


# 预付式消费 法律问题研究

时建中◎主编



YUFUSHI  
XIAOFEI  
FALÜWENTI  
YANJIU

 中国政法大学出版社


# 预付式消费 法律问题研究

YUFUSHI XIAOFEI  
FALÜWENTI YANJIU

主 编◎时建中

撰稿人◎郜 庆 王煜婷 刘思洁

童肖安图 马 栋 杨胜男

 中国政法大学出版社

2024 · 北京

- 声 明
1. 版权所有，侵权必究。
  2. 如有缺页、倒装问题，由出版社负责退换。

### 图书在版编目（CIP）数据

预付式消费法律问题研究/时建中主编. —北京：中国政法大学出版社，2024.7  
ISBN 978-7-5764-1349-6


I. ①预… II. ①时… III. ①消费者权益保护法—研究—中国 IV. ①D923.84

中国国家版本馆CIP数据核字(2024)第042252号

---

出版者 中国政法大学出版社  
地 址 北京市海淀区西土城路 25 号  
邮 箱 fadapress@163.com  
网 址 <http://www.cuplpress.com> (网络实名：中国政法大学出版社)  
电 话 010-58908435(第一编辑部) 58908334(邮购部)  
承 印 固安华明印业有限公司  
开 本 720mm×960mm 1/16  
印 张 19.75  
字 数 387 千字  
版 次 2024 年 7 月第 1 版  
印 次 2024 年 7 月第 1 次印刷  
定 价 89.00 元

责任编辑：艾文婷 郭嘉珺

封面设计： 青溪文化  
TEL:13426209275

# 目 录

## 第一编 现状与问题

第一章 预付式消费国内研究现状分析 .....	3
一、预付式消费概述相关研究分析 / 3	
二、预付式消费现存问题相关研究分析 / 7	
第二章 中消协预付式消费投诉情况汇总 .....	19
一、预付式消费市场现状 / 19	
二、细分市场的预付式消费现状（以生活服务领域与网络交易领域为例） / 25	
三、消协调解的情况 / 29	
第三章 现有制度规范及问题分析 .....	31
一、国家层面主要制度规范 / 31	
二、地方主要制度规范 / 32	
第四章 本书研究背景及研究内容 .....	39
一、研究背景 / 39	
二、研究内容 / 41	

## 第二编 域外经验借鉴

第五章 美 国 .....	45
一、预付式消费的定义及分类 / 45	
二、立法情况 / 46	
三、监管制度 / 47	
四、制度特点 / 49	
五、对我国的经验启示 / 49	
第六章 欧 洲 .....	51
一、预付式消费的定义及分类 / 51	

## 2 | 预付式消费法律问题研究

- 二、立法情况 / 51
- 三、监管制度 / 52
- 四、制度特点 / 53
- 五、对我国的经验启示 / 54

第七章 日 本 .....	56
一、预付式消费的定义及分类 / 56	
二、立法情况 / 56	
三、监管制度 / 57	
四、制度特点 / 61	
五、对我国的经验启示 / 62	
第八章 加 拿 大 .....	64
一、预付式消费的定义及分类 / 64	
二、立法情况 / 64	
三、监管制度 / 65	
四、制度特点 / 66	
五、对我国的经验启示 / 67	
第九章 小 结 .....	69

### 第三编 法律分析

第十章 预付式消费合同的法律属性分析 .....	75
一、预付式消费合同的法律性质 / 76	
二、预付式消费合同的法律关系分析 / 77	
三、预付式消费合同的合同关系构造 / 79	
第十一章 预付金的法律属性分析 .....	86
一、预付式消费类型一：预付卡型预付式消费 / 86	
二、预付式消费类型二：无预付卡型预付式消费 / 89	
第十二章 预付式消费的税务处理 .....	91
一、规则依据 / 91	
二、基本模型 / 92	
三、涉税行为及税务处理 / 92	

第十三章 预付式消费风险控制的法律路径 .....	98
一、事前风险控制——保险法路径的分析 / 98	
二、事后风险控制——破产法路径的分析 / 105	

## 第四编 完善监管

第十四章 信用立法 .....	113
一、预付式消费的法律规制现状 / 113	
二、预付式消费的信用法律约束存在的问题 / 115	
三、完善预付式消费的信用立法 / 116	
第十五章 行政监管 .....	122
一、预付式消费行政监管的发展阶段与现状 / 122	
二、预付式消费行政监管范围存在的问题 / 129	
三、厘清预付式消费行政监管范围的政策建议 / 133	
第十六章 司法救济 .....	137
一、引言：问题的提出及研究思路 / 137	
二、立案标准：预付式消费纠纷作为独立案由的必要性与可行性 / 139	
三、举证责任：责任倒置与监管支持 / 142	
四、余论：引入公益诉讼机制的现实意义 / 144	
第十七章 社会监督 .....	146
一、社会监管现状 / 146	
二、多用途预付卡的社会监管现状 / 147	
三、完善预付式消费的社会监管 / 148	
四、消费者协会需扮演的角色 / 150	

## 第五编 案例选编

第十八章 典型案例 .....	153
第十九章 新型预付式消费问题 .....	193
一、长租公寓问题 / 193	
二、装修贷款问题 / 198	
三、美容贷问题 / 200	
小结 / 202	

第二十章 司法案例 .....	203
附录 .....	226
附录一 预付式消费立法建议稿 / 226	
附录二 上海市单用途预付消费卡管理规定 / 281	
附录三 北京市单用途预付卡管理条例 / 286	
附录四 杭州市预付式消费交易管理办法（草案） / 291	
附录五 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（征求意见稿） 301	

# 第一编 现状与问题





# 第一章 预付式消费国内研究现状分析

## 一、预付式消费概述相关研究分析

### (一) 预付式消费的由来及定义

预付式消费这一模式被认为从早期的预定牛奶、报纸等行为发展而来，我国计划经济时代发行的各类“券”“票”就表现出预付式消费的特点。其曾被称为“消费卡消费”，是指消费者在经营者处预先存储一定款项，当消费者获得所需要的商品或服务后，经营者有权直接从预存的款项中扣除相应金额的消费方式。“消费卡”一词是由于最初的预付式消费凭证通常以纸质卡片、合同或记录为载体，因而以其形象化名称代指这一消费方式。随着科技的发展，预付式消费凭证逐渐由纸质形式转化为电子形式，并主要以具备小额转账、一般转账、预付及信用四功能于一体的IC卡为载体。<sup>〔1〕</sup>经过多年的发展，预付式消费呈现出智能化等趋势，但学界对其定义较为稳定，孙月红等将其归纳为消费者通过各类预付方式与经营者达成分次享有的商品或服务协议，<sup>〔2〕</sup>即“预先支付款项、随后逐渐消费”的模式。<sup>〔3〕</sup>

随着我国市场经济的发展，预付式消费模式由于满足了消费者追求优惠、交易效率和易用性的需求、经营者对稳定客户及资金流转的需求，以及经济发展对新型交易方式的需要而快速发展，并涉及越来越多的消费领域。<sup>〔4〕</sup>因此，除大部分学者提及的美容美发、娱乐健身、教育培训、汽车保养等行业外，学界对于房地产行业有关商品房预售等属性问题也进行了讨论。其中，叶林主张商品房预售不属于动产买卖，且其所涉规则体系较为独立，因此应从实用主义考虑而否定其属于预付式消费模式。

在现有研究中，有关预付式消费的定义较为统一，即消费者向经营者先行付费

---

〔1〕 叶林：“预付式消费合同的法律管制”，载《哈尔滨工业大学学报（社会科学版）》2011年第2期。

〔2〕 孙月红、周广友、王智贇：“关于预付式消费市场源头治理的思考”，载《市场监督管理》2020年第15期。

〔3〕 刘梦雨：“信用监管 为预付式消费加道安全锁”，载《中国信用》2020年第10期。

〔4〕 王建文：“我国预付式消费模式的法律规制”，载《法律科学（西北政法大学学报）》2012年第5期。

后按照约定方式分次享受产品或服务的消费模式。<sup>〔1〕</sup>具体而言,预付费式消费是指经营者凭借向不特定的消费者发售会员卡,消费者在消费前预先支付费用取得会员卡,并凭会员卡进行消费、进而结算的一种消费行为。<sup>〔2〕</sup>预付式消费被界定为消费者向商家预先支付一定款项办理预付凭证,并凭借预付凭证在未来一定时间内,按照约定多次获取商品或者服务的消费模式。<sup>〔3〕</sup>此外,根据2024年6月6日最高人民法院发布的《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(征求意见稿)》(以下简称《司法解释(征求意见稿)》)第1条,预付式消费可以指在零售、住宿、餐饮、健身、出行、理发、美容、教育培训等生活消费领域,经营者收取预付款后多次或者持续向消费者兑付商品或者提供服务的消费模式。

## (二) 预付式消费的特征

对于预付式消费这种新兴的消费模式,现有研究提出其具有以下特征。一是价款的预付性,与传统“一手交钱,一手交货”的现物交易不同,预付式消费必须先付款,后消费。二是权利的凭证化,消费者支付预付款后,经营者须出具相应的凭证,便于消费者将来主张债权以享受商品或服务,即预付卡。三是履行期限的长期性,预付卡有月卡、季卡、年卡,甚至终身卡。在使用期限内,消费者可以凭卡随时请求经营者履行,一旦消费者购买预付卡,即与经营者之间建立了长期、稳定的消费关系。<sup>〔4〕</sup>四是双赢性,即其帮助经营者无息使用预收价款、固定客源和抢占市场,帮助消费者享受廉价及便捷的服务,实现了双赢。五是预付式消费具有单向风险性,通常要求消费者在消费中独自承担其中的风险。六是预付式消费形式的表现多样,可按多种标准进行划分。<sup>〔5〕</sup>另外,从会员取得和权利取得的角度而言,预付费消费的会员权利以会员资格取得为标准,而会员资格是在消费者与经营者之间直接产生的,不需要媒介机构如银行、证券机构等,并且这些消费者权利并不是一次全部获得,而具有部分期待权的性质。<sup>〔6〕</sup>此外,预付式消费还具有信用性、不对等性、信息不对称性等特点。

## (三) 预付式消费与预付卡的关系

在有关预付式消费的表述中,常出现“预付卡消费”“预付卡”等字眼。经过分析后发现,预付卡消费仅被认为是预付式消费的形式之一,所涉范围远小于预付

〔1〕 麻冠丽:“试论预付式消费的权益保护”,载《中国工商管理研究》2009年第3期。

〔2〕 黄萍:“预付费式服务消费中的法律问题”,载《社科纵横(新理论版)》2008年第1期。

〔3〕 赵祯祺:“预付式消费:如何实现理性健康发展?”,载《中国人大》2020年第15期。

〔4〕 朱金东、孙婷婷:“我国预付式消费履约担保制度的法律构建”,载《东岳论丛》2014年第6期。

〔5〕 麻冠丽:“试论预付式消费的权益保护”,载《中国工商管理研究》2009年第3期。

〔6〕 包哲钰、罗彪:“论预付费消费中的消费者权益保护”,载《西部法学评论》2011年第2期。

式消费。〔1〕而预付卡又名“预付式消费卡”或“预付购物卡”，是指“在市场流通领域中，具有一定资质的商业企业或第三方发售并由购卡人预先支付一定数额的款项，双方按照约定的方式，在指定范围内由持卡人分次享有商品或服务的一种消费凭证”。因此，预付式消费与预付卡消费是包含与被包含的关系，而预付卡则通常被作为预付式消费的凭证。〔2〕根据《司法解释（征求意见稿）》第31条，其通常包括以磁条卡、芯片卡、纸券等为载体的实体卡和以密码、串码、图形、生物特征信息等为载体的虚拟卡。较为常见的预付凭证主要包括健身卡、加油卡、美容卡、洗车卡等。〔3〕预付卡作为预付式消费中的重要凭证，因要求预先支付价款而具有先付性，因不记名、不挂失而具有无因性，因在特定范围内使用而具有有因性，因可用于小额支付而具有流通性。〔4〕此外，其主要特点还包括具有一定面值和有效期、不能提现和透支、不能计付利息、不可转让等。〔5〕此外，在商业预付卡方面，其具有一定的不特定性，包括债权人不确定、债务规模不确定，以及履约质量不确定。〔6〕而正是这些不确定性给预付式消费带来了一定的风险。

通常认为，预付卡的产生具有必要性，即预付式是顺应信息时代电子支付条件下的产物、市场供需选择下的产物、是企业尤其是中小企业融资的手段。〔7〕而它的存在对于商业企业而言，一是可以作为其促销手段，从而提升竞争力；二是可以为其保持客户稳定性；三是提升融资效率，降低融资成本，加速资金流转。对于消费者而言，预付购物卡可以为其提供折扣、简化交易手续，并由于无需缴纳个人所得税而成为单位发放福利的工具。〔8〕

关于预付消费卡的性质，目前没有统一的意见。有观点认为其应作为一种特殊的有价证券，具体而言是一种证权证券。〔9〕然而，有观点指出，预付购物卡本质上是特殊的债权凭证，而发售和使用预付卡的当事人之间是合同关系。在此关系下，发售方和持卡方的主体认定应当参照以下规则：商业企业自行发售预付购物卡的，发

〔1〕 孙月红、周广友、王智贇：“关于预付式消费市场源头治理的思考”，载《市场监督管理》2020年第15期。

〔2〕 王建文：“我国预付式消费模式的法律规制”，载《法律科学（西北政法大学学报）》2012年第5期。

〔3〕 赵祯祺：“预付式消费：如何实现理性健康发展？”，载《中国人大》2020年第15期。

〔4〕 陈秀新、焦勇：“预付购物卡监管问题研究”，载《中国工商管理研究》2009年第12期。

〔5〕 段宝玖：“预付式消费卡若干法律问题探析”，载《上海商学院学报》2010年第2期。

〔6〕 罗培新：“预付卡市场监管要对症下药”，载《解放日报》2017年2月21日。

〔7〕 上海市经信工作党委、上海市经信委、上海商学院联合课题组：“我国预付式消费卡规制研究”，载《上海商业》2011年第2期。

〔8〕 陈秀新、焦勇：“预付购物卡监管问题研究”，载《中国工商管理研究》2009年第12期。

〔9〕 上海市经信工作党委、上海市经信委、上海商学院联合课题组：“我国预付式消费卡规制研究”，载《上海商业》2011年第2期。

售方即发卡人，商业企业委托具备发行资质的第三方发售预付购物卡的，发售方包括发卡人和第三方，两者之间是委托合同关系；持卡方包括购卡人和持卡人，由于预付购物卡持卡人之间可相互转让，故购卡人与持卡人之间可以是同一人，也可以是不同主体。〔1〕

还有学者对多类学说进行了比较和分析。具体而言，针对认为预付卡是证权证券的情况，该观点认为，预付卡的存在表明消费者享有在一定期限内要求经营者为其提供约定的商品或服务的权利，因此是确权证券；针对将预付卡消费方式中的持卡人和发卡人关系定义为消费服务合同法律关系的情况，该学者认为，这种说法和证券说本质一样，只是将预付卡的诸多问题纳入合同法的领域中加以规制和解决，这对于由商业企业发行、只在本企业或同一品牌连锁商业企业购买商品或服务的单用途预付卡的规范和管理有着较好的效果，但因为预付卡通常没有正式书面合同而在实践中存在合同双方权利义务不对等的情况；针对代币工具说，该学者认为应当区分变相货币和一般性预付工具的界限，且应当防止一般性预付式工具向代币工具演化，以维护金融稳定；针对类银行借记卡说，该学者认为预付卡不具备计息、适用于ATM、充值、退卡、取现、转账等功能，因此其明显区别于银行卡；针对支付结算方式说，该学者认为可以在一定程度上将预付卡看作是一种支付结算方式，但不能放任其自由发展而损害消费者权益。因此，该学者认为预付卡更接近于确权证券，持卡人与发卡人之间的法律关系应被认定为一种合同法律关系。〔2〕

对于商业预付卡，即商业企业或发卡机构发行的、在一定范围内流通的、具有一定面额的、可代替人民币的卡或券、票，目前市场上出现的形式多样。有学者认为，依据不同标准，预付式消费卡可划分为不同类型。①预付卡可以分为封闭式预付卡和开放式预付卡，前者是指仅能在单个商户或者通过特定网络连接的多个商户内使用的预付卡，是一种行业储值卡；后者则是指能在银行卡组织的受理网络上使用的预付卡。〔3〕实际上，封闭式购物卡可被理解为封闭式预付卡，早年间明文禁止发行和使用，但却始终存在于商业活动中。〔4〕②根据发卡主体和适用领域的不同，可以将现存的预付卡分为三类，分别是公共事业领域消费卡、服务餐饮行业消费卡以及覆盖面更广的综合性消费卡。〔5〕③根据发行人与给付义务人的不同，划分为自行发出的预付式消费卡和第三方发行的预付式消费卡。进一步而言，可以分为商业企业自行发行的商业预付卡和商业企业与金融机构合作发行的商业预付卡。商业企

〔1〕 陈秀新、焦勇：“预付购物卡监管问题研究”，载《中国工商管理研究》2009年第12期。

〔2〕 马太广、范励：“论商业预付卡的本质属性与法律规制”，载《东方法学》2013年第2期。

〔3〕 马太广、范励：“论商业预付卡的本质属性与法律规制”，载《东方法学》2013年第2期。

〔4〕 郑基超、刘晴：“规范我国购物卡发行秩序的思考”，载《黑龙江金融》2009年第1期。

〔5〕 马太广、范励：“论商业预付卡的本质属性与法律规制”，载《东方法学》2013年第2期。

业自行发行的商业预付卡包括商业企业发行的用于本企业消费的商业预付卡以及与专门的制卡机构合作发行的商业预付卡；而后者作为分工专业化的标志，制卡机构则具有民间金融业的性质。<sup>〔1〕</sup>④根据预付式消费卡的载体不同，划分为购物券类型、提货券类型、会员卡类型、优待券类型和储值卡类型。⑤商业预付卡可以分为商业性商业预付卡和公益性商业预付卡，前者是商业企业发售给消费者的用于购买不特定种类商品或服务的有价支付凭证；后者是由公益企业、事业单位发售给消费者的用于购买其系统内特定种类商品或服务的凭证。⑥商业预付卡可以分为多用途商业预付卡和单用途商业预付卡。多用途商业预付卡是专营发卡机构发行的可跨地区、跨行业、跨法人使用的预付卡，而单用途商业预付卡是商业企业发行的只在本企业或同一品牌连锁商业企业购买商品、服务的商业预付卡。<sup>〔2〕</sup>

## 二、预付式消费现存问题相关研究分析

### （一）预付式消费存在的问题

随着预付式消费的发展，市场中也体现出一系列问题，主要包括以下几个方面：

#### 1. 从预付式消费的部分源头——经营者发行预付卡的角度看

该角度下主要存在以下几类风险或问题。其一，金融监管问题。预付卡从发行至资金清算过程均可能处于金融监管体系之外，从而扰乱金融秩序、危害消费者的预付资金安全。其二，经营者发行预付卡的同时可能存在不正当竞争行为，损害市场公平竞争秩序。<sup>〔3〕</sup>其三，信用风险问题。经营者通过发行预付式消费凭证吸收大量资金而不需付出相应对价，如果缺乏有力的监管措施，将可能出现发行机构挪用沉淀资金的行为。其四，税收流失风险。很多企业在购买预付式消费凭证后开具发票时，常将其列入办公用品、会议费等名目，而不在福利费用和业务招待费用中核算，从而达到冲抵利润收入的目的。<sup>〔4〕</sup>

#### 2. 从预付式消费的交易过程来看

该过程中往往出现许多损害消费者合法权益的问题。由于市场不成熟、监管制度欠缺以及商业信用环境粗糙等情况，消费者可能面临欺诈、卷款外逃、虚假宣传、强制推销、擅自更改服务内容或服务承诺、不合理的限制性条件、拒绝返还余额等

〔1〕 刘迎霜：“商业预付卡的法律规制研究”，载《法商研究》2012年第2期。

〔2〕 刘迎霜：“商业预付卡的法律规制研究”，载《法商研究》2012年第2期。

〔3〕 王建文：“我国预付式消费模式的法律规制”，载《法律科学（西北政法大学学报）》2012年第5期。

〔4〕 张驰：“中国预付式消费法律规制问题探讨”，载《财经理论与实践》2017年第3期。

损害合法权益的风险，且可能因法律规制不足而难以得到救济。〔1〕具体而言，在对现有研究进行整理分类后，主要总结出以下几大问题：

第一，预付卡发行主体资格问题。目前市场上相当一部分发卡人的资格不符合规定，一是一些服务型机构只是合伙组织或个体工商户，不具备法人资格；二是其经营项目不满足发卡要求；三是大多数的发卡人净资产总额无法达到规定的数额，如一般的美容店、美发店、体育健身场所等。〔2〕

第二，虚假宣传问题。在预付费消费模式中，大幅折扣和免费体验是诱骗消费的两大杀手锏。总结起来，商家最常用的三个典型推销手段如下：一是限时抢购型，优惠折扣有时效性；二是众人拾柴型，即引导消费者拉拢身边亲朋好友、多人进行消费；三是新老都爱型，分别针对新老顾客采取不同的优惠措施。〔3〕然而，部分经营者在推销商品与服务时夸大其词，用虚假的承诺吸引消费者，从而骗取消费者的信任和预付款。〔4〕当消费者办理会员卡后，经营者可能将降低服务质量。〔5〕常见的情况有四种：一是服务降级，即对使用的产品以次充好，以劣充优；二是单方变更服务内容，降低服务标准；三是办卡后涨价，变相减少提供商品数量或服务内容；四是发卡后借故暂停使用、暂不开业，以拖延时间，使消费卡超过服务期限而失去价值。〔6〕此外，就预付消费卡的转让问题，部分经营者在办卡时口头承诺持卡者拥有转让权，但实际上却无法兑现。〔7〕

第三，霸王条款问题。这一问题主要体现为预付式消费交易过程中的不公平格式条款问题，即部分经营者随意拟订格式条款，又任意解释条款内容，致使消费者权益受损。〔8〕例如，一些会员卡上有“消费卡到期服务终止，卡内余额不退”“会员卡遗失不补”等内容，都属于合同条款中的霸王条款，且为格式条款，难以保障公平交易权。〔9〕

第四，欺诈问题。例如，经营者利用消费者贪便宜的心理，吹嘘办理会员卡可享受种种优惠，怂恿消费者不顾实际需要办理年卡或金卡；部分经营者变更企业名

〔1〕 王建文：“我国预付式消费模式的法律规制”，载《法律科学（西北政法大學學報）》2012年第5期。

〔2〕 黄萍：“预付费式服务消费中的法律问题”，载《社科纵横（新理论版）》2008年第1期。

〔3〕 陈音江：“预付费消费与消费者权益保护问题探析”，载《中国市场监管研究》2019年第3期。

〔4〕 熊武敏：“预付式消费方式下的消费者权益保护——基于消费者权益保护法的视角”，载《商品与质量》2010年第A4期。

〔5〕 黄萍：“预付费式服务消费中的法律问题”，载《社科纵横（新理论版）》2008年第1期。

〔6〕 陈音江：“预付费消费与消费者权益保护问题探析”，载《中国市场监管研究》2019年第3期。

〔7〕 黄萍：“预付费式服务消费中的法律问题”，载《社科纵横（新理论版）》2008年第1期。

〔8〕 黄萍：“预付费式服务消费中的法律问题”，载《社科纵横（新理论版）》2008年第1期。

〔9〕 黄萍：“预付费式服务消费中的法律问题”，载《社科纵横（新理论版）》2008年第1期。

称,对会员卡实行“暂停使用”,目的是拖延时间,最终造成众多消费者蒙受损失。〔1〕

第五,卷款外逃等退款难问题。例如,可能存在消费者办理退款手续时才发现合同中有的已明确约定不能退款;消费者办理会员卡转让手续时才发现合同中有关手续费、违约金的条款;一些经营者借“开业促销”之名售出会员卡后,迟迟不开业,当消费者要求退卡时,又以“即将开业”为由拖延退款;一些商家因经营不善突然停止营业,或诱使消费者预先支付费用后便突然倒闭,却不告知消费者或会员,也不退还剩余金额,一夜蒸发等。〔2〕甚至,在办理预付卡时,消费者与经营者并没有签订相关的合同,导致在处理此类问题时,经营者常常会以消费者单方面违约为由拒绝退还卡内的剩余金额,不断引发争议和纠纷。〔3〕

第六,消费者的隐私外泄问题。消费者在办会员卡时,往往被要求填写个人的年龄、职业、电话、家庭地址等,而一些不法商家常常未经消费者同意就将这些信息用于其他商业行为,如提供给广告公司或将这些信息出售。〔4〕这些信息一旦泄露将使消费者的消费权益和其他民事权利遭到损害。〔5〕

第七,消费者面临维权困境。通常情况下,由于消费者法律专业知识的缺乏和维权意识的淡薄,加之预付式消费中的争议标的金额一般较小、维权成本较高等原因,消费者大都不愿通过诉讼等途径维权,从而导致其合法权益受损。〔6〕面对消费者群体如此庞大,而我国司法资源却十分有限的情况,消费者权益纠纷案例全交由法院处理不仅消耗了有限的司法资源,而且增加了消费者解决权益纠纷案件的成本,而这又成为消费者是否选择诉讼救济的困扰。〔7〕

### 3. 从预付式消费的功能来看

预付式消费可能被用于行贿受贿、洗钱等违法犯罪活动中,还可能因用预付卡发放员工福利而导致国家税收流失。〔8〕例如,预付卡由于不记名,且存在不入账、不开细目发票或开具发票名目不当的问题,往往具有相当的隐蔽性,使得预付式消费凭证发展成一种另类贪腐工具。〔9〕

〔1〕 黄萍:“预付费式服务消费中的法律问题”,载《社科纵横(新理论版)》2008年第1期。

〔2〕 黄萍:“预付费式服务消费中的法律问题”,载《社科纵横(新理论版)》2008年第1期。

〔3〕 段宝玖:“预付式消费卡若干法律问题探析”,载《上海商学院学报》2010年第2期。

〔4〕 黄萍:“预付费式服务消费中的法律问题”,载《社科纵横(新理论版)》2008年第1期。

〔5〕 段宝玖:“预付式消费卡若干法律问题探析”,载《上海商学院学报》2010年第2期。

〔6〕 张驰:“中国预付式消费法律规制问题探讨”,载《财经理论与实践》2017年第3期。

〔7〕 包哲钰、罗彪:“论预付费消费中的消费者权益保护”,载《西部法学评论》2011年第2期。

〔8〕 王建文:“我国预付式消费模式的法律规制”,载《法律科学(西北政法大学学报)》2012年第5期。

〔9〕 张驰:“中国预付式消费法律规制问题探讨”,载《财经理论与实践》2017年第3期。