

最高法发布预付式消费民事纠纷司法解释

严惩卷款跑路

让消费者放心消费,让经营者诚信经营。

最高人民法院3月14日发布司法解释,完善预付式消费民事纠纷裁判规则,更好保护消费者权益。

在健身房办卡,去理发店充值,给娃报个培训班……近年来,越来越多的预付式消费出现在生活中,也带来诸如卷款跑路、霸王条款等令人防不胜防的“痛点”。

这份《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》共27条,针对纠纷中的追责主体认定、退款难、转卡难、举证难等作出一系列规定,自2025年5月1日起施行。

严惩卷款跑路——

“办完卡,恨不得每天都去店门口看一眼。”这是一位消费者对记者发出的感慨。一些经营者“提钱跑路”甚至与消费者“躲猫猫”,严重扰乱市场秩序,损害消费者权益,产生许多纠纷。

司法解释对此明确规定,经营者收取预付款后终止营业,既不按照约定兑付商品或者提供服务又恶意逃避消费者申请退款,消费者请求经营者承担惩罚性赔偿责任的,人民法院依法予以支持。经营者行为涉嫌刑事犯罪的,人民法院应当将犯罪线索移送公安机关。

不少消费者有这样的疑问:在商场中租赁场地的店铺“跑路”了,商场是否也有责任?

对此,司法解释明确了商场场地出租者对租赁场地经营者资质的形式审查义务和过错责任。同时最高法明确,适用本条规定时,应当严格依法,避免不当加重商场场地出租者责任。

近年来,预付式消费领域“跑路”现象频发,还有人充当“职业闭店人”,恶意帮助经营者逃避债务,从中牟利。

最高法当天发布的6件涉预付式消费典型案例中,有2件就是对“职业闭店人”进行惩治。其中一起案件中,“职业闭店人”还以欺诈为目的诱使消费者充值,被法院以诈骗罪判处有期徒刑。

规制霸王条款——

会员卡办了就不给退,还不能转让给他人,甚至卡丢了也不能补……这些令人哭笑不得的“规定”,你是否遇到过?

此次司法解释作出明确规定,收款不退、丢卡不补、限制转卡等霸王条款应依法认定无效。同时,司法解释从不同角度,明确消费者转让预付卡、解除合同、无理由退款等方面的权利:

消费者转让预付卡,只需通知经营者即对经营者发生效力。受让人既享有原持卡人的权利,还享有请求经营者更名、修改密码的权利。

消费者因身体健康等自身客观原因致使继续履行合同对其明显不公平的,可与经营者协商,协商不成

的,有权依法解除合同。

消费者自付款之日起七日内有权请求经营者退还预付款本金。

……

“七日无理由退款规则有利于贯彻诚信原则,保护消费者权益。”最高法民一庭庭长陈宜芳说,司法解释对此也作了合理限制。比如,如果消费者订立预付式消费合同时获得过相同商品或者服务,说明其对商品或者服务已有充分了解,就不能七日无理由退款。

值得注意的是,司法解释明确规定,经营者“迁店”给消费者接受商品或者服务造成明显不便等情况下,消费者有权解除合同。

最高法发布的典型案例中就有这么一起案件:黄某与重庆某公司签订培训合同,接受舞蹈培训,培训费3000元。2个月,公司发出消费者告知函称,黄某上课的培训场所停止教学,需要选择新的培训地点。告知函还“声明”,因消费者个人原因不到场培训的,公司不承担任何责任。

黄某认为,原培训地点紧挨其住所,更换后的三个培训地点离居住地很远,遂起诉请求解除合同并退款。法院经审理,判决公司退还黄某培训费2473.97元。

破解举证难——

对于不少人来说,预付式消费往往就是购买一张卡,并不会签订合同。一旦发生纠纷,难免面临“举

证难”的问题。对此,司法解释专门明确了对消费者有利的合同解释规则。

“如果经营者未与消费者订立书面预付式消费合同,应当作为对消费者有利的解释,引导经营者主动订立书面合同。”最高法民一庭庭长吴景丽说。

吴景丽介绍,司法解释还规定了经营者提供证据的责任。经营者控制合同文本,或者记录消费内容、次数、金额及预付款余额等信息的证据,无正当理由拒不提交的,可以根据消费者的主张认定争议事实。

保护消费者权益的同时,也要维护经营者合法权利。

最高法民一庭法官谢勇表示,司法解释防范滥用权利的不诚信行为,引导当事人遵守合同,助力降低经营成本,避免不当加重经营主体责任,维护诚实守信、加强经营者权益保护。

君子喻于义,小人喻于利。

“无论是经营者违反法律规定向消费者‘薅羊毛’,还是个别消费者滥用权利向经营者‘薅羊毛’,都将受到抑制。”陈宜芳说,人民法院将进一步助力增强消费信心、改善投资环境,促进经营主体诚信守诺,让广大消费者和经营者在更加诚信友好的市场环境中开展交易。

新华社记者 冯家顺 罗沙 (新华社北京3月14日电)

中消协发布调查报告

“售后保障”连续5年最受关注

新华社北京3月14日电(记者 赵文君)中国消费者协会14日发布2025年度“共筑满意消费”消费维权年主题调查报告。调查结果显示,企业经营表现中“售后保障”连续5年最受关注,超六成消费者认为消费环境越来越好,消费从“性价比”转向“质价比”趋势明显。

据介绍,此次调查是中消协组织开展的消费环境与消费信心网络问卷调查活动,最终回收22869个有效样本,具有较强的广泛性和代表性。

调查显示,消费者最关注的企业经营表现中,“售后保障”“质量过硬”“安全可靠”位居前三,“售后保障”连续5年最受关注。商品服务质量安全、数据安全、健康属性不足是未能满足高品质消费需求的主要原因。在可能影响消费意愿的因素中,27.8%的受访者将“产品质量”列为首位。

在2025年消费支出计划中,

食品、日用百货、服装鞋帽等基础性消费位列商品类消费前3位,医药及医疗用品、美妆护肤、智能产品、家用电器和烟酒饮料类消费等预计支出占比均超过15%;服务类消费中,旅游服务类消费支出计划居于首位。

22.1%的消费者预计AI智能产品的使用和场景应用有望成为服务类消费新热点;智能化电子产品(29.7%)、新能源电动汽车(26.6%)领跑商品类消费热度榜,体现了消费者对于生活便利性与科技创新应用的关注。

调查还发现,约六成受访者认为线下实体店提供无理由退换货服务具有必要性和可行性,但对实际执行体验予以积极评价的受访者比例不足半数,说明仍有较大提升空间。虚假宣传或引人误解的宣传、个人信息泄露、价格虚高、假冒伪劣等问题仍持续困扰消费者,应当重点加强治理。

2024年全国查处违法广告案件4.69万件

据新华社北京3月14日电(记者 赵文君)记者14日从市场监管总局获悉,2024年全国市场监管部门共查处违法广告案件4.69万件,罚没金额共计3.49亿元。

据介绍,市场监管部门聚焦医疗、药品、医疗器械、保健食品、金融、教育培训等重点领域,开展广告监管专项行动,依法严查“包治百病、永不复发”的“神医神药”、“低息贷款秒到账、保本零风险”的金融理财、“免考办证、保分包过”的教育培训等广告违法行为。

为进一步提升互联网广告业守法合规水平,市场监管总局督促指导主要互联网平台切实履行主体责任,严格规范广告合规性内部审核,加强问题摸排和自查整改。

据不完全统计,各平台共清理违规营销信息2万余条,处置账号200余个。2024年,共查处互联网广告违法案件3万余件,罚没1.87亿元,行业生态持续优化,网络广告更加“清爽”。

去年8月,市场监管总局出台《互联网广告可识别性执法指南》,明确互联网广告可识别性的定义、判定标准以及标识“广告”的义务主体。在降低企业合规成本的同时,为消费者清晰识别互联网广告和非广告信息提供便利,避免因广告没有标识或者标识不清影响购买决策。

市场监管总局表示,将不断强化广告领域服务型执法,依法开展广告市场秩序集中整治,全力营造风清气正的广告市场环境和安全放心消费环境。

前两个月我国人民币贷款增加6.14万亿元

新华社北京3月14日电(记者 吴雨 任军)中国人民银行14日发布金融统计数据,2025年前两个月我国人民币贷款增加6.14万亿元,其中企(事)业单位贷款增加5.82万亿元。

数据显示,2月末,我国人民币贷款余额261.78万亿元,同比增长7.3%。分部门看,前两个月住户贷款增加547亿元;企(事)业单位贷款增加5.82万亿元,其中中长期贷款增加4万亿元。

从货币供应看,2月末,广义

货币(M2)余额320.52万亿元,同比增长7%。狭义货币(M1)余额109.44万亿元,同比增长0.1%。

此外,前两个月我国人民币存款增加8.74万亿元,其中,住户存款增加6.13万亿元。

同日发布的社会融资数据显示,2月末我国社会融资规模存量417.29万亿元,同比增长8.2%;前两个月社会融资规模增量累计9.29万亿元,比上年同期多1.32万亿元。



3月14日,浙江省湖州市德清县洛舍镇东衡村先丰农业智能育秧工厂内,工人在观察早稻秧苗长势。春日暖阳,春耕正忙。在今年的春耕生产中,各种新技术、智能化农业机具纷纷“上岗”,一幅幅“科技春耕图”在广袤田野铺展开来。新华社发(谢尚国 摄)

我国牵头制定的冰箱保鲜国际标准发布

据新华社北京3月14日电(记者 赵文君)记者14日从市场监管总局获悉,由我国牵头制定的国际电工委员会(IEC)冰箱保鲜国际标准近日正式发布。对消费者来说,这意味着市场上有了统一的冰箱保鲜性能评价体系。

据介绍,该标准为提升冰箱保鲜性能提供了技术规范,填补了该领域的国际标准空白,对于推动产业转型升级和消费提档升级具有重要意义。

该标准规定了冰箱失重率和凝露两个衡量保鲜效果重要指标的测试方法,使冰箱保鲜效果有了统一

的量化指标。“羊毛片”测试法作为一项创新突破,有效解决了因地域差异和食材种类不同导致的数据偏差问题,显著提升了评价体系的科学性和准确性。这将推动行业从单一关注“制冷温度”转向全面评估“保鲜效果”,为后续的技术研发和

产品升级提供重要指导。

此外,该标准通过设定明确的产品性能底线,有效保障了消费者的知情权和选择权。消费者可以根据标准提供的核心参数进行直观对比,避免因信息不对称导致的选择偏差,从而作出更加明智的消费决策。

遗失启事

丽水聚欣建材有限公司遗失公章一枚,声明作废。

丽水市交通安全教育学校遗失财务专用章一枚,声明作废。

丽水聚欣建材有限公司遗失法人章一枚,声明作废。

丽水市交通安全教育学校遗失财务专用章一枚,声明作废。

文明丽水 公益广告

弘扬家庭美德 共建美好丽水



传家利

齐家美以孝 立世贵以和

社会主义核心价值观 富强民主文明和谐 自由平等公正法治 爱国敬业诚信友善

丽水市文明办 宣

