

给予健身消费者更公平的保障环境

冷静七天讲的还是契约精神

近日,上海市体育局、上海市市场监督管理局、上海市消费者权益保护委员会、上海市健身健美协会共同制定了《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本(征求意见稿)》,其中列出的健身卡办卡后“七天冷静期退费”条款尤为引人关注。《合同(征求意见稿)》的问世是针对当下健身行业的实际问题迈出的重要一步,同时,它也在行内行外引发了一些新的关注与思考。

本版撰稿 本报记者 章丽倩

像淘宝那样想退就退?
行内人:监管执行是关键

淘宝的“七天无理由退换”并不完美,但贵在实用,通常情况下,网购者不需要跟卖家唠叨太多就能完成退换过程。那么,对沪上健身卡的消费人群来说,在《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本(征求意见稿)》(以下简称《合同(征求意见稿)》)问世后,他们与“七天无理由退费”的实际距离还有多远呢?

在这两日的采访中,记者从几位健身行业从业者或原从业者口中听到的具有普遍性的一个看法是——如何监管与执行,这很可能成为决定沪上健身卡能否真正做到“七天无理由退费”的关键。

纪明(应受访对象要求,此处做化名处理)曾在上海闹市区开过一家健身中心,拥有四年多的从业经历。他告诉记者,当健身机构遇上有退卡诉求的顾客时,多少都会存在“会哭的孩子有糖吃”的情况。

“一个特别能闹、特别有时间精力、特别会找有关部门投诉的顾客,哪怕搁在以前,也有办法在用卡一个月后让健身房答应把卡退了。我们都知道这不公平,但这又是各个行业都存在的一个情况。这次的示范合同能给予消费者更公平的保障环境吗?我还挺好奇的。”纪明说。

今天谈到的主角《合同(征求意见

稿)》,它由上海市体育局、上海市市场监督管理局、上海市消费者权益保护委员会、上海市健身健美协会共同制定,可以被看作是多领域、多部门同心合力的产物。

在得知《合同(征求意见稿)》问世的消息后,健身爱好者王文均的心里先是一乐,但很快,有过健身投诉经历的他就想到了一个很实际的问题:签订示范合同后,万一和健身机构发生不愉快,投诉和后续处理的过程是否更便捷了呢?

“以后我跟健身房如果按照这份示范合同来签约,比如我在没开卡的情况下想七天内退卡,但健身房不答应,那这件事该怎么处理?我还得去找市级或者区级的市场监管部门、消费者权益保护组织或者工商局吗?他们能帮我处理得比以前更快吗?”在健身人群中,王文均的疑惑是具有一定代表性的。

新事物的出现总需要一个渐渐上路的过程。《合同(征求意见稿)》的问世是针对当下健身行业的实际问题迈出的重要一步,为的就是“打补丁”、谋发展。据悉,有关部门后续会跟进推出更多配套举措,比如对健身场所进行星级评定、对健身教练进行等级注册等,以期为消费者带来更好的健身体验。

有些常规的坑
消费前先做功课

这都2020年了,上海早就有一批按次消费的健身房了,你还非得执着于办会员卡健身吗?话虽如此,但受地理位置、运动时间、环境偏好等因素影响,更早进入市场的会籍预售模式的健身房确实仍活跃在主流中。所以,如果你确实有办卡需求,不妨先来听听行内人的经验之谈。

1.不透明的会籍价

网购时代,很多人都点亮了在各平台上货比三家的技能。但是,在走会籍预售模式的传统健身机构中,会籍价格往往并不透明。

“一家机构里,不同的会籍顾问,或者自己上场推销的教练,针对同一张会员卡,他们给出的报价可能都不一样,张口给出的各种附赠福利也不一样。而且,月初和月末比,年初和年末比,也有一定浮动,有时浮动还不小。”在沪上某连锁健身机构当过三年教练的何冲(应受访对象要求,此处做化名处理),他告诉记者,会籍价越是不透明,背后的水分可能就越多。

面对忽上忽下的会籍价,如果你确实有购卡需求,那何冲给大家的简单建议是两点:“等”和“加”。

“不用急着跟会籍顾问当面签约,也不要轻信‘这是促销活动的最后一天’,先给对方留一个联系方式,等几天,也许对方就会通知你有更优惠的

促销了。如果符合你的心理价位和市场大致水平,那就可以考虑入手了。”何冲说,“另外,所有承诺给你的附赠福利,不管是送几个月会籍,还是免费享受一定数量的教练课程,或者别的,如果你看重这部分福利,就一定要要求全写进合同里。”

2.需要读懂的信号

最初的相处挺美好,后来却慢慢变了味道,为什么呢?也许你该先读懂其中的信号,然后再决定要不要续卡、续课。

拥有四年多从业经验的纪明(应受访对象要求,此处做化名处理)告诉记者,一旦会员成了被“盯”的对象,并且有了被“盯”的不适感,那很可能就该要换地方健身了。“行业里是存在一些不好的做法,先用比较便宜的价格卖会员卡,然后盯着会员早早续费或者大量购入教练课程。每次去健身都被工作人员盯着推销,那感觉可能很多人都受不住。最后,要么被盯烦了不再去那里健身,要么总在买不知有没有机会用完的课程。这都是不良商家的套路。”

在有更明确的相关立法出台前,纪明说他暂时还没想到有什么办法可以来解决“预先花出去的钱”和“缺乏保障的后续服务”间的纠结。“如果不办会员卡,我可能会推荐你去按次收费的健身房。”

你掏的健身钱
到底被谁挣了

花钱的人有抱怨,收钱的人也有苦水。在这两日的采访过程中,有几位健身机构的负责人或运营人员跟记者叹起了苦经。每个行当都有各自的难处,这点可以理解,所以此番记者不评价谁的话更真实、更有理,而是就想把商家们提到的那些支出稍作列出。

除了房租是重头
教练市场掀风云

场地租金是健身房支出中绝对的重头,这点毫无疑问,然后就是该支付给教练们的薪酬了。有行内人告诉记者,以同一水平和资质的教练来说,从2016年到2020年,他们的薪酬很可能翻了一倍。

“除了随行业发展的正常涨薪外,还有一部分是被同行挖角给炒出来的热度。但和2016年时相比,传统健身房的基本会籍价没涨,涨了怕流失顾客,按次收费的健身房,它们的体验价甚至是整体更便宜了。”在浦东经营着一家按次收费健身房的王嘉良(应受访对象要求,此处做化名处理)告诉记者,如果不接受新资本介入、开始圈地扩张,如今想要把自己的一亩三分地打理好,其实会比前两年更艰难一些。

网红精致的背后
有人得为此买单

受疫情影响,曾在虹口区某商住房里开过一年半健身工作室的董安(应受访对象要求,此处做化名处理),如今又恢复了“打工仔”的身份,在一家健身机构里当起了私教。用他的话来说,只有出去单干过,才知道那些“隐形”维护有多繁杂。

点评网站上的更新、维护和引流,健身工作室里大到硬装潢、小到一纸巾盒的采购与摆放,还有如海报拍摄、背景音乐挑选等,这些外包服务,董安全都购买过。“顾客是来健身的,但同时也是来享受有格调的服务的。不管你的工作室是不是真精致,教学有没有真水平,如果基本配套的那些不备齐,工作室就吸引不到客户。”

去年下半年,董安的健身工作室在花了大力气后才刚上轨,结果疫情一冲击,就没能挺过来。“现在想想,先算了,还是当私教给老板打工省心,收入还稳定。”

预付费之困非体育独家
事前监管须得加强立法

从儿童教育到美容美发,从健身运动到共享单车,为什么每次“爆雷”事件都能在非直接受害人群中引发共情呢?原因很明显,许许多多的生活场景都已经被预付费模式给渗透了,在鲜少有人能完全置身事外的情况下,每多一次“爆雷”都会将导火索燃得很短——直到整个预付费消费市场迎来革故鼎新的那一天。

预付费之困,不是体育、教育、美容、餐饮或者其他任何一个行业的“独家专利”,而是一个泛化的问题。所以,在针对这一痼疾展开行动时,既会有单点突击,更需要有可辐射到整个预付费消费市场的拔树搜根之法。

对于预付费消费市场的管理,中国人民银行、财政部、商务部、税务总局等部门于2011年出台过《关于规范商业预付卡管理的意见》;中国人民银行于2012年出台过《支付机构预付卡业务管理办法》;商务部于2012年出台过《单用途商业预付卡管理办法》等。而在地方层面,去年5月1日,《上海市单用途预付消费卡管理实施办法》正式实施。作为《上海市单用途预付消费卡管理规定》的配套规范性文件

件,《实施办法》对《管理规定》的主要精神和制度做了进一步细化。同样是在去年,北京七部门联合起草了《关于加强预付式消费市场管理的意见(征求意见稿)》等七份文件,涉及对教育培训、健身机构、分时租赁汽车、共享单车等多个行业的监管。

正在路上,仍需努力——这是不少专业人士对规范预付费消费市场的一项共识。

中国政法大学传播法研究中心副主任、中国消费者协会专家委员会委员朱巍认为,预付费相比其他消费方式具有特殊性,应该在事前监管环节就做有效介入,而这这就要求以问题为导向,加强立法,加强规制。

比如,如果将预付费资金交付到可信赖的第三方机构进行托管,这样就能规避相当一部分集资诈骗、套路贷等问题。同时,这也有助于提升顾客的消费体验。每次去商家得到服务后,消费者先确认,第三方机构才会将该笔金额支付给商家。如此一来,虽然消费者交了钱、办了卡,但还是握有一定主动权,商家也会更积极地去履行承诺,努力提高服务质量,进而这也有助于促进预付费消费行业步入良性循环。