

上海市市场监管局、上海市体育局贯彻《民法典》 制定推广合同示范文本破解健身行业难题

为贯彻《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》),化解健身领域消费纠纷,提升健身行业服务规范,市市场监管局、市体育局等部门共同制定了《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本》(以下简称《合同》),并以此为抓手推进行业治理。《合同》于2021年1月1日正式启用,与《民法典》的实施同步,通过普法和推广,经过半年的实践(截至2021年6月底),现有15个健身品牌、548户门店使用,累计使用《合同》173340份,有效提高消费者的合同意识和企业的履约意识,取得了社会成果和法治效果的双丰收。

一、背景缘由

随着全民健身的蓬勃发展,健身成为消费热点,随之而来消费纠纷逐步增加。疫情发生后,要求解约退费的申请量剧增,问题尤为突出。市市场监管局、市体育局等部门及时开展研究,通过对投诉情况的分析,发现矛盾主要集中在消费者入会后预付费退款困难,经营者往往用“合同格式条款”来设置退费障碍。合同是民事主体之间设立、变更、终止民事法律关系的协议,是健身经营者与消费者之间明确权责和完成交易法律文书。《民法典》第470条规定,当事人可以参照各类合同的示范文本订立合同。市市场监管局、市体育局等部门通过制定和推广合同示范文本,以合同为切入点,着力破解健身行业长期存在痛点和难点问题。

二、基本做法

(一)运用法治理念,以柔性监管为先导。健身行业退费难、纠纷多的问题长期存在,市市场监管局、市体育局等部门联合调研,认为既不能对问题熟视无睹任其发展,也不能片面强调使用行政力量,用力过猛会造成大量门店关门引发群体事件。经过联合会诊,

认为经营者与消费者签署的合同是问题主要症结，通过对《民法典》的学习，依据条款要义，联合制定完成《合同》，以柔性监管开路，以合同作为治理健身行业的切入点。

（二）联合制定《合同》，首设“七天冷静期”。《合同》在健身行业内首设“七天冷静期”条款，明确消费者在签署合同次日起的7日内，可以单方面解除合同并获得全额退款，为冲动型消费者保留独立思考的时间和空间，提供解约退款的机会。《合同》还明确提出因经营者违约的四种情形，消费者有权单方面解除合同并获得相应退款，并对余额计算、退费期限等做了具体约定。《合同》制定过程中，行政部门充分听取健身企业的意见，在条款设定中注重把握经营者与消费者的利益平衡，确保在不干扰市场主体正常生产经营的情况下，保护消费者的合法权益。

（三）强化行政指导，想方设法提高使用率。市市场监管局秉承“谁执法谁普法”的理念，通过走访健身企业、门店，一边宣传普及《民法典》，一边解读推广《合同》。市体育局结合推广全民健身，通过发放体育券，在支持健身企业运营的同时，宣传使用《合同》，一手促发展，一手促规范。市消保委通过设点设摊、发放宣传册等方式，提醒市民在健身签约时注意陷阱，鼓励消费者使用《合同》。《合同》推出之际，行政部门指导健身行业协会组织本市十多家健身行业头部企业向社会公开承诺，带头使用《合同》，首批企业包括威尔仕、星之健、康美、贝菲特等品牌，占本市健身行业的半壁江山。同时，健身行业协会向行业内其他企业发出倡议，让更多企业来参与使用。

三、主要成效

（一）创新行业治理，维护消费者权益。通过制定、使用和推广《合同》，分别从市场秩序监管、体育行业管理和维护消费者权益的角度出发，探索走出一条政府主导、行业自律、企业参与、社会

监督的行业治理新路。健身行业“七天冷静期”的条款在全国是首设，半年的推广和使用，有2135名消费者通过该条款得以退款，健身行业纠纷明显减少。仅以“威尔仕健身”为例，在使用《合同》后，2021年1-6月份投诉量为604件，（2020年因疫情阶段性停业）与2019年同期705件相比，下降幅度达到14%。

（二）提升品牌形象，促进行业健康发展。《合同》的使用，不但没有加重健身企业负担，反而促进品牌的提升。作为行业头部企业的“威尔仕健身”，2021年在使用《合同》后营业额大幅回升，退款金额维持在往年同期水平，因冲动消费的投诉明显减少。健身企业普遍反馈，《合同》的使用与企业经营理念契合，形成行业内良性互动，促进了品牌美誉度的提升，口碑成为最好的营销，从而引导整个行业的健康发展。

（三）社会关注度提升，公民法治意识提高。《合同》正式发布后，即成为网络上的焦点话题，由新华网主导的微博话题成为全网热点，阅读量达到2.5亿次，讨论1.2万次，跻身微博热搜榜前十（最高排名第二）。人民日报、央视新闻、央广中国之声、解放日报、新民晚报、上视等权威媒体纷纷报道，引起了社会公众广泛热议，消费者积极评论、转发、投票支持。央视新闻发起的“上海健身设七天冷静期”的网络投票吸引4.7万名网友参与，其中3万人投票支持认为“非常有必要，建议全国推广”。《合同》的民意支持率非常高，消费者的广泛关注和支持，体现出公民合同意识和法治意识的提升。

四、推广价值

（一）“七天冷静期”条款形成辐射效应。以合同示范文本形式在健身行业设定“七天冷静期”的条款，上海是最先落地、率先实践。上海企业“康美健身”，不仅在本市的门店使用《合同》，还在常州、张家港、徐州、合肥等地的门店使用，使《合同》的效应向长三角等地辐射。目前各地都有意推出这一举措，北京“七天冷静

期”相关规定已经向社会征求意见，说明这一做法被各地广泛采纳。

（二）合同示范文本具有“治已病”和“治未病”的作用。《民法典》的实施，使制定合同示范文本的法律依据更明确，合同基本制度和内容更完善。行政部门依法制定推广合同示范文本，有利于赓续行业内一些好的做法，破除行业潜规则，培养新的交易习惯。《合同》既直面针对“退费难”等已有问题，解决行业顽疾，又把一些好的做法固化下来，明确合同当事人权利义务，控制风险点，发挥合同示范文本“防患于未然”的作用。

（三）合同示范文本应用场景广阔。合同示范文本使用便捷，广大用户可以通过“一网通办”、政府官网、公众号、行业协会网站等途径下载，纸质合同和电子文本均可使用。合同示范文本应用场景非常丰富，可以涉及营商环境和消费环境，也可延伸到民生、安防、环保等领域。