

从“攒分期待”到“兑分糟心”： 积分套路频现 消费者权益该如何守护

《消费日报》

近些年,各商业机构纷纷推出积分政策,以此来增加复购频率。不过,消费者兑换商家宣称的“福利”时,却可能要经历一波三折。积分到期前不提醒,悄无声息被清零;全积分兑换秒空,想兑的商品永远抢不到;兑换时突然被要求“仅限会员”,甚至积分换的东西质量差还没售后……当积分从“期待”变成“鸡肋”,积分规则的话语权又该掌握在谁手中?

攒分一时爽 兑换套路多

消费者戴先生在一家4S店维修汽车并购买车辆保险后获得了积分。店家口头告知这些积分可以兑换价值1800元的商品,如加油卡或其他服务项目。“他们没有说有效期,过了几个月我才发现,这些积分已经被商家强制回收了,感觉我的虚拟财产在不知情的情况下被侵犯了。”

黎先生平时会关注商家的积分,他努力在复杂的使用规则中找到适合自己兑换的方法。但他发现,心仪的商品总是难以兑换到,这让消费积分的使用变得“鸡肋”。黎先生称:“有一次想用积分兑换优惠券,系统一直显示‘今日名额已满,请明日再来’,连续好几天准时去领,都是这样的提示,根本就兑换不了,这就是商家的套路。”

线下兑换不易,线上销售平台同样套

路满满。消费者杨女士在某平台某酸奶品牌直播间观看带货,主播不断引导互动:“观看直播满10分钟、点赞达1000次就能获得积分,可用来兑换限量酸奶勺、过滤器等礼品。”杨女士连续多日积极参与,累计攒了上千积分。然而,当她准备兑换礼品时,商家却以“仅限白银及以上会员参与”“需提供直播录屏和主播信息”为由拒绝兑现。

消费获得的积分 到底谁说了算?

针对商家单方面清零、调整消费者积分却拒绝承担责任的争议问题,北京市消费者权益保护法学学会常务副会长段威说,部分商家会以“积分是商家福利,可单方处置”为由抗辩,这种观点其实缺乏法律依据。积分的获取以消费者的消费行为为前提,并非无偿福利,

而是消费合同的一部分,商家不能以“福利”为名剥夺消费者的合法财产权益。积分本质是“消费对价的一部分”,商家单方面清零且不告知消费者,与“侵占消费者财产”无异。

“商品一直显示已兑完、补货中,热门款根本抢不到,想要就得通过‘积分+现金’的方式”……投诉平台上一一些消费者提出质疑,商家的“福利”会不会是弄虚作假?积分兑换中出现的“加价高”“库存虚”“附加条件多”等争议,是否属于商家剥夺消费者公平交易权的行为?

北京市律师协会消费者权益与产品质量安全法律专业委员会主任芦云分析,商家用积分宣传,内容应当是真实客观的,如果涉嫌虚假宣传,要承担民事欺诈责任,在行政上要承担虚假广告责任。在同等条件下,通过积分宣传的商家,对同业竞争者还构成不正当竞争行为。宣传获客后,商家如果变相对积分兑现设置门槛,导致消费者付出更大成本,达不到当初的承诺,属于虚假宣传和欺诈行为,还涉嫌违约。

社交平台上,不少消费者反映积分兑换的商品质量堪忧,“三无”产品、假冒伪劣产品屡见不鲜,售后更是老大难。芦云表示,通过积分兑换的产品和服务,商家的售后服务或者产品质量与普通商品应当是一致的,不能因为是赠品或者是由积分兑换的商品,就免除了经营者所需要承担的品质担保责任。

积分免费但不免责。芦云认为,看似是通过免费的积分兑换了产品或者服务,但是如果由于产品质量或者虚假宣传造成了损失或者影响,消费者依然有权利追究商家的责任。同时,积分的相应内容和规则以及其价值判断,都应当记载在消费者的选择因素里,经营者不能以“免费而免责”这样的说法推脱责任,而是要履行最大信赖利益的承诺,积极履行积分兑换和相应规则。

一些培训机构进行误导性宣传 名为“先学后付” 实为“先学后债”

《人民日报》 赵兵

“报名时说先学习后付款,边学边赚钱,其实根本挣不到钱。”“课没上几节,想退课时却背上了6000元的债务。”近来,不少读者反映一些培训机构以“兼职赚学费”为诱饵,结果所谓的“先学后付”,实际是“先学后债”。

前一段时间,大学生小李在人民网“人民投诉”反映,他在学校内网看到“学费500,月赚3000”的“免费学设计兼职”广告信息后,了解到

该课程为先学习并兼职,赚钱后再交学费,就报名了该课程。可学习一段时间并完成两单设计后,该培训机构却以各种理由搪塞不发劳务费,小李这才发现自己受骗了。

很多课程质量不尽如人意。有读者反映,自己报名价值9000元的绘画培训课程后发现,所谓“直播课”每周仅1次且用于批改作业,正课则全是录播,根本没有老师在线教学。

记者以学员身份联系了一家视频剪辑培训机构,并表示自己对此“零基础”,客服人员回复“没有学不会的,老师会远程‘一对一’教学,用手机几分钟就看完了”。事实上,视频剪辑需要大量实操才能掌握,该客服人员将“看完”等同于“学会”的逻辑,令人难以信服。

对此,曾就职于广东广州市一家培训机构的张光明(化名)向记者透露:“那些宣传‘先学后付’、通过兼职边学边赚钱的案例大都是假的,我就没见过有学员真正接到过业务订单。”而对于很多学员反映的上课效果不佳,要求退费退课的问题,他更是坦言,“那些课程都是录播,师生没有互动,学员退课是常有的事。”

当学员在课程中途要求终止培训时,一些机构会亮出合同,要求学员按照合同支付10%的违约金以及已

开通的课程费用。比如,有学员学习课程不足总数的5%,却因课程“已解锁”,被要求支付5000元全部课程费。

在学员看来,“付费课程”应为实际学习课时;而培训机构表示,课程是按时间进度自动向学员“解锁开放”,如果要放弃学习,学员需主动申请暂停才能阻止扣费。“这就好比看收费视频,你离开座位不看了,但视频还在自动播放,这就会产生费用,要向系统申请终止才行。”张光明解释。但是,许多培训机构在签约之初并未对消费者进行明确解释和提醒。

对此,中国人民大学法学院教授黄尹旭表示,机构设定模糊条款、高额违约金等,加重学员责任、限制学员权利,符合格式条款无效的情形,学员可以向司法部门申请认定相关条款无效。“机构虚假承诺包教包会、兼职接单,却无法兑现,属于故意告知虚假情况,根据民法典第一百四十八条,当事人有权请求撤销合同。”黄尹旭补充说。

还有的培训机构对付费方式进行包装,隐瞒分期贷款的性质,名为“先学后付”,实质是学生通过贷款交付学费,仍是“先付后学”。业内人士透露,一些培训机构与第三方贷款平台达成合作,贷款平台可从中收取学费的30%。但培训机构故意隐瞒关键信息,使学员在不明真相的情况下

欠下贷款。

与此同时,当消费者进行维权时,却发现困难重重。广东珠海的赵女士曾报名了一家培训机构的课程,学习一段时间后发现该课程内容过于简单。当她要求终止时发现,和自己签订课程合同的公司、对接贷款的公司、协商退课的公司竟然是3家不同的公司,这导致赵女士向有关部门投诉时,未能得到妥善处理。

北京市兰台律师事务所律师崔西彬分析认为,消费者之所以维权困难,首先是因为信息不对称,多数消费者不知道自己签署的是金融借贷类合同;其次是举证困难,消费者往往无法提供培训机构故意隐瞒贷款信息的直接证据;再次是诉讼周期长、程序复杂且维权成本高,进一步打击了消费者维权的积极性。还有一些机构通过频繁更换公司主体或注销公司等手段逃避法律责任。

黄尹旭认为,培训机构“先学后付”的问题暴露出监管漏洞。建议有关部门应对从事教育金融业务的机构进行资质审查和风险评估,确保其合法合规经营;加强对教育培训类广告的审查,特别是涉及贷款、收益承诺等内容,防止误导性宣传。崔西彬建议,“进一步加强有关部门之间的信息共享,推动建立联合执法机制,从而有效遏制教育培训领域的金融违法与欺诈行为。”

(刘张烨参与采写)