

基于《解释》的预付制合同在健身服务领域的纠纷化解研究

褚佳怡

中国计量大学法学院，浙江省杭州市，310018；

摘要：在大众健康意识不断增强的当下，运动健身市场呈现出一派繁荣景象，然而，这繁荣背后，消费者与健身服务提供者之间的矛盾纠纷也愈发突出。本文聚焦运动健身领域的预付制合同纠纷，明确责任划分原则，并结合《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》等相关法律规定，提出切实可行的纠纷处理机制，旨在为解决此类纠纷提供理论支持与实践指导，维护市场秩序，促进运动健身行业的可持续发展。

关键词：预付制消费合同；责任划分；纠纷处理；法律适用

DOI：10.64216/3080-1486.26.02.069

1 问题的提出

1.1 消费者知情权保障不足

预付式消费以消费者先付款、经营者后持续兑付商品或服务的特殊履约方式，在消费者保护上提出一些特别问题。^[1]在此情境下，消费者难以准确获取运动健身领域提供服务的真实信息，这种特殊性质为消费者虚假宣传提供了可乘之机。^[2]许多健身房为了吸引更多消费者办卡，在推广营销环节常常采用虚假宣传手段。他们会过分夸大健身效果，向消费者承诺“几个月就能瘦几十斤”或者“短时间内练出完美身材”，精准地抓住了消费者急于求成的心理，诱导消费者办理会员卡。除了对健身效果的虚假承诺，一些健身房还会在教练资质方面弄虚作假。对外声称教练均是“国际认证”的专业人士或者“冠军导师”，但实际上，这些教练的专业水平远远未达到所宣传的标准。此外，虚构优惠活动也是常见的虚假宣传方式之一。例如，推出“限时免费升级会员”的活动，可当消费者参与后，却发现存在诸多苛刻的附加条件，这无疑侵犯了消费者的知情权与选择权，使消费者在不明真相的情况下做出了错误的消费决策。

1.2 格式条款问题

最高人民法院发布《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)》。此次《征求意见稿》明确了多种无效的霸王条款，此外对经营者“套路营销”“卷款跑路”“恶意逃债”等行为也作出回应。^[3]健身合同大多是格式合同，其中往往包含了许多霸王条款。比如“一经办卡，概不退费”“退卡需扣除高额手续费”等不合理条款。当消费者由于工作变动、身体不适等合理原因提出退卡申请时，健身房会

以各种理由百般刁难，要么直接拒绝退费，要么只退还极少一部分费用，这严重侵害了消费者的求偿权，这些不合理的格式条款，严重违背了公平原则，使消费者在合同关系中处于极为不利的地位，难以维护自身的合法权益。

2 纠纷处理中的核心问题剖析

2.1 健身合同的性质

合同性质的判定往往依赖于合同解释这一关键环节。从“名与实”的视角审视，当合同名称与其中所约定的权利义务内容出现分歧时，一般应以合同实际约定的权利义务内容作为确定合同性质的依据；在“静与动”的维度下，只有存在确凿且充分的证据，足以表明当事人的实际履行行为与合同文本所呈现的效果意思有着明显差异时，才能够依据履行行为来认定合同性质；而从“少与多”的层面来看，倘若主张（少数）特定条款对合同性质起决定性作用，那就必须全力阐释为何这（少数）条款的影响力远超其余（多数）条款，进而主导了合同性质的判定。实际上，这三个维度并非相互独立、毫无关联，在具体的案件中，它们很可能会出现相互交叉、彼此重叠的复杂情形，共同作用于合同性质的最终认定。^[4]

根据上述分析，可以得出健身合同同时具备服务合同与消费合同的特性。从服务合同的角度来看，健身房的主要义务是按照合同约定，为消费者提供持续且专业的健身服务，而消费者则需要支付相应的费用作为对价，进而在双方之间构建起一种权利与义务对等、互有约束且相辅相成的契约关系，保障服务合同得以顺利履行。

从消费合同的角度而言，消费者在会员卡中存入一定的金额而取得会员资格，进而享受相应的优惠活动，

[5] 是消费者在运动健身领域一种常见的行为。笔者认为，所谓预付式消费合同，是指消费者事先向经营者支付特定金额的费用，在此基础上，双方经协商一致达成合意并签订契约，形成预付式消费合同关系。其后，经营者向消费者出具与之对应的凭证，消费者凭借该凭证，有权要求经营者按照约定提供相应服务或者特定的产品，故健身合同应当视为预付制消费合同，受《消费者权益保护法》的规制。^[6]

2.2 消费者与健身服务提供者的权利义务界定

在健身消费关系中，消费者依法享有知悉健身服务真实情况的权利，这意味着健身房有义务向消费者如实介绍服务内容、教练资质、场地器材等相关信息；消费者还拥有自主选择课程和教练的权利，以便根据自己的需求和喜好进行消费；同时，消费者有权获得安全、合格的健身服务，当自身权益受到损害时，有求偿的权利。而健身房作为服务提供者，负有如实宣传的义务，不能夸大事实或进行虚假宣传；要提供合格的场地、器材以及具备相应资质的教练；必须严格按照合同约定履行服务义务，不得随意变更课程安排或降低服务质量；此外，保障消费者在健身过程中的人身安全也是健身房不可推卸的责任。

然而，在实际的健身服务运营中，权利义务的界限存在很多模糊地带。比如，当消费者自带健身计划，教练按照其要求进行指导训练时，如果消费者出现运动损伤，这种情况下双方的责任该如何划分并不明确。一方面，消费者提供了健身计划，对训练内容有一定的自主性；另一方面，教练作为专业人员，有责任判断该计划是否存在风险并给予正确的指导。再比如，健身房因为不可抗力因素调整课程，是否应该对消费者承担额外的补偿责任，目前也缺乏明确的界定标准。这些复杂情况使得在实际纠纷处理中，准确界定双方的权利义务变得十分困难。

3 责任认定中的难点问题

3.1 教练个人行为责任归属

教练作为健身房的雇员，其在工作期间的教学、指导等行为通常代表着健身房。一般情况下，如果教练故意对消费者实施伤害行为，根据用人者责任原则，健身房无疑需要承担相应的法律责任。但是，当教练因为疏忽大意或者专业水平不足导致消费者受伤时，健身房能否以教练个人失误为由免除自身责任，在实践中存在较大争议。

在《民法典》实施背景下，因帮工产生的责任应分

别体现于《民法典》“1：1”二元模式中的两极，或由被帮工人承担替代责任，或由帮工人承担自己责任。^[7]要确定健身房是否需要承担责任，需要综合考量多方面因素，其中关键在于健身房对教练的培训、管理、监督机制是否完善。如果健身房没有对教练进行充分的培训，或者在日常管理和监督中存在漏洞，那么即使是教练个人的失误，健身房也难以逃脱责任；反之，如果健身房已经尽到了合理的培训、管理和监督义务，那么在责任认定上可能会有所不同。

3.2 第三方合作机构引发纠纷的责任承担

随着健身行业的不断发展，健身房与第三方合作的情况越来越普遍。例如，健身房可能会引入线上课程，或者租用第三方的器材。当因为线上课程内容侵权，或者租用的器材出现故障导致消费者受损时，就涉及到健身房与第三方之间的责任分摊问题。

依据现有的法律规定，需要判断健身房在与第三方合作的过程中是否尽到了合理的审查、监督义务。如果健身房没有对合作方进行必要的资质审查，或者在合作过程中没有履行监督职责，那么健身房应当与第三方承担连带责任。然而，目前对于具体的审查标准以及责任比例的确定，缺乏细化的规则，这给纠纷处理带来了很大的困难。在实际操作中，如何界定健身房是否尽到了合理审查、监督义务，以及在连带责任下各方应承担的具体责任比例，都需要进一步的探讨和明确。

4 具体应用的纠纷解决机制构建

4.1 规范健身服务合同

4.1.1 规范合同订立流程

预付式消费格式合同作为消费者与经营者之间约定权利和义务的重要依据，其规范性和透明度直接影响到消费者的权益保护。^[8]建立标准化的健身服务协议范本，是加强健身行业契约管理的关键措施。市场监管机构会同体育主管部门，依据《解释》及相关法律规范，共同拟定健身服务协议示范文本。该文本包含前述必备条款，清晰界定各方权责，为服务提供方与消费者确立规范性依据。倡导健身机构采用示范文本订立合约，并对使用该文本的企业在信用评级中予以相应激励。

4.1.2 禁止霸王条款

依据《解释》相关规定，在健身行业预付费协议中若包含“概不退款”“遗失不补办”“禁止转让会员资格”等霸王条款，司法机关应判定此类条款不具备法律效力。若合同格式条款剥夺消费者的核心权益，或与现行法规相抵触，在争议处理过程中，人民法院将依法否定其约

束力，消费者仍可主张终止合约并索回剩余费用。此项规定显著约束了经营者通过格式条款损害消费者利益的行为，切实维护了消费者的正当权益。

4.2 责任主体的确定

4.2.1 营业执照出借责任

在健身行业经营活动中，若存在营业执照出借行为，或通过其他形式允许第三方以自身名义与消费者签订预付费服务协议，消费者可依法向实际运营方与名义授权方同时追究责任。具体而言，当特许经营门店以品牌总部的名义进行业务推广，而消费者购买预付卡后遭遇门店停业等履约障碍时，可依据相关司法解释要求特许方与被特许方承担连带责任。

4.2.2 场地出租者的责任

根据相关法规，商业场所出租方未尽到承租方资质审查义务，致使不具备合法经营资格的主体通过租赁场地收取预付款后逃匿的，权益受损的消费者有权向存在过失的场地提供方主张赔偿责任。典型案例显示，当购物中心未依法核验健身机构经营许可资质即出租场地，后因该机构停业失联造成消费者损失的，消费者可要求购物中心在其过失范围内承担补充清偿责任。此项规定通过强化场所提供者的审查责任，有效构建了消费者权益保障机制。

4.3 建立信用惩戒机制

4.3.1 构建信用评价体系

依据《解释》对经营主体责任义务的规范要求，应构建预付费消费服务提供商的信用评估机制。该体系应将服务商契约履行情况、是否存在不公平格式条款、争议解决时效及处理效果等核心要素列为关键评估指标。针对信用评级未达标的经营主体，需通过官方渠道予以公示，以警示消费者审慎决策。

4.3.2 实施联合惩戒

为完善预付费消费领域监管体系，相关主管部门应当依托公共信用信息平台，构建分工明确、协作顺畅的跨部门综合治理框架，对存在重大违法情形的市场主体实施全环节信用约束。为确保监管机制有效实施，需建立定期跨机构协商制度，按季度召开工作协调会议，实现违法违规线索互通、监管执法信息共享及处置效果评

估；开发智能化监管信息系统，集成行政处罚自动分发、执行状态实时监控、信用修复跨部门联审等核心功能。同步实施违规行为有奖举报制度，动员社会力量参与监督，对提供有效违法证据的举报人给予物质奖励，构建多元主体共同参与的治理格局，促进预付费消费市场健康有序发展。

5 结语

随着科技的飞速进步，一方面健身行业正经历着深度变革，另一方面却给消费者权益保护带来了前所未有的挑战。本文通过对预付制消费合同在该领域的应用进行深入分析，揭示了健身服务中消费者权益受损的常见情形，并探讨了相应的纠纷处理机制和责任划分。随着法律的不断完善和消费者维权意识的提高，健身行业正逐步走向规范化和专业化。《解释》的实施，不仅保护了消费者的合法权益，也为健身行业的健康发展提供了坚实的法律保障。

参考文献

- [1] 朱广新. 预付式消费中消费者的特别保护机制[J/OL]. 政法论坛, 1-13 [2025-11-07].
- [2] 董悦. 网络购物中消费者知情权的法律保护研究[D]. 黑龙江大学, 2024.
- [3] 高原. 最高法剑指预付式消费霸王条款[J]. 法治与社会, 2024, (08) : 70-71.
- [4] 张良. 论合同性质认定的三个维度[J]. 中州学刊, 2024, (12) : 55-63.
- [5] 张春普, 褚雪霏. 对会员卡法律关系性质的探究[J]. 河北经贸大学学报, 2011, 32 (3) : 80-85.
- [6] 王晴. 预付式消费合同的法律规制[J]. 法制博览, 2024, (07) : 115-117.
- [7] 曹险峰. 帮工关系、帮工责任与用人者责任关系论[J]. 当代法学, 2024, 38 (05) : 64-74.
- [8] 刘娅玲. 预付式消费中消费者权益保护的问题与对策[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025, (10) : 113-115.

作者简介：褚佳怡（2000.9-），女，汉族，浙江省湖州市，在读硕士研究生，中国计量大学法学院，研究方向：民商法。