

# 螃蟹券蛋糕卡过期就作废?

专家:商家应提供激活等服务

近日,来自浙江省杭州市的李女士反映:她拿着两张价值共500元的不记名兑换券到某连锁水果店提货时,被告知兑换券过期了不能使用。“水果兑换券是花钱买的,相当于预付费消费,超过商家规定的使用期限,兑换券就作废了吗?”对此,她很不理解。预付费式卡券能否设置使用期限?记者随后进行了调查采访。



视觉中国供图

## 预付卡“过期”,消费者提货遭拒

“朋友花钱给我买的兑换券,竟然因为过期了不能使用。”浙江杭州居民李女士提起近日的经历,仍是一脸困惑。前段时间,她从家里翻出两张总价值500元的全国通用不记名兑换券,到某连锁水果店挑选水果,结账时出示兑换券,却被告知过期了。她这时才发现,兑换券背面竟然有一行小字“兑换日期为2024年5月31日前”。

李女士希望商家能够更换兑换券以延长使用期限,但商家以没有延期服务为由拒绝。

记者在采访中发现,许多消费者在使用充值卡、兑换券时都遇到过商家设置使用期限的问题,甚至有不少商家为预付费卡设置使用期限。

家住北京市东城区的张荣前不久拿着一张蟹券去提货时,被商家告知“此卡已经超过使用期限,无法提货”。据张荣介绍,3年前,朋友送给他一张蟹券,他从当年开始多次找商家提货,但因申请提货时螃蟹被预订完了

或错过季节螃蟹还没有上市等原因,未能成功提货。今年入秋以来,他眼看着螃蟹上市,再联系商家时却被告知蟹券过期了。在他看来,假如商家因为季节、购买人数多等原因无法及时提供螃蟹,应当提供其他等值商品供消费者选择。

类似的情况不少消费者都遇到过。来自山东省枣庄市的宗杭所在单位每年为员工发放生日蛋糕卡等福利。去年11月,单位发了一张某蛋糕店的不记名蛋糕卡,但她当时并未使用。今年春节前,她拿出蛋糕卡交给女儿,让她去蛋糕店买些食品。结果,女儿挑选好食品准备使用蛋糕卡时被拒绝,原来卡片背面印着一行小字:“使用期限为一年,截止到2023年12月31日”。

宗杭觉得“不对劲”,因为单位都是在员工生日当月购买蛋糕卡并发放。这意味着,她拿到蛋糕卡一个多月后,蛋糕卡就过期了。

除了不记名的充值卡、兑换券有期限外,有的商家还会给记名卡设置有效期。

## 专家建议完善信用公开制度, 建立数字监管平台

2024年3月,中国消费者协会发布《2023年预付式消费领域消费者权益保护报告》称,预付式领域消费者权益保护存在经营者违规办卡的问题。其中,很多经营者为其发放的单一用途卡设定了一年或两年的有效期,且到期后拒绝为消费者办理延期,违反了《单用途商业预付卡管理办法(试行)》(以下简称《管理办法》)关于有效期的规定。

根据《管理办法》,记名卡不得设置有效期;不记名卡有效期不得少于3年。发卡企业或售卡企业对超过有效期尚有资金余额的不记名卡应提供激活、换卡等配套服务。

中国政法大学教授孙颖介绍,根据办理预付卡的业务处理系统中是否记载持卡人的身份信息标准,可将单一用途预付卡分为记名预付卡与不记名预付卡两类。

“我们通常说的次卡就是单一用途预付卡。如果单一用途预付卡已经过期,但卡内尚有余额,经营者应当为消费者提供激活或换卡等配套服务,无权规定过期作废或过期不予退换。”孙颖说。

北京理工大学法学院教授孟强介绍说,不记名卡的有效期如果短于3年,违反了相关规定,应当由地方人民政府商务主管部门责令限期改正,逾期仍不改正的,处以1万元以上3万元以下的罚款。针对此类单一用途的预付卡,北京、上海等地还制定了相关地方性规定,对于预付卡的发行销售及兑付等进行监管。

在孟强看来,如果商家对于所发行的提货券设置一个较短的有效期,并且宣布到期作废,这显然属于格式条款,根据民法典的规

定,提供格式条款一方不合理地免除或者减轻自己责任、加重对方责任、限制对方主要权利的,该条款无效。

中央财经大学法学院副教授王叶刚认为,发卡人对预付卡设置的使用期限应当符合相关国家规定。在此基础上,预付卡的使用期限应当是购卡人与发卡人之间预付消费合同的存续期限。一旦预付卡使用期限届满,当事人基于预付消费合同而产生的权利、义务关系终止,应当互负返还义务。

王叶刚说,预付卡使用期限过后,预付式消费合同终止,则持卡人有权基于不当得利返还请求权请求发卡人返还尚未使用的余额。对发卡人而言,预付卡使用期限届满后,发卡人不再保障预付卡支付功能的实现,继续保留预付卡中尚未使用的余额将欠缺法律上的支持,应当将其返还持卡人。

如何治理此类乱象?孙颖的建议是,事前加强对经营者的审核与监管,明确经营者责任义务;事中及时预警,打击经营者违法行为;事后积极化解纠纷,完善投诉处理机制,提升治理效能。同时,创新监督模式,建立数字化监管平台,将数字治理与信用治理相结合,建立预付式消费信用公开制度,及时向全社会公布治理信息,实现对预付卡消费备案、支付、售后全流程监管。

对外经济贸易大学法学院教授、消费者保护法研究中心主任苏号朋建议,应该在《管理办法》的基础上,提升规制预付式消费的规范层级,比如制定一部专门针对包括预付卡在内的预付费消费行政法规,全面、系统地规范预付费消费,有效遏制预付费消费领域诸多乱象,为有关执法机关依法监管预付款消费提供更加明晰的法规依据,加大执法力度,保护消费者合法权益。

(文中消费者均为化名)  
据法治日报微信公众号

# 快手“双十一”泛货架商品卡GMV同比增110%

成交破亿商品数同比增长200%

11月12日,快手电商发布“双十一”购物节收官战报。依托内容场与泛货架场域的全域爆发,快手电商“双十一”购物节GMV(商品交易总额)同比强劲增长,再创新高,刷新了快手电商大促的多项纪录。

10月19日,快手电商“双十一”首日GMV破历史峰值,同比增长94%。同时,报名参与快手“双十一”购物节活动的商家数,今年首次突破300万个。快手电商“双十一”火热开局。

## 内容场与泛货架场全域爆发

今年快手“双十一”期间,众多商家实现了业绩突破。以直播间和短视频为代表的快手电商内容场持续繁荣,高速发展的泛货架场则为商家经营提供了更大空间。

战报数据显示,内容场单场GMV超去年“双十一”单场GMV峰值的商家数超5.7万个,GMV成交破百万的直播间数超2500个。作为内容场的重要增量场景,短视频带货以及短视频与直播联动,成为商家提升生意规模的重要抓手。今年“双十一”期间,快手挂车短视频发布量同比增长10倍。

在泛货架场域,快手电商泛货架商品卡GMV同比增长110%,搜索GMV同比增长119%,泛货架单日GMV超去年“双十一”峰值的商家数超8.4万个。快手电商“大牌大补”今年“双十一”覆盖超过2200个全网热销品牌和超过2500个热销品类,且享有正品保障、现货现发、假一赔十等多重权益。

## 过亿爆品涌现,特色玩法助力消费

生态的繁荣吸引了更多商家与用户参与今年快手“双十一”。“双十一”购物节期间,快手电商动销商家数超30万个,快手电商新增用户数超700万人。在商家与用户的共同助力下,快手“双十一”期间成交破亿商品数同比增长200%,千元以上高客单价商品GMV同比增长110%。

其中,后/THE WHOO、顾家家居、中国珠宝、荣耀、雅鹿、vivo、作业帮、欧诗漫、谷雨、韩束成为

快手“双十一”期间受用户欢迎的成交TOP品牌。

快手电商“双十一”的特色玩法也直接带动了用户下单热情。“双十一”期间,快手电商推出商城抽免单玩法,参与人次超53万次。主打入团享受更多专属福利的购物团今年“双十一”深受用户欢迎,“双十一”期间,加入购物团的用户数超3900万人。在让更多用户享受到更多福利的同时,购物团作为商家的粉丝私域经营工具也助力了商家经营。

达人单姐在11月10日大场直播中使用购物团功能配置了入团红包、抽奖、专属商品等多重权益,单日新增超过5万购物团用户,购物团用户GMV占到整场直播一半以上,购物团用户客单价增长超58%。达人周周珍可爱累计购物团成员超360万,11月10日大场单日购物团成员GMV占比超80%,购物团成员客单价较快手818大促期间提升240%。

## 国补加码,多项权益保障用户体验

国家补贴政策也带动了更多快手老铁消费。今年“双十一”期间,快手电商国补用户领券数量超146万张,带动了消费电子类目商品在快手的销售增长。此外,今年快手电商“双十一”推出多项权益保障,进一步提升了用户消费体验。“双十一”期间,快手电商现货订单同比增长21%,商家平均发货速度同比提升30%,过敏包退等20多项权益为用户节省金额超4300万。

未来,快手电商将持续优化消费者购物体验,并通过内容场与泛货架场的全域协同帮助更多商家达人在快手拓展生意经营阵地,实现全域增长。

