

青岛拟立规矩让办卡消费者有7天犹豫期

预付合同终结“概不退卡”

本报青岛1月18日讯(记者管慧晓) 一时冲动了办卡式消费,想要退卡时却遭遇“概不退卡”的霸王条款,这是诸多消费者常遇到的问题。18日,青岛市消保委组织起草的《预付式消费合同》(征求意见稿)出炉,合同中首次设定7天的犹豫期,即消费者在购卡7天内还可反悔。这一合同约定在国内尚属首例。

18日,青岛市消保委委托山



东文康律师事务所起草的《预付式消费合同》(征求意见稿)正式出炉。专程赶来参加研讨会的中消协投诉部主任邱建国介绍,这还是全国首个针对预付式消费的格式合同。

意见稿对预付式消费卡的办理、使用、退卡和其他问题都进行了约定,通过多项条款,明确经营者和消费者的权利和义务。

广受诟病的“一经售出,概不退卡”被废除。意见稿中首次设定了7天的犹豫期,即消费者在购卡之后,7天内可提出退卡。退卡时店家只能扣除已经消费的款项,及不超过10元的工本费,其他费用不得扣除。

据青岛市消保委的工作人员介绍,设定犹豫期,一方面便于消费者冷静思考办卡的必要性,另一方面也给予消费者一定时间去考察经营者的经营行为是否名副其实。据介绍,将犹豫期写进格式合同,在国内尚属首次。

针对消费卡“遗失不补”的霸王条款,意见稿要求经营者将卡号、消费者姓名等信息写进合同,在消费者卡片遗失或损毁时给予补办,可收取不高于10元的工本费。

意见稿同时废除了经营者享有“最终解释权”的霸王条款。意见稿要求经营者应对重要事项作出明确告知,并经消费者签字确认,否

则无效。经营者增加收费项目的,必须以明确告知,并征得消费者同意;经营场所、经营范围变更的,应提前5天通知消费者,并赋予消费者解除合同的权力。此外,合同还要求每次消费都需要消费者签字确认,消费者对自己的消费记录有查阅的权利。

据青岛市消保委秘书长孙培旭介绍,此次意见稿出炉后,市消保委将继续对收集的意见进行整理,对合同进行完善。最终版本预计将在春节后对外公示,3月15日前正式实施。为了引导更多的商家和消费者使用规范的文本合同,青岛市消保委还将对各企业进行动员。

相关链接

预付式消费陷阱多

在预付式消费模式快速被经营者和消费者青睐的同时,预付式消费卡在办理和使用过程中也饱受诟病。

有的商家在合同中单方设定各种限制,“一经售出,概不退卡”、“卡项使用期满自行作废”等霸王条款也是商家提供的合同中常见的内容。

预付式消费卡在使用过程中,更存在经营者不按约定项目、标准提供服务,以劝导、强迫等不恰当方式强制消费者接受卡项之外的其他服务,服务价格随意变动等情况。

消费者办卡“门槛”很低,但要退卡,却要遭商家百般刁难,甚至遭拒。消费卡卡片遗失时,不少商家都以没有记录为由不予补办。而商家在经营中发生迁址、主体变更、停业、装修等事项时,却很少提前通知消费者,卷款蒸发的情况也屡见不鲜。

而因为办理预付式消费卡时大都并不签订书面合同,消费者想维权,很难提出有力证据。即便个别商家与消费者签订合同,这些合同也大都对经营者有利,限制消费者的权利。

本报记者 管慧晓

焦点争论

退卡时应该退多少?

虽然意见稿中设定了多种退卡情形,如7天犹豫期内退卡、使用中退卡和使用期满后退卡,但对于退卡时卡内余额怎么退还没有详细的约定。

对此,在18日的专项研讨会上,相关专家及与会代表都提出了不同的看法。

中国海洋大学法律系教授胡家强认为,《预付式消费合同》应该在约定服务总额之外,再明确单次价格,通过对价格的明确约定,避免退卡时产生纠纷。

而经营者代表则提出,办消费卡时商家大都给予较大幅度

的优惠,当约定消费达到万元以上时,有的店家甚至能给予3折的优惠力度。消费者在多次享受低价服务之后提出退卡,如果按照折后价退款的话,店方一般很难接受。而如果一律按照原价和使用次数退卡,消费者又很难接受。

对此,中消协投诉部主任邱建国认为,《预付式消费合同》最好能够约定单次价格和单次优惠价格,这样可以避免出现退卡纠纷。而有的商家目前正在实行的按照实际消费额达到的优惠档次退款的做法也



圈套

值得借鉴。

此外,邱建国表示,目前普遍存在的预付式消费卡的核心问题是诚信,企业作为保护消费者权

益的第一责任人,应该切实履行法定的义务,保障消费者的知情权,诚信经营。

本报记者 管慧晓

金龙鱼倾力体育公益 续写品牌佳话

金龙鱼继 08 体育盛典后荣膺世界大运会独家供应商资格

2011年伊始,益海嘉里又获喜讯:深圳第26届世界大学生夏季运动会组委会执行局与益海嘉里在深圳联合举办新闻发布会,宣布金龙鱼成为深圳2011世界大学生运动会粮油食品独家供应商,这是继08年在北京举办的全球体育盛典之后,金龙鱼再次结缘世界体育盛事。

而在本届赛事上,金龙鱼也成功完成了身份的升级,从08年的食用油独家供应商一举成为本届赛事的粮油食品独家供应商,为大赛提供包括食用油、大米、面粉等全系列粮油产品,赛事独家供应商身份的升级,代表着世界级赛事组委会对金龙鱼能力和实力的认可,是对金龙鱼多年来积极投身中国体育事业成绩的肯定。

饮水思源

金龙鱼感恩深圳助力大运

一个卓越的品牌,肩负总会承担着沉甸甸的企业社会责任,而从深圳走向全国,在食用油领域已成为领导品牌的金龙鱼,一直在为其发源地深圳的城市建设奉献着自己的力量,履行着一个企业公民应承担的责任。

如今,即将到来的2011世界大学生运动会给深圳市带来了一次转型机遇,在深圳特区的城市形象转型过程中,金龙鱼将承担起协助政府打造“新深圳”城市文化名片的使命,作为深圳的粮油食品品牌,服务大运会正是金



领导启动大运欢乐的U

龙鱼回报深圳、感恩深圳、支持国家体育事业的具体举措,总经理陈波在同世界大运会执委会的签约仪式上表示:“金龙鱼已经做好了支持深圳大运会的准备,凭借多年积累的综合实力和服务能力,金龙鱼一定不辱使命。”

助力体育事业 打造金龙鱼品牌佳话

为支持中国体育事业的发展,金龙鱼历经严格筛选,成为北京08食用油独家供应商,为赛事期间来自不同国家、不同民族、不同肤色的近2万名运动健儿提供优质服务的世界级品质食用油,同时,金龙鱼又出资赞助

了中国女排,成为中国女排主赞助商,并且冠名了2007年世界女排大奖赛总决赛,提出了“超越胜负,真心加油”的口号。

时隔三年,在深圳举办的2011世界大学生运动会上,金龙鱼更是突破严苛的层层筛选,一举成为了本届赛事的粮油食品独家供应商,其成功地运用体育营销在国际体育赛事平台上,充分地展现了品牌的魅力和实力。

有媒体评论:金龙鱼是粮油行业中为数不多的坚持长期赞助体育赛事的品牌,更是极少数能将体育文化、品牌文化、企业文化三者有效融合的优秀品牌之一。事实如此,通过多年来对体育公益事业持久、大力的投入,

金龙鱼在亿万消费者心中已形成稳定的品牌偏好,获得了较高的品牌美誉度,而消费者的认可,对金龙鱼品牌来说,是对过去所做成绩的肯定和鼓励,更是一种任重道远的责任——提高中国国民生活品质的责任。

心系国民健康

金龙鱼坚持品质核心观

上个世纪80年代末,国内的食用油市场上还是以杂质大、炒菜时油烟多、卫生安全无保障的散装食用油为主,1991年,第一瓶金龙鱼牌小包装食用油上市后,迅速引爆了食用油消费观念的革命,经过精炼加工、一次性塑料包装的小包装食用油更加安全卫生,适合煎、炒、烹、炸、凉拌多种烹饪手法,从此,中国人从散装油进入小包装精炼油的食用油时代。

在金龙鱼的发展历程中,其发展核心,就是不断满足并引导顾客的健康需求,金龙鱼的所有食用油,都朝着“健康、美味”的方向发展,2002年,“金龙鱼”第二代调和油上市,首次将膳食健康的研究首次深入到脂肪领域,倡导“1:1:1”膳食脂肪平衡的健康概念,再一次革命性地推动了中国人的食用油消费习惯,食用油的消费观念从“安全”向“营养健康”的高度跃升,2005年,该产品获得了国家发明专利(专利号:ZL2108374.6),中国粮油学会科技进步二等奖。

2008年,金龙鱼大米上市,它是我国循环经济模式的产物,不仅实现了全产业链一体化模式保障产品品质,更通过循环经济增加水稻的附加值,增加农民种粮收入和种粮积极性,为解决我国“三农”问题进行了积极尝试,2009年,在中国粮油学会的科学技术奖项评选中,历时四年、投资亿元精心打造的“金龙鱼大米全产业链创新技术”以其良好的经济和社会效益获得了评审专家的一致好评,荣获一等奖。

2010年,金龙鱼联合中国营养学会研制推出金龙鱼添加深海鱼油调和油,获得了中国粮油学会认可和中国营养学会2010年峰会的高度评价,开创了国人便捷补充DHA和EPA新途径。

为不断的提高产品品质,推动国民生活质量提升,满足消费者饮食与健康的双重需要,益海嘉里从2009年起,投入了十亿人民币在上海成立了全球研发中心,加强金龙鱼产品的全球研发能力,随后在中国营养学会等多方专家的指导下,将平衡营养的科学膳食健康理念逐渐的引入千家万户。

通过多年的努力,现在的金龙鱼已成为中国家喻户晓的著名品牌,而益海嘉里的投资方丰益国际在2009年的《财富》杂志世界五百强排名第300位,傲然屹立于世界品牌之林,相信在实力雄厚的集团大力支持下,金龙鱼将在2011年的中国大地上大有作为。