

加盟店消费卡,今天买卡小心明天被“卡”!

本报记者 屠仕超 房浩

近年来,预付费式消费逐渐流行,在美容美发、健身、洗浴、洗染等服务领域,经营者发行预付费式消费卡已经成为一种普遍现象。预付卡具有消费者先付款再消费的特点,消费者能享受到一定的价格优惠,但一旦遇到经营者无法继续履行合同约定,消费者权益则容易受到侵害。这类现象,在上海各大加盟店中频繁发生。

加盟店消费卡,今天买卡,担心明天被“卡”!预付费消费卡被使用的频率越来越高,但是由于消费周期较长,且监督力量缺失,已成为消费者投诉的焦点。

上岛咖啡 加盟店关店消费卡难退

今年7月,市民陈先生遇上一件烦心事。他在上岛咖啡宛平南路店办理了一张充值消费卡,只在办卡当天使用过一次。几天后,当陈先生再去消费时,发现这家店已关闭,卡内近1000元余额无法使用。陈先生想,分店没了,还有总部。没料到,找到上岛咖啡总部却被告知,该店为加盟店,所有经营总部无权干涉,也无法负责。

目前,仅浦西挂着上岛咖啡招牌的门店就超过百家,只有极少数是直营店,其他均为加盟店。虽然总部声称不允许加盟店发售预付费卡,但记者调查的十几家上岛咖啡加盟店中,有不少家可办。

上岛咖啡解释,由于之前下属各加盟店多次发生过突然关门,而顾客预付卡无法退的情况,所以公司在签订加盟协议时,就特别强调,不允许加盟店办理各种形式的预付费或储值卡。但这样的规定,在实际执行上“很不给力”。上岛咖啡各加盟店反对声很高,称这是各店的自主经营模式,总部无权干涉。

加盟店侵害消费者权益,而上岛咖啡总部以“单店行为”、“独立核算”为由拒负相关责任。那么,消费者的权益究竟由谁来保障呢?

华东政法大学范玉吉教授形象地表示,俗语说,跑得了和尚跑不了庙,顾客当初认的是上岛咖啡这个“庙”,现在“和尚”跑了,“庙”也不管,消费者就吃亏了。范玉吉认为,总部既然提前收取加盟店一定数量的担保金或者保证金,加盟店出现问题,遇消费者索赔时总部就应先行从担保金中支付。

海华永泰律师事务所律师也认为,虽加盟店拥有独立法人资格,但依然需要向总店上交管理费,也使用了其品牌名称,代表的就是上岛整体的品牌形象。对总店而言,如果出现消费纠纷,不能因为是相互独立的法人就事不关己,应该积极参与处理消费纠纷,处理不好将直接影响品牌。



■ 充值消费卡

图 IC

香特莉西饼屋 接二连三关店消费券难用

读者王女士致电本报称,以前她常到南京西路石门一路附近的一家香特莉西饼屋选购面包、蛋糕、点心等。但一年多前,这家店突然关门。之后,王女士注意到,长寿路亚新生活广场内的香特莉门店也关门了。最近,南华苑路上的门店也从她的视野中消失。

另一位读者李先生反映,他手中有几张香特莉面包券。在人民广场附近的武胜路上发现一家香特莉后,进门吓了一跳:柜台已被抢空,整个门店内仅剩1个牛油蛋糕,3包切片面包,还有3包条状点心。李先生急忙“抢”下几样价值67元的东西,付券结账。“我还有好几百元香特莉消费券,现在门店接二连三关门,可叫我们怎么办?”李先生很困惑。

在大众点评网,记者也看到很多网友抱怨。“跑了好几家,接二连三都关门了,郁闷呀!我手上还有几百元票子呢!”“包头路店不存在,谁能告诉我哪里有啊?”

记者致电上海香特莉食品发展有限公司,工作人员表示,现在上海的香特莉门店只剩下淮海中路一家。“香特莉到底怎么了,是正常的门店调整,还是经营不善?”“我们住在郊区,难道为了买几个面包,非要跑到淮海中路去不可吗?”广大读者和消费者,希望上海香特莉食品发展有限公司能给出个解释。

喜来公社 上海14家门店关闭

作为一家创立于2008年,专营精品咖啡与专业烘焙的全球连锁机构,喜来公社是上海年轻人经常光顾和聚集的地方。但辉煌来得快,去得也快,今年,其14家门店已有10家关门,而剩余的芳汇店、胶州店、肇滨店和嘉定城中店已在今年3月31日正式成为了可颂坊的新店。

原喜来公社消费者程先生向本报反映他的担忧:喜来公社预付卡里的余额该怎么

办?江三角律师事务所律师表示,不管喜来公社门店是关闭还是更换成其他门店,都是对消费者权利义务的重大改变,理应提前告知。律师还表示,消费者应有权利选择是申请退款或是更换等值抵用券。

在采访中记者从几家门店了解到,原喜来公社员工还普遍抱怨,自己被喜来公社拖欠了今年1月和2月的工资。“我们都是全职工。我两个月加起来薪水约5000元。”一男性员工的抱怨得到了其他员工的共鸣。店员猜测,喜来公社在上海及其他地区扩张太快,经营不善导致资金链断裂。

浩瀚美容美发 更改店名翻脸不认人

除了餐饮业,美容美发行业也是预付卡遭遇“缩水”或“作废”的“重灾区”。读者潘小姐向本报反映,去年年末,她在同心路上的浩瀚美容美发店办理了一张会员卡,并陆续充进了2000余元,谁知今年4月,她忽然发现美发店的名字摇身一变成了“京品美容美发”,虽然为她服务的仍是之前熟悉的员工,但尚有1000多元余额的会员卡却再也没法用了。“店员说这里叫京品,要用卡找浩瀚去,和他们没关系。”潘小姐随即提出退卡,也被一口拒绝。“据我所知,在这里办理过会员卡的就有60多人,她们卡内的余额少则1000多元,多的超过4000元,而美发店在改名之前,也从未有人告知过我们。”潘小姐说,浩瀚美容美发在上海原本有20多家连锁店,但如今不是改名就是歇业,许多会员虽在不同的店里办卡,但其后的遭遇却大同小异。

记者致电浩瀚美容美发店尚未更名的长岛路店,接线员工称他们和“京品”已分家,目前还没改名的只有浦东的9家店,只有在本店开卡的消费者才能用卡。至于像潘小姐这样遭遇“被改名”的消费者,若要协商只能找总公司。记者又致电浩瀚美容美发连锁有限公司客服部倪经理,他表示改名是“公司内部调整”,刚刚经过协商,已决定原浩瀚美发的会员卡可以在市内任何一家“浩瀚”及“京品”使用。

记者从市消保委获悉,今年上半年,我市涉及预付卡等预付性消费的投诉量高达3089件,且投诉大多集中在餐饮、美发美容、娱乐健身、教育培训等领域。不少消费者反映,经营者常以大幅折扣和夸大宣传“吸引”顾客,但消费者购买后却根本无法兑现,若消费者要求退卡,经营者就会以各种理由拒绝或向消费者收取高额“退卡费”。更有少数极不诚信的经营者,收钱后一走了之,给消费者造成极大损失。

上海市消保委提醒,消费者要按照自己的实际需要办理预付卡(券),切莫贪便宜购买过多,更不可因商家给出优惠而忽略了风险。此外,在购买预付卡(券)时,最好保留相关文字广告、收费凭据等必要的证据,对于高余额预付消费卡(券),消费者更要做好消费记录备份,一旦发生商家违约的情况,消费者可根据相关证据进行追索,或通过法律途径保护自己合法权益。

缴纳“售卡保证金”防止纠纷

据了解,现行法律法规对预付费式消费没有明确规定,政府部门、行业协会、银行等部门对预付卡缺乏专门规范。经营者发卡数量、额度不受限制,经营者的行为难以得到有效约束。对此,上海市工商局消费者权益保护处认为,从根本上规范预付费式消费行为,有必要尽早制定出台相关的行政法规,赋予行政部门相应的执法权限。

在服务领域,“投资开店一发卡一回收资金一再投资开新店一再发卡”已成为打造连锁品牌一种通用模式。上海市消保委表示,预付卡其实是商家以其信用作担保的一种变相融资行为。由于目前诚信体系建设尚不完善,无法让不诚信的经营者为其失信行为付出应有代价,因此就造成消费者成为风险的唯一承担者。

加强行业自律,要求企业缴纳“售卡保证金”,是整治加盟店消费卡的一个重要手段。比如,永琪、文峰等10家美容美发行业内的“重量级”企业共同在闵行签署自律公约,并按门店数量向协会交纳了保证金。这10家都是大型连锁企业,因此实际纳入公约管辖的美容美发门店超过千家。《自律公约》中明确:单店企业(包括加盟店)按实际经营规模交纳10万-50万元不等的保证金;连锁企业前50家门店,每店保证金5万元;超过50家的,每店保证金2万元,由连锁企业总部合并交纳。保证金存入专门账户,专款专用。有了这笔保证金,一旦消费者与这些企业发生消费卡纠纷,就可凭消保委的调解书或仲裁机构的裁决书,从保证金中申请退赔。

市消保委:理性办卡保留证据

【相关链接】

上海出台首个《预付费消费卡买卖合同》

2011年6月,由上海市工商局、上海美容美发行业协会、上海沐浴行业协会联合制定的上海首个《美发美容、沐浴行业预付费消费卡买卖合同示范文本》正式发布。这是上海首次就消费卡买卖行为制定合同示范文本。

合同首次明确消费卡过期可延期、遗失可挂失等一系列规范性内容以保护消费者利益。首批12家美容美发企业和11家沐浴企业共23家企业承诺“先合同后消费”,与上海美发美容和沐浴行业协会签订了《上海美发美容、沐浴行业预付费消费卡

买卖自律承诺书》。

今后,消费者在向上海美发美容、沐浴企业购买预付卡时,可以通过签订合同的方式,事先约定买卖双方之间的权利义务,以减少消费争议,维护自身权益。

《预付费消费卡买卖合同》中特别提

到,因经营者关闭、转让、合并、搬迁等原因终止、变更消费卡使用的,如消费者不同意,经营者应按消费者实际购买时支付的费用扣除享受优惠幅度后的消费额,退还卡内余额。因消费者原因退卡的,双方可选择扣除消费者此前按原价计算的消费额,退还卡内余额,或扣除消费者享受优惠幅度后的消费额,退卡内余额,并由消费者承担约定的退卡手续费。