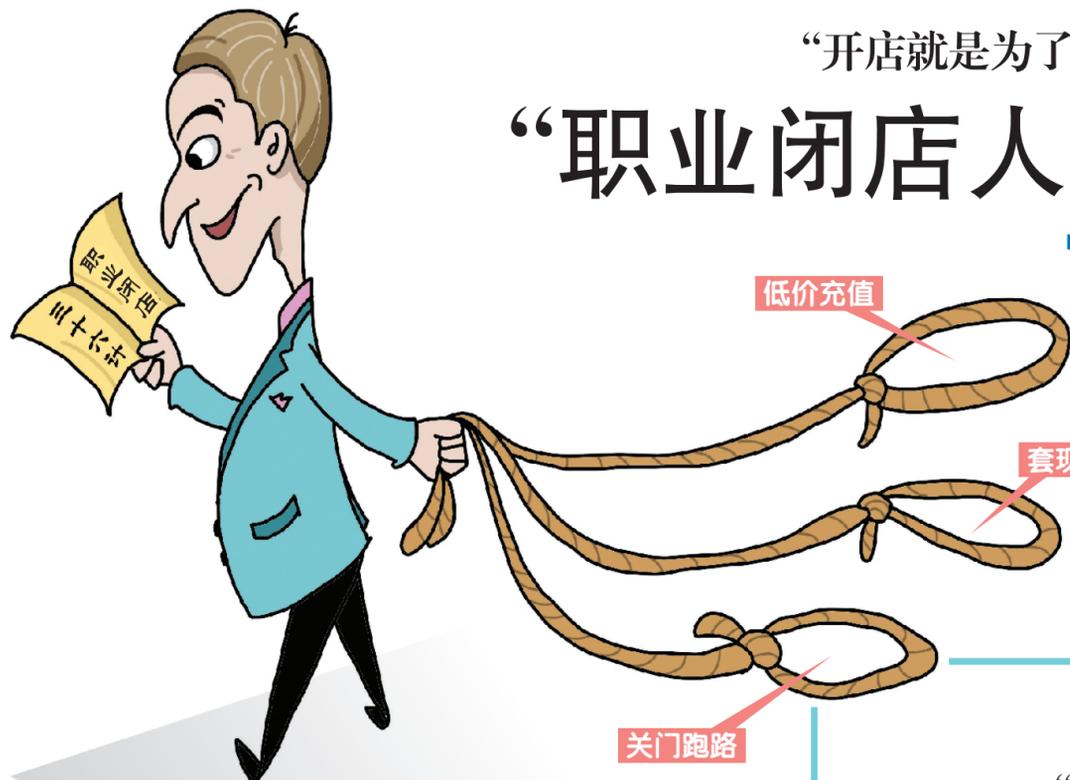


“开店就是为了闭店”一切套路只为圈钱

“职业闭店人”的灰色“生意经”

■ 本报记者 韩爱青 赵焜



何为“职业闭店人”

根据中国消费者协会的说法,其指专门为经营不善尤其是采取预付费经营模式的经营,策划闭店方案,实施闭店行为,并处理经营者遗留维权纠纷的群体——

市民投诉 预付费打了水漂 我是不是被套路了

张女士住在红桥区丁字沽街,她家附近有一家美容美发店,她在这里以预付费卡的形式消费。2023年,这家店易主,虽然还是原班人马在经营,但店名换了,作为经营主体的公司也发生变更。“这家新店负责人说,可以承接老店的会员服务,但要用卡里的钱,需要继续充值。”无奈之下,张女士又充值2000元。可剪了几次头发,余额还有1500多元时,这家新店在今年年初又闭店了,将预付费卡会员服务转给距离原址4公里以外的一家美容美发店。路途远不说,服务价格也大幅提升,而到店想使用卡内余额,还要再次充值。就在她犹豫是否继续充值时,这家店又把会员服务转到更远的一家店,使用条件一样,还要充值。能消费的店越来越远,价格越来越高,还要不断充值,张女士感到,这件事陷入了死循环,她未再去消费,卡内余额打了水漂。

张女士的遭遇并不是个例,不少消费者通过天津12345热线和“政民零距离”平台反映了问题,红桥区商务局很快给出答复,已会同公安、市场监管、司法、丁字沽街道办事处等部门多次专题研究,并通过各种途径多次联系美容美发店法定代表人未果。由于调解主体缺失,无法进行有效调解,调解未果。只能到其他店使用(协调后不用继续充值),如不同意此解决方案可通过法院诉讼等法律途径维护自身合法权益。

张女士告诉记者,她和其他消费者在维权时发现,闭店的美容美发店注册主体为公司,只有法定代表人,而非自然人,一旦通过法律途径追讨赔偿,只能起诉该公司,但一旦公司财产清算后无法赔偿消费者损失,最多就是限制法定代表人高消费。对张女士的说法,天津融耀律师事务所王秀杰律师基本肯定,他告诉

记者,如果美容美发店的注册人是个体工商户,根据《中华人民共和国民法典》第五十六条第一款“个体工商户的债务,个人经营的,以个人财产承担;家庭经营的,以家庭财产承担;无法区分的,以家庭财产承担”之规定,个体工商户不具有独立人格,其本质是自然人从事工商业经营及商事活动资格法律化的体现,故其在民事活动中所产生的债务实际上属于经营者的债务,均由个人或者家庭财产承担。如果是公司,维权就会比较困难,除了限制法定代表人高消费,至多是再追究公司股东的法律责任,并无他法。

美容美发店短时间闭店再闭店、转会员再转会员的行为,再联想到最近在网上看到的“职业闭店人”新闻,张女士等消费者不禁怀疑,他们遭遇了“职业闭店人”的圈钱套路。



法学专家 “闭店圈钱”趋向职业化 追责成难题

作为法学方面的专家,天津师范大学法学院焦艳玲教授也在研究“职业闭店人”的消费圈钱新套路。她告诉记者,“职业闭店人”是借助预付费式消费圈钱新模式衍生的一种“职业”,其借助“合法经营”的假象,实现非法占有消费者钱款的目的,具有极强的隐蔽性。无论追究经营者的民事、行政抑或刑事责任,都可能遭遇责任认定的难题,而关键的卡点在于消费者没有充分的证据证明经营者有非法占有的目的,以及其闭店的行为具有异常性。

在“闭店圈钱”已然具有职业化倾向的趋势之下,焦艳玲建议,市场监督管理部门应针对消费者投诉进行重点调查,对预付费式消费下经营者停业、闭店转让、变更服务场所的行为进行跟踪,并对法定代表人和股东身份进行

消协提醒 防范职业闭店三点提醒

为防范职业闭店行为侵害消费者合法权益,中国消费者协会日前对消费者做出三点提醒。

● **预付费式消费需谨慎决定、量力而行**
消费前,建议消费者面对促销尤其是预付费式消费促销,保持理性。先评估真实消费意愿和实际消费能力,再结合商家信誉、商品服务质量等信息货比三家,谨慎做出决定,不要贪图优惠而冲动消费。

● **预付费式消费必签署书面合同**
消费中,建议消费者要求经营者按照《消费者权益保护法实施条例》第22条的规定提供

书面合同,仔细审阅商品服务的具体内容、价款费用、预付款退还方式、违约责任等合同核心条款,尽量避免一次性大额充值,妥善留存发票、收据,与经营者沟通记录等凭证。

● **遇有闭店操作先留证再投诉**
消费后,如果发现商家停业、关门、跑路、失联并且具有职业闭店行为特征,建议消费者收集相关证据,向当地消协组织或者有关行政部门投诉。如果遭遇商家闭店前恶意促销圈钱涉嫌诈骗,建议消费者及时向公安机关反映情况。必要时,消费者还可以选择向人民法院起诉,依法维护自身权益。

低价充值

套现预付费

关门跑路

对话“职业闭店人”

“职业闭店人”的目的就是套现和逃避法律责任

何为“职业闭店人”?根据中国消费者协会的说法,其指专门为经营不善尤其是采取预付费经营模式的经营,策划闭店方案,实施闭店行为,并处理经营者遗留维权纠纷的群体。他们的一般操作是,在明知经营不善即将关门的情况下,联合经营者开展低价促销充值,吸收更多预付资金并挪用转移;再将原来的法定代表人变更为其他没有

实际偿债能力的人,使原法定代表人“套现走人”,脱离原法律关系;最后一夜之间关门歇业,原经营者失联不见,由“职业闭店人”接手消费投诉、各类诉讼等事项。职业闭店行为多发生在预付费式消费领域,目的是帮助经营者套走预付费卡资金,逃避法律责任,降低向消费者承担责任的成本和风险。

记者几经辗转,联系到一名“职业闭店

人”老顾(化名),8年多的时间他策划和经手了不少项目,虽然离开这个行业已经两年多时间,但对于整体的圈钱手段了如指掌。老顾说,在他看来,现在对“职业闭店人”的定义并不准确,因为这个行业套路玩得最深的人,最后不会闭店,而是不断缩小经营规模,让消费者不得不放弃消费预付卡里的钱。所谓的“闭店”,应该是让消费者充值的钱只进不出更为贴切。

设局 不靠好好经营挣钱 “开店就是为了闭店”

老顾告诉记者,对于他们这些“套路深”的“职业闭店人”来说,从未想过要靠好好经营挣钱,开店目的其实就是为了闭店。他们将每一次的局都称为项目,一个项目的运营周期是两年多,不超过两年半。这其中分三步:一是起盘,需要9个多月时间,这期间要做大量的消费调查,选择要经营的项目,接着租门面、装修、找员工……不会只开一家店,为了后期“闭

店”做准备,要开连锁店,越多越好;二是吸纳,一般需要6个多月的时间,这就是开业后向消费者推销预付费卡,并以充值赠送礼品或者金额的低价促销手段,吸引更多消费者充值;三是“杀猪”,等到吸纳的预付费卡消费者足够多,充值金额差不多到达极限时,就开始逐步收尾。

老顾说,选择闭店其实是最蠢的做法,因为可能要承担诉讼等法律风险。他们的

套路是不断缩小经营规模,比如连锁店逐步关店,从市中心高租金、高投入的店开始关起,最后只保留远离市区的一个店,租金便宜,人手也少,经营成本低,所有预付费卡会员服务都转到这家店来。“如果你是消费者,让你去离家60多公里以外的店去消费,你会去吗?你还拿我没办法,因为我没闭店,我只是经营不善,我可以在其他店继续提供服务,是你自己不愿意去。”老顾说,以这样的手段,最后一家店再坚持开一两年,首先开店成本低,再一个基本不会有人来消费,最后悄然关门。这样的操作模式,基本不会有消费者来追讨赔偿。

团队 团队作战 专门研究法律和政策漏洞

“‘职业闭店人’基本都是团队作战。”老顾告诉记者。他曾经所在的团队一共有5个人,他们称自己为“智囊团”,因为干这个很费脑子。他们要研究什么项目赚钱、开店的地方哪里最合适、周边消费群体的消费习惯、研究政策法规、核算成本、规避风险……

还要核算一个项目干下来,每个人可以赚到的钱数。把前期准备工作做完,“智囊团”就要开始招聘营销团队。“上岗前要进行很长时间的培训,主要就是如何用话术劝说消费者充值预付费卡,而且是充的钱越多越好。”

“职业闭店人”基本都具备一定的学历,要

不断学习。学习什么?不是营销,不是管理,而是法律。“这一行,说白了其实就是在钻法律和政策漏洞。”老顾介绍,他们所有项目,法定代表人都不是团队成员。法定代表人都是员工,俗称“小白”,多给点工资,在言语上哄哄,对方也就相信了。甚至于,有些法定代表人与他们这些幕后老板连面儿都没见过。这样,即便出了事,也是“小白”承担法律责任,还不起消费者的钱,就由他们来承担被限制高消费的风险。

暴利 利润高风险低 预付费合同暗藏机关

老顾说,“职业闭店人”其实干的是无本买卖。开店有商人投资,双方约定按比例分钱。他举了一个例子——连锁台球厅。一家地段好、规模大的台球厅,投入大概200万元,预付费卡起充金额至少1万元,但还是有很多人充值,为什么?因为充值就有附加服务,台球、案子都不要钱,还免费提供茶水,只收助教费,助教费可以用卡内余额抵扣,以此来吸引一大批人充值。接下来就是开分店,扩展规模,继续吸纳消费者办理预付费卡并充值,等充值的钱饱和了,逐步关店。从100家到80家到60家再到40家,之后断层层只保留1家,这家店一般在距离市区很远的地方,租金便

宜,摆上几个台球案子,1名工作人员值守,连助教都不带。“消费者如果找来,我们会解释,我们是连锁店,别的店还可以继续提供服务。但一般来说,没人会跑到那么远的地方去消费。”用很少的成本再维持一两年,最后的结果,没人消费、没有投诉、没有纠纷,关得干干净净。那么这样做的利润是多少呢?“我可以告诉你,只需要两年多,不仅能回本,而且利润可观。”至于风险,老顾说风险很低甚至可以说没有,因为当初在消费者签订预付费卡消费合同时,就有相关的条款,讲明如果是全国连锁店因经营不善倒闭一家店,会员服务会转到其他店。“现在有几个消费者充值

预付费卡还挨个看合同条款?又有几个人为了几千元钱费时费力去打官司?”

老顾还提到专门圈老年人钱的健康理疗店。租一处门面,装修得漂亮干净,放上几台理疗仪器,大批量进便宜的鸡蛋、大米、锅等,以送礼物的方式把老人吸引进店,免费做理疗。找一群经过培训的青年男女,一口一个叔叔、阿姨,嘘寒问暖……给老人们提供满满的情绪价值,也就是人们俗称的“洗脑”。几次下来,开始推荐办卡,充值688元就送价值688元的祖传中药药液,舒筋活血,可以泡脚100次。这个所谓的药液,成本多少?0.1公斤的中药原液可以兑10公斤的药液,这个药液根本不值钱。可老年人为了这个环境,为了赠品,可能就会选择充值。一段时间后,健康理疗店人去楼空。老人们的预付费也打了水漂。

风控 预付费卡充值金额的设定也满是套路

健康理疗店,一般充值金额从398元到998元不等;美容美发店,充值金额从1180元到5880元不等;台球厅,充值金额1万元到3万元不等……别小看这充值金额,并不是拍脑袋想出来的,这些数额都是“职业闭店人”“智囊团”测算出来的。即便是充1万元赠1万元,在消费者看来很划算,可在“职业闭店人”的“规划”中,因为成本低,利润惊人,送

再多也可以。店内所有产品和服务的定价也都有学问,让你永远不可能把钱全花完,总要剩下一点,但又不能支持下一次完整的消费,那消费者就要一直充值,成为死循环。

对于预付费卡充值金额和赠送金额,“智囊团”的人会从城市整体的经济水平开始考虑,最后具体到目标人群的年龄段和

经济实力,充值金额不能过高,既让消费者能接受,还要保证利益最大化。最重要的是,如果将来闭店,这些人不会为了预付费卡里的钱四处维权甚至起诉到法院,这个就叫“风险控制”。一旦闭店,有的人可能会报警。“我们不怕这个,反正我确实没钱,经营不下去,但我还有其他连锁店,都可以承接服务。最怕是为了这点钱不依不饶的消费者,起诉到法院什么的,相对麻烦一点,但公司没有偿还能力,法定代表人也是随便找来的,我们无需承担责任。”

衍生 把店的数据做漂亮后卖店为“套贷”

“‘职业闭店人’玩到的最高境界其实不是闭店,而是把预付费的钱吸纳到一定数额后,再把店里的‘数据’做漂亮,整体打包出售。”何为数据?就是流水账目清晰,每月都有多笔进账;按时缴税,绝不拖欠;没有司法风险。这个店看起来运营良

性,经营比较好,这时候就可以按店面现值打折出售给其他人。“买主们不要消费者充值的钱,也不要赚到的收益,他们只要‘数据’好看,这些人用店面做抵押,向银行申请贷款。但他们并不想好好经营店面,贷款到手,慢慢让店萎缩,经营性破

产,也就是人们常说的‘套贷’。”老顾告诉记者,他经手的好几个项目最后都以这样的方式售出。

两年多前,老顾非常坚决地离开了“职业闭店人”团队,“‘职业闭店人’赚的是昧良心的钱,所谓的财富是建立在消费者损失基础之上的。”他这次肯站出来接受采访,主要是提醒市民,谨慎选择预付费卡消费模式,因为便宜就是当。