

预充值消费

优惠到手易 权益保障难

本报记者 楚女



“充200送50,充500送150”“一次性充值享8折优惠”……如今,无论是线下商铺还是手机端线上平台,预充值消费模式早已为人们所熟知。这种“让利优惠”的经营模式,看似既可以让商家快速获得现金流,也能让消费者获得一定实惠,实则在“双赢”的消费表象下,暗藏诸多风险。

预充值消费的核心风险在于“先付款、后消费”的模式。记者走访我市多处商贸区,采访了多位有过预充值消费经历的市民,结合市场监管部门的投诉数据与相关法律法规,发现无论是线下实体店铺的预充值,还是线上平台的充值消费,都存在商家闭店失联、退费无门、服务缩水等问题,让不少市民为了眼前的优惠,最终陷入“充值容易维权难”的困境。

线下预充值消费,多见于餐饮、美容、健身、零售等行业。商家通过现场宣传、口头承诺等方式,吸引消费者充值办卡,承诺提供折扣、赠送等优惠。但记者在采访发现,优惠背后闭店跑路、服务缩水等情况时有发生。

家住平城区永泰南路的咎女士,去年夏天在一家甜品店消费时,店员热情推荐预充值活动,充200元送50元,多充多送,消费直接抵扣。想着平时经常来买甜品,咎女士便充值了200元,店员当时给了她一张简易的纸质消费凭证,未签订任何书面协议,也未告知她退卡规则和商家的相关资质信息。

过了几个月,咎女士再次路过这家甜品店时,却发现店铺大门紧闭,门口贴着醒目的转租广告,店内的设备和货架已被清空,看不到任何工作人员的身影。“我当时一下就懵了,店家提前没有通知,说关店就关店了。”咎女士告诉记者,她卡内还有80多元未消费,如果维权需要提供消费凭证,还要配合调查、调解,前后耗费的时间和精力远超这80元的价值。“思来想去,觉得太费事,只能不了了之。”咎女士表示,以后再也不会为了一点优惠,随意预充值了。

如果说咎女士的遭遇是“小金额维权难”,那么已结婚3年的刘先生,则是被多张线下预充值卡“套牢”的典型。刘先生告诉记者,结婚前,他经常需要和异性相亲约会,而年轻人约会的地点,大多选择在百盛、华林新天地等大型卖场的餐饮专区,为了图方便、省费用,他先后办理了多家卖场餐饮区的预充值卡,还有一些连锁餐饮、奶茶店的充值卡,前后累计充值近5000元。

“当时办卡的时候,我想着经常会去消费,就办了好几张。”刘先生一边向记者展示手中的10多张各类预充值卡,一边无奈地说,前段时间,他陪妻子去百盛4楼餐饮区消费,拿出

之前办的一张该商场餐饮卡付款时却被店员告知,卡片无法读出信息,不能使用。

刘先生询问原因,店员解释说,近几年餐饮区的计费系统已经更新过好几次,旧系统的充值数据无法同步到新系统,想要查询之前的充值余额和消费记录,需要联系技术人员过一段时间处理。

刘先生告诉记者,他手中的10多张预充值卡,很多已经无法使用。有的是因为办理时间过长,商家更换了经营主体,新商家不认可旧卡;有的是因为店铺闭店歇业,找不到负责人;还有的是因为商家升级系统,旧卡无法兼容。他说,“这些卡里的剩余金额就这么白白浪费了,想想就心疼。”

2025年,平城区市场监管局共接收各类投诉举报18514件,预付式消费问题是第一大热点,占比33.76%,共6251件。商家关门停业、搬迁失联、拒不退款,以及退卡退费设置不合理限制等问题,是消费者反映最为集中的痛点。

根据《单用途商业预付卡管理办法(试行)》(商务部令2012年第9号)第十四条规定,发卡企业或售卡企业应公示或向持卡人提供单用途卡章程,并应持卡人要求签订购卡协议,履行提示告知义务,确保持卡人知晓并认可单用途卡章程或协议内容。但记者走访发现,不少线下商铺在开展预充值活动时,并未履行上述义务,多数只是口头承诺优惠或书面登记,不签订书面或电子版协议,也不告知消费者退卡规则和商家经营信息,为后续的维权纠纷埋下隐患。

另外,随着互联网消费经济的发展,线上预充值消费也成了消费纠纷的多发区。相比于线下预充值,线上预充值的优惠力度更大、操作更便捷,这也吸引了大量消费者参与,但与此

同时,线上预充值的风险也更为隐蔽,问题也更难得到解决,我市消费者焦先生就因此遭受了损失。

焦先生平时爱喝普洱茶,每年春天,他都会从云南勐海等茶产地网购春茶。前年“双十一”期间,他在微信朋友圈看到一家名为“天云老茶店”的微商推出预充值活动,宣传语写着“充2000送2000,一份钱买两份茶,错过不再来”。

“我之前在这家微商买过几次茶,品质还不错,看到这个优惠活动,觉得非常划算,就充值了2000元,想着以后买茶可以慢慢抵扣。”焦先生告诉记者,今年春天,他打开该微商的店铺页面时,却发现店铺已显示“歇业状态”,所有货架都已清空,之前发布的茶叶产品信息也全部删除。他连忙联系店铺客服,却始终没有得到任何回应,自己网卡内还剩余的2000元就这样打了水漂。

记者从我市平城区市场监管局获悉,近年来,网上预充值消费的投诉量越来越大。相关工作人员提醒,无论是线上还是线下,在预充值消费时,消费者要尽量选择资质齐全、信誉良好、有实体店铺或大型平台背书的商家,避免在不知名的店铺和小型平台大额充值。消费时要保存好转账记录、聊天记录、消费凭证等相关证据,便于解决可能出现的侵权问题。



建行北都街支行

多维聚力筑防线
消保宣传入人心

近期,建行北都街支行积极开展以“清朗金融网络,守护安心消费”为主题的金融宣教活动。本次活动通过进企业、进商户、强阵地等多维渠道,将专业的金融知识转化为温暖的守护力量,切实帮助广大群众学金融、懂金融、信金融、用金融。

进企业:精准滴灌,守护员工“钱袋子”。

针对企业员工流动性大、工作繁忙、获取金融信息渠道相对单一等特点,建行北都街支行组建张富清金融服务队与消保宣讲先锋队,主动将金融课堂搬进企业车间和办公楼。活动期间,该行工作人员深入多家重点企业,开展“金融消保进企业·反诈宣传零距离”专项活动。针对企业财务人员,讲师重点剖析“冒充领导转账”“虚假合同诈骗”等典型骗局,强调财务审核制度的重要性;面向普通职工,工作人员结合近期高发的“网络刷单”“冒充客服退款”“虚假网贷”等案例,拆解诈骗套路,传授防骗技巧。

通过发放宣传折页、播放反诈短视频、现场互动问答等形式,建行工作人员不仅为企业员工送去了金融知识,更帮助他们树立了理性投资观念、筑牢了反诈风险防线。“以前总觉得诈骗离自己很远,听完建行员工的讲解才发现,陷阱可能就在身边的一次扫码、一条链接里。”一位企业员工感慨道。

进商户:走街串巷,送上经营“护身符”。

商圈和商户是经济活动的最小细胞,也是最容易遭遇支付结算风险、非法集资诱惑的群体。建行消保宣传员们走出网点,走进周边社区商圈和沿街商铺,开展“扫街式”上门宣传。

“老板,您这收款码一定要保管好,切记不要租借给他人使用,小心成为洗钱‘工具人’。”在各大货栈市场及沿街店铺,工作人员逐户走访,向商户们发放精心制作的宣传折页,重点讲解移动支付安全、银行卡收单规范、个人信息保护及假币识别等实用知识。

强阵地:厅堂微光,打造消保“加油站”。

网点是服务客户的第一窗口,也是消保宣传的坚固堡垒。活动期间,建行北都街支行充分发挥“劳动者港湾”和公众教育区的阵地作用,精心布置,营造浓厚宣传氛围。在厅堂内部,公众教育区整齐划一地摆放着种类丰富的宣传折页——《防范电信网络诈骗宣传手册》《读懂征信的那些事儿》……内容涵盖“一老一少”、新市民等不同群体关注的方方面面。

厅堂内,大堂经理化身消保宣讲员,利用客户办理业务的等待时间举办微沙龙。对于老年客户,手把手指导他们如何使用大字版手机银行,拆解“养老诈骗”等常见套路;对于青少年,通过趣味问答普及理性消费、珍爱信用记录等理念……

金融消费者权益保护工作是一项“润物细无声”的事业,更是一份沉甸甸的责任。建行北都街支行将持续推动金融知识普及工作常态化、长效化,不断拓展进企业、进商户、进社区广度和深度,丰富网点宣传的形式与内涵,用心用力守护好每一位金融消费者的权益,为构建和谐稳定的金融环境贡献建行力量。

(江华 吴潇潇)