

■本版撰稿 本报记者 陆英健

运行一年,他们成为健身行业一股清流

一边是不断增加的健身需求,一边是时不时出现的预付费乱象,消费者的权益如何维护?一年前,杭州市在“3·15国际消费者权益日”发布体育健身“清流联盟”。通过限制预付款额度、使用示范性合同模板、设立预付款资金银行监管账户等方式,探索以行业自律的方式来保护消费者权益。今天是第43个“315”国际消费者权益日,一年过去,“清流联盟”的成员们如何让消费者买得放心、动得舒心?

统一纳管“先锋队” 加盟起仅产生两次退费

“我一直在这家店买卡锻炼,我对他们非常信任。”在位于杭州市上城区的轻释健身门店内,75岁的贾进学向记者介绍。自这家店开张以来,自己几乎每天来此锻炼。用他的话说:“管理到位、守规矩、很放心。”

作为“清流联盟”的首批成员之一,轻释健身门店的前台粘贴着醒目的“清流联盟”的海报,上面明确地写着预付费和服务周期的明确要求。每月初,门店都会将上月的预付消费金额的20%资金保管在指定的银行监管账户,用于防范潜在的消费纠纷。这笔钱需要经杭州市体育休闲行业协会同意后,才能流动。一旦发生消费纠纷,能够满足消费者的部分退费需求。如果没有纠纷,每名消费者对应的保障金在企业与消费者服务合同履行完毕后30日内无息返还给企业。

在轻释健身创始人张怀玉看来,服务好客户,让客户放心、安心、舒心才是行业健康发展的基础。“这两年健身行业倒闭关门引发的纠纷较多,对于客户口碑形成比较严重的影响。所以协会去年发起这个清流联盟时,我们几乎可以说是一拍即合。”从事健身行业近十年的他,对于预付费也有自己的看法。“预付费制度能让健身机构快速回笼资金,加速扩张,但是健身房的硬成本很高,一旦出现于客不利的情况,健身房的现金流就会出现问

题。”踏踏实实做好健身房,打出属于自己的品牌,这是张怀玉的经营信条,也是他加入“清流联盟”的初衷。“如果只想靠着吸引会员买课办卡赚快钱,健身房肯定经营不长久。”张怀玉告诉记者,自己的两家健身房坚持7天无理由退费,客人开卡7天内不满意就能办理退款,也没有任何手续费。自加入联盟,门店发起退费的只有两次,而且没有产生任何纠纷。“购卡7天之内,只要您说我不想练了,钱我们就全额退还。”他笑着说,这样的举措,让客户对于品牌的信任又上了一个台阶。

据悉,目前,“清流联盟”成员有259家体育健身场所和校外培训机构,其中像轻释健身这样由行业协会统一纳管的有29家,涵盖16个品牌,累计纳管资金400余万元。

自主纳管“集团军” 230家店规范一如既往

位于杭州市拱墅区的乐刻健身延中大楼店,即便下午时间也是门庭若市。跑步机、椭圆机、史密斯机、龙门架……180平方米的面积里,几乎没有空闲的器械。“我买的是季卡,414元能用3个月,如果想要按月买,一个月不到180元,性价比很高,私教也从不会向你推销。”刚从椭圆机上下来的会员沈亦飞向记者介绍,之所以选择乐刻,正因为其合同无隐藏条款、预付金额低、运营规范的特点。

“清流联盟”成员都必须设立预付款资金银行监管账户。目前,监管账户有两种,一种由企业、银行和杭州市体育休闲行业协会达成共识,企业开通监管账户后,每月将资金存入指定银行。还有一种是企业自主纳管。这种模式,主要是以乐刻为代表的,主打“月付制”“无推销”按月支付预付消费模式,风险相对较小的企业模式。

作为清流联盟目前唯一的自主纳管企业,杭州市目前有230家左右的乐刻门店,实行统一标准与规范,且很多都是开在写字楼、商圈或社区附近,对于杭州的乐刻用户,几乎可以实现“下楼就能健身,像去便利店一样便捷。”自去年4月份联盟成立以来到2024年底,乐刻共计监管资金2.7亿元,给予了消费者极佳的体验和踏实的安全感。

延中大楼店长莫子表示,乐刻的初衷是提供一个便利、友好、自由、低门槛的运动场景,帮更多人养成运动习惯。“我们认为好的用户体验,第一个是更加方便,第二个是性价比,第三个是好教练、好课程。乐刻的月卡模式让用户健身需求可以低成本实现;智能化的健身场景,让用户可以直接通过手机APP完成“购卡”“扫码进店”“团课预约”“运动记录”等操作;而教练不推销、专心教学更是让市民朋友能安安静静享受健身。”

联盟的良性运行,也让更多在杭商家产生了加盟的想法。杭州市体育休闲行业协会秘书长邹捷告诉记者,截至今年2月底,已经有13个品牌33家门店正在申请加入。“我们希望经过尝试摸索,有更多体育企业加入联盟。联盟的成立,主要是为了保证三个‘安全’。健身器材和场地的使用安全、教练提供安全专业的健身指导、消费者最起码的消费安全。

此外,去年同期成立的杭州市体育休闲行业协会体育健身维权联络站与各区、县(市)体育行政部门通力协作,截至目前,已经妥善处理24177起投诉,涉及金额3349.55万元。邹捷说,希望联盟能继续助力健身行业稳定发展,给消费者信心。



■短评

以心换心 共筑信任基石

在健身行业,消费者与从业者之间的关系往往被视作是一场漫长的拉锯战。消费者担心预付款项后健身房“跑路”,从业者则抱怨市场信任缺失,难以维持稳定经营。然而,“清流联盟”的成立,为这场拉锯战带来了转机,也为行业树立了以心换心、共筑信任的新典范。

“清流联盟”的发起,旨在通过行业自律来保障消费者权益,促进市场健康稳定发展。联盟成员需自愿接受监管,使用政府推广的示范性合同,明确产品限价机制,并设立预付款资金银行监管账户。这些措施不仅为消费者提供了规范的服务保障,也为从业者树立了诚信经营的新标杆。

“清流联盟”的壮大,无疑是给消费者的一颗定心丸。单笔消费不超过5000元、服务周期不超过3个月或60课时的规定,有效降低了消费者的经济风险。而预付款项20%进入监管账户的措施,更是为消费者提供了一道坚实的资金保障。一旦发生消费纠纷,监管账户中的资金可以满足消费者的部分退费需求,从而有效维护了消费者的合法权益。

对于从业者而言,“清流联盟”的监管并非束缚,而是推动行业健康发展的动力。通过接受监管,从业者可以树立诚信经营的形象,赢得消费者的信任和口碑。而诚信经营带来的稳定客源和良好口碑,正是健身行业持续发展的基石。此外,联盟成员之间的良性竞争和相互学习,也有助于提升整个行业的服务水平和专业素养。

消费健身行业的健康稳定发展是以心换心的过程。从业者只有用心经营、诚信服务,才能赢得消费者的信任和支持。而消费者也需要用心感受、理性选择,才能找到真正拥有高品质服务和经营理念的健身机构。只有双方共同努力、双向奔赴,才能建立起稳固的信任关系,实现细水长流的共赢局面。生机勃勃的“清流联盟”,正是这一理念的生动实践和有力证明。



杭州乐刻健身延中大楼店

