水瓶并对广东队球员出言不逊。值得注意的是，此前在2024年10月29日对阵山西队的比赛中，因现场观众向客队球员及球队席投掷水杯及杂物，南京同曦俱乐部、南京赛区被CBA公司处以严重警告、核减俱乐部联赛经费5万元、取消竞赛承办单位2024-2025赛季CBA联赛优秀安保奖项评选资格。

针对骂人、故意闹事、扔东西砸人等行为，法律如何界定？组织方或相关部门该如何处理？如何进一步优化大型赛事秩序，减少不理性行为？记者对此采访了相关专家。

北京德和衡（上海）律师事务所常务副主任赵宝龙向记者介绍，针对骂人和故意闹事行为，如何依法处置，要结合情节轻重来判断。前者取决于骂人的影响范围以及对被骂者造成的实际伤害；后者取决于闹事范围、持续时间、造成的后果以及是否为首要分子等。这两者通常都是在治安处罚的范围内。

“扔东西砸人则不同，很可能触犯刑法。”赵宝龙说。

他具体分析道，扔东西砸人是治安处罚中严重的一类行为，其定性关键在于投掷物品的性质（危险性）、投掷的力度和方向（是否针对人或人群密集区），造成的实际后果（是否受伤、伤情程度）以及行为人的主观故意（是发泄情绪、针对特定对象还是不计后果）。未达到轻伤害的，是治安处罚，如果造成轻伤及以上伤害，就会涉嫌故意伤害罪。

在赵宝龙看来，面对上述行为，组织方和相关职能部门、主管单位应采取分级处理措施：

组织方应该第一时间发现并上前制止正在进行的不当行为。对情节轻微者进行口头警告和教育，要求其立即停止。对于不听劝阻、继续闹事、有攻击倾向或行为升级（如试图扔东西）的人员，组织方有权将其强制带离活动现场，设法控制住行为人，并注意保护现场、收集证据，报警后等待警方处理。同时，组织方应及时发布事件处理的公告和动态。

在处罚后，是否应建立“黑名单”制度，对这些人出示“黄牌”（一定时间内禁止观赛、观看演唱会）或者“红牌”（永久禁入），并进行公示？

赵宝龙说，我国对扰乱体育比赛等大型活动的严重情形，已经建立了法定限期禁止观赛的“黑名单”制度。比如治安管理处罚法规定，因扰乱体育比赛秩序被处以拘留处罚的，可以同时责令其十二个月不得进入体育场馆观看同类比赛；违反规定进入体育场馆的，强行带离现场。

实践中，为规范球迷行为，维护赛场秩序，体育俱乐部和赛事主办方也会设立惩戒机制，建立内部“黑名单”。通过限制或禁止购买该俱乐部或赛事主办方的比赛门票，以阻止相关人员进入主场或客场观赛。这一机制旨在警示球迷理性观赛，保障赛事安全有序进行，同时也是俱乐部、赛事主办方履行管理责任的重要手段。

“‘黑名单’可作为治安处罚的补充手段，弥补法律处罚后缺乏长期约束的不足。公示‘黄牌’‘红牌’措施能警示潜在违规者，强化文明参与意识。”赵宝龙说。

那么，该如何有效维护大型活动秩序，减少不理性行为？

北京理工大学法学院教授孟强建议，大型赛事、演唱会的组织者要履行好安全保障义务。在事前，要实行实名制购票、不超容量售票，设置安检通道，禁止携带危险物品入场，同时划分观众区域，设置隔离带，增设疏散通道和应急出口，提前制定突发事件预案；在现场，要根据人数增加安保力量，配备足够安保人员，对情绪激动群体及时隔离，防止事态扩大；事后，要及时对违法者依法追责，进行惩戒，追究其法律责任，并将其纳入“黑名单”。最后，还应当通过媒体进行宣传教育，引导球迷协会、粉丝俱乐部等组织进行自律自治等，杜绝足球流氓文化，在社会层面形成依法观赛、文明观赛的风气。

在赵宝龙看来，购票时应签订电子协议，明确“扰乱秩序将承担禁入、信用扣分等后果”，由票务平台、场馆方、主办方共建行业禁入人员数据库，公安提供行政处罚数据支持。购票时将被列入者自动拦截，禁入期限按行为分级（辱骂禁入1年，扔物品禁入3年，伤人永久禁入）。

他还建议，对普通观众进行常规安检，对于重点监测人员，强化安检单独通道+人工复检，对于醉酒或情绪激动者，应该特别注意，需要前置拦截，在场外醒酒区暂缓入场；还可以在活动开始前招募资深粉丝担任志愿督导员，佩戴标识协助维持秩序。

“应推动相关立法，明确大型活动禁入人员标准、期限及申诉程序；对售票平台设定安全投入强制性比例；出台‘善意免责条款’，比如安保人员依规采取合理应急措施制止不当和暴力行为时，免除民事赔偿责任等。”赵宝龙说。