5天花8900元 用现金减少交易痕迹

-记者暗访揭秘老年人保健品会销骗局

□据新华社"新华视点"报道

打着弘扬传统文化、传统孝道等旗号给老年人讲课、洗脑,借机把成本低廉的产品包装成能治百病的保健品高价推销,牟取暴利……记者调查了解到,这个名为"长寿工程"的老年人会销活动在全国多地开展。记者进入会销活动现场进行暗访、揭秘骗局内幕。

会销现场连哄带吓 老人5天花8900元

日前,记者以合伙经销商身份进入位于中福丽宫品牌基地的"长寿工程"会场进行暗访。会销活动开始前,老人们先接受了"藏式传统药膏按摩"的免费体验活动。会场工作人员称,该药膏可以治疗各类关节疼痛、风湿性疾病,老人们争相排队接受按摩。

半小时后,会销活动开始。据知情人透露,这次活动为期 10 天,内容为主办方邀请讲师前来讲课,其间安排三次产品销售。现场一些老人说,他们前几天就已经连续到此参与课程。

据记者观察,当天有 200 到 300 位老人参与。会销主办单位用 歌舞表演、课程讲授等方式吸引老人,现场老人时而开怀大笑,时而感动落泪。

记者发现,为获取老年人信任,主办方会先要求老人交付现金换取产品券,有的老人交了100元,有的则交了8000元。在讲授过程中,主办方先将现金归还给老人,并赠予老人号称价格不菲的赠品,使老人防范心理降低,最后通过各种推销手段,把老人手中的钱再次拿到手。

一位连续参加了 5 天会销活动的老人告诉记者,现场讲师先送给每人一份声称价值 12600 元、现场只售 7000 元的"青藏 1 号"产品,称这款产品可以治疗高血压、心脏病等心脑血管疾病。

"讲师现场还播放了心脏搭桥 手术视频,在场的老年人看了很害怕,几乎都买了产品。"她说,卖产品时,讲师说第一份是免费送的,第二份需要购买,不少老人在营销手段的诱导下,又将退还的7000元主动交给工作人员,购买第二份产品。她告诉记者,5天来, 她一共花费了 8900 元,包括 7000 元的"青藏 1号",以及其他名义 花费的 1900 元。

记者注意到,"青藏1号"产品 并没有保健食品认证标识或批号, 有的仅是食品批号,其配料也只有 白刺果、黑枸杞、番茄和香菇。

现场一位经销商告诉记者,卖货时,即使销售高价产品,签单率也都在50%以上,若是新来参与活动的老人,签单率几乎超过80%。

拉人头加忽悠 双方五五分成

记者调查了解,在"长寿工程"所组织的会销活动中,现场会销由该公司负责邀请讲师、销售产品、录制视频,合伙人则负责组织老年人到现场"听课"。在为期多天的活动里,组织者会安排三次"卖货",所得利益与合伙人五五分成。

一位曾经与"长寿工程"合作过的经销商告诉记者,这些合伙人都有自己的线下直营门店,售卖保健床垫、高电位治疗仪等产品,光顾者以中老年人居多。"但直营店的利润远没有会销来钱多、来钱快。"

他告诉记者,与"长寿工程"合作时,他销售的是一款标价 2380 元的负离子驻波机即净水机,四五百名老人中有一半掏钱购买。实际上,这款净水机成本只有 200 元左右,根本起不到宣传中的功效。

另一位知情者告诉记者,"长寿工程"组织的会销上推销的产品"桑黄参肽胶囊"售价高达 1980元,与成本相差悬殊。

会销负离子驻波机的原经销商告诉记者,也有子女发现父母购买的产品、仪器出现问题想要退货或维修,但都找不到生产厂家。"通常情况下,儿女也不会为这些事和父母闹不愉快,于是不了了之。"

怕漏风声前一天通知 用现金减少交易痕迹

记者了解到,去年7月,国务院食安办等九部门联合印发通知,部署在全国开展为期一年的食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治。此后,针对保健品公司借会议营销坑骗老年人的情况,全国多地掀起整治风暴,取得一定成效。但是,顶风作案的情况仍有发生。

记者在此次暗访中发现,为躲避打击,会销手法更加隐蔽。知情者告诉记者,"长寿工程"从7月份开始在中福丽宫品牌基地进行了多期会销活动,其间有一些老人及其子女因组织方拒绝退款或发现情况不对而选择报警。此后,会销活动转至度假村中进行。"在哪开、几点开,组织方要到前一天晚上才会通知合作经销商,怕走漏风声。"

公安部门一位执法人员告诉记者,由于一些商品"食药同源"的特效,为逃避法律处罚,不少商家用药物效果骗取消费者,但在注册产品批号时使用的是食品批号。多数会销人员要求老年人以现金形式进行交易,无形中减少了交易痕迹,增加了打击难度。

法律人士认为,监管部门掌握 的一些案件线索证据,往往因达不 到立案查处标准而无法处罚到位, 建议对相关法律法规中虚假宣传及 欺诈的定性进一步明晰,同时行政 机关应从重从严处理违法经营者。

执法人员建议,应强化多部门 联合执法,对产品来源、宣传行为、 营销手段等的合法性进行核查,及 时固定证据,形成打击合力。

单用途商业预付卡的合同管理及信用治理

□谢文俊 郭艳玲 杨标

单用途商业预付卡是一种典型 的预付消费模式。对于商家而言, 单用途商业预付卡能够稳定客户群 体,占据市场份额。对于消费者而 言,能获得一定的优惠或折扣。因 此从促进消费,保障市场活跃度的 角度来讲,预付消费是一种双赢的 交易方式。但纠纷也接踵而来,关 门跑路、虚假宣传误导、手续不规 范、霸王条款限制权利、擅自终止 服务等现象层出不穷,并导致娱乐 健身、美容美发、餐饮住宿等大量 使用单用途商业预付卡的服务行业 的投诉明显增加,暴露出单用途预 付卡十分容易成为风险陷阱,亟需 对其进行治理。

一、单用途预付卡乱 象丛生

(一) "超低折扣"成为消费 陷阱

许多商家将"超低折扣"异化成一种"消费陷阱"。一方面,企业在推销预付卡中存在虚假宣传,消费者办理单用途预付卡之后,一些发卡商家随意撤并网点,甚至关门跑路。另一方面,经营者为持卡消费者提供商品或服务时,无法向消费者兑现办卡时的服务承诺,进而引发集中投诉。

(二) 合同缺乏监管,制定霸王条款

发卡人滥用其发卡优势,设定 变化万千的霸王性条款;滥用其已 经预先占有资金的优势,滥用在经 济上的主动权,在随后的消费活动 中随意降低商品或服务的质量。

(三) 单用途预付卡异化成融 资工具

许多企业把原来增加客户体验 的营销方式逐渐异化成圈钱融资的 【内容摘要】预付消费是一种双赢的交易方式,单用途商业预付卡也逐步在日常生活中占据了重要地位,但由于单用途预付卡缺乏监管,没有进行合理管理;发卡企业商业信用的缺失,导致单用途预付卡市场乱象频发,纠纷投诉不断,亟需从监管预付卡合同、进行信息披露、建立信用档案、完善信用监管等方面进行规制。

【关键词】单用途预付卡 合同监管 信息披露 信用监管

途径,单用途预付卡社会系统性风险激增,金融的杠杆比例在增加。基于微信等移动端的卡券应用大大便利电子卡的充值、售卖、转赠和消费,进一步增强了预付卡资金融通能力。

(四) 单用途预付卡存在非法 集资风险

许多企业超偿付能力发卡成 瘾,名为发卡,实为集资,商家肆 无忌惮吞噬卡内残值,将发行单用 途预付卡的模式进一步演化成一种 非法集资的模式。

(五) 无序发卡致行业发展偏 离正常轨道

如果不发卡,商家有可能丧失 在激烈的竞争市场上的优势,甚至 有的企业已经陷入到了开店——发 卡——再开店的怪圈。

二、规制措施

(一) 完善单用途预付卡合同

监管

1、设立预付卡合同事前审批 制度

将单用途预付卡合同规定为发 行资格审查所需递交的必备文件, 通过立法要求"企业申请发行预付 卡时应当同时递交预付卡合同文 本,合同不得包含不平等的企业单 方免责条款以及其他可能损害消费 者正当权益的不合理条款,如果发 现文本合同不符合法定标准,可责令申请者限期进行修改,拒绝修改或者修改后仍然不符合标准的,可否决其申请并禁止发行预付卡"。

2、推行合同示范文本

首先,应当明确规定预付式消 费合同必须采用书面形式。其次,关 于单用途商业预付卡消费合同的内 容,我们可以将合同内容分为必须、 禁止和可以记载事项三类。其中,必 须记载事项主要有发卡人名称及地 址、发卡时间、面值、有效期限、使用 范围、经营者违约赔付标准、消费者 可享受的优惠内容、充值次数、挂失 补卡程序、债务履行担保方式、投诉 维权途径等。不得记载事项主要包 括概不退卡、不办理挂失、过期无 效、余额不退、最终解释权归商家 享有、商家享有单方解约权,以及 显失公平和含有欺诈意图的事项。 可以记载的事项是指除必须记载事 项和不得记载事项以外的事项,由 双方当事人协商约定。

(二) 建立企业经营信息披露 制度

~ 1、拓宽信息获取渠道

首先可以由行业组织牵头开通 预付卡商户微信服务平台,监管机 构可以在平台上发布预付卡发行方 的备案信息,消费者组织可以适时 发布消费警示提醒。其次利用网 站、移动终端软件等方式为社会公 众提供查询服务,使消费者能够实 时查询到发行人的备案编号、季度 备案状态、服务评价等信息。

2、建立售卡前信息披露制度 规定售卡时商家须向消费者详细说明合同内容,保障消费者的知情权。另外,应设定举报期限,如果有人对评估意见书存有异议或者认为真实情形与意见书内容不相符的,可以在信息披露后的一定时间内向审批机关进行举报,赋予消费者一定检举权。

3、建立发卡企业经营信息报 告制度

第一,建立发卡企业定期报告制度,将企业近一年、半年或季度内的盈利亏损的详细状况进行报告。第二,建立临时报告制度。发卡企业在作出有关消费者利益的重大经营决策过程中,应制定临时报告,及时向社会公开该重大经营事项的具体内容。

4、健全业务投诉信息联动监 管机制

建立主管部门的发卡业务信息 系统监管平台、"被动"投诉信息预 警、"主动"网格化现场巡查相结合的 联动监管机制,通过经营者发卡行为 (系统)必须与监管平台信息系统对 接,对经"12345"市民热线、"12315"消 保热线、信访等渠道收到的投诉信息 和网格化现场抽查的信息联动监管。

(二)建立信用档案,提高信用 理水平

记录发卡人的基本信用信息,对发卡人的风险变动实施动态监控;当监管部门掌握的特定商业预付卡相关信息足以危及购卡人或者持卡人的权益时,监管部门应披露信息。比如,工商行政管理部门建立发卡人的信用档案,完善"黑名单"制度,将发卡人的违法违规行为置于社会监督之

(三)建立以信用为核心的监管 '

1、建立失信惩戒责任追究制度 对于一般失信行为的经营者,采取提醒、警示约谈等督促其及时整改。对发卡后"跑路"等严重失信行为的经营者,要将其列入失信黑名单,通过媒体进行公开曝光,实施行政性惩戒、市场性惩戒、行业性惩戒和社会性惩戒等综合惩戒。

2、健全行业信用约束机制

要引导行业协会优势,根据单用途预付卡消费中容易出现的矛盾纠纷制定相应的行业公约,及时介入消费纠纷;监督和规范会员企业的日常经营行为,推动行业内诚信自律;加强对会员企业的指导,开展会员企业信用管理培训,让诚信制度内化为会员企业的交易准则和秩序。

"法治建设与社会管理创新" 调研成果选

华东政法大学研究生院 上海法治报社 联合主办