封面深镜

预付式消费为何让人不安心 『最后一次美容次卡』成烫手山芋



消费者在社交平台反映“不敢去美容院消费最后一次”。 网络截图

消费者
卡内剩最后一次消费 赴约前需“鼓足勇气”

卡里只剩最后一次补水护理，成都市民杨女士把预约页面开了又关，反复好几天。美容院动辄几千上万元的充值让她倍感压力，加上新闻里频现的关门跑路、服务打折，她不愿再充值。

去吧，怕刚躺下就被轮番劝续卡；不去吧，几百块钱退不了。这张次卡成了“烫手山芋”。

作为某知名连锁美容院新客，次卡剩8次时，美容师开始试探续卡，杨女士说“不着急”。剩不足5次，推荐频率陡然升高，“每次去都推荐”。婉拒后，换另一个美容师接着游说。

只剩最后两次，店长亲自出马，先拿“最低价”和附赠产品，以“为你好”为借口劝说。杨女士坚持不续卡，店长话术便升级：不买就是辜负关心，是“不爱自己”“认知狭窄”“缺乏基本养生常识”。

那种压力，是“闹僵了见面多尴尬”，是担心被“甩脸子”、服务打折。杨女士感到“不舒服，不被尊重，被强迫”。

杭州市的邹女士也有同样经历。鼓起勇气做最后一次消费，想好的理由全没抵住游说：“钱不够可以分期，甚至先交定金‘锁住限时优惠’。”她甚至谎称“要搬家”，销售仍不死心，说续卡可请朋友来用。最后，邹女士借口“上厕所”从后门溜走，才全身而退。

从业者
美容师背负业绩指标压力 拉开收入差距的是充卡提成

对“最后一次美容次卡”紧绷的不止顾客，还有美容院员工。

因为门店和员工都清楚，这一次不做，这张卡就真的“结束”了。

美容师李宁菲（化名）在行业深耕多年，她给记者算了一笔账。美容师做一次项目虽然有手工费，但充卡提成肯定拿得更多。行业里的普遍情况是，底薪之外，还有手工费，大约二三十元一单。“一天做五六个客人，手工费也就百来元，真正拉开收入差距的是销售提成。”她说，行业里的美容师月收入大概在五六千元。

在“收现为王”的考核逻辑下，顾客卡里剩的次数越少，续费冲刺的紧迫感就越强。所谓“最后一次护理”，在门店的账本上从来不是服务的终点，而是销售转化最后的窗口。

除了让消费者受不了的游说，从业多年的商家陈荔（化名）揭露了美容行业普遍存在的推销套路。

最常见的便是低价引流、制造容貌焦虑：商家以免费皮肤检测、超低价体验为噱头吸引顾客到店，再通过仪器放大皮肤问题，用“烂脸预警”“再不保养不可逆”等话术制造焦虑，顺势推销年卡充值。

还有价格上的“模糊账”。陈荔介绍，有商家推出的项目看似有“活动价”，却不提前明码标价，做完才告诉你原价多少、折扣多大，让你感觉占了便宜。或者玩拆分收费，基础清洁免费，后续毛孔收缩必须加钱。

陈荔说，这些做法在行业里被一些人当成“经验”传，但她自己并不认同，“做一锤子买卖，路只会越走越窄”。

不过，在美容行业从业十余年的周静（化名）给出了另一条路径。她所在的店从不主动推销，“服务做完，顾客真正认可，自然会续费。”周静认为，以前那种靠话术围堵、靠“最后一次”逼单的套路，在信息越来越透明、行业竞争越发激烈的当下反而做不长，真正能留住顾客的，是效果和体验本身。

消费保障
七天无理由退款 保护不了“最后一次护理”

黑猫投诉上，一位消费者记录了在SKIN79皮肤管理中心的经历：办卡时店长和美容师口头承诺“后续不想用可按会员单价扣除已消费项目，剩余全额退款”。但门店在退款时又改口按“低价美团团购价”扣费，合理退款金额与门店方案相差近千元。口头承诺说变就变，核算标准前后矛盾。

2025年，仅陕西省12315平台接到的美容美发洗浴类预付卡投诉就超过2.3万件，预付式消费已成为服务类投诉的“重灾区”。

全国消协组织受理的服务投诉中，美容美发长期位居前列，一张次卡的最后一次护理，看似微小的消费场景，映射出的却是一个行业性的老矛盾。

2025年5月1日起施行的《预付式消费司法解释》，给了消费者一项此前没有的权利：付款之日起七日内可无理由退款，被视为消费的“冷静期”，这无疑是制度层面的一脚刹车。但不少消费者坦言，它主要作用于“刚付完钱”的窗口，而“最后一次护理”的困局发生在服务周期的末端——钱早已付了几个月甚至几年，冷静期覆盖不到续费逼单的那个下午。

而且，七日无理由退款在落地中并不顺畅：有美容美甲店明确表示，即便在七天内退卡，已做的项目仍要按原价扣除，办卡时的折扣优惠一笔勾销。“冷静”的门槛，依然被商家用核算规则悄悄垫高了。

专家建议
引入第三方机构兜底保障 消除对预付制消费的信任危机

消费者“不敢做完最后一次护理”的心态，本质折射出当下大众对预付式消费的整体信任危机。

“预付制本身是合规、正常的商业契约，并非制度缺陷，大众的普遍警惕，根源在于部分经营者商业伦理缺失。少数商家利用预付模式恶意圈钱、闭店跑路，频繁的行业爆雷事件，彻底透支了市场信任根基。”华中科技大学社会学教授胡鹏辉认为，从社会心理层面来看，消费者害怕“最后一次消费”，排斥到店后被动推销、被迫社交、人情施压的消耗式体验，这与无人零售、自助消费备受青睐的逻辑一致，人们更愿意规避不必要的人际压力与消费捆绑。

“重塑预付制消费信任、破解行业乱象，核心在于完善监管体系、建立风险兜底机制。”胡鹏辉建议，可借鉴电商平台成熟的消费者保障体系，在美容等实体预付行业引入第三方保证金监管制度。通过要求商家缴纳经营保证金、设立资金监管池、将预付资金统一托管，从源头规避商家跑路、违约风险，保障消费者在权益受损时能够顺利追偿。

他同时坦言，实体行业强制保证金托管的落地细则，目前仍缺少明确法规支撑，仍需后续政策细化完善、规范化推进。

华西都市报-封面新闻记者 杨芮雯 赵奕 邹阿江 见习记者 龚善美 徐千然

“卡里还剩最后一次护理，去美容院无异于要打一场硬仗。”

近期，不少消费者在社交平台分享自己颇为“矛盾”的经历：美容次卡临近用完，赴店消费就要直面轮番续费推销，有人赴约前要反复做心理建设，也有人宁可选择割肉止损也不再到店进行最后一次消费。“最后一次美容次卡”的话题持续发酵，引发广泛共鸣。

华中科技大学社会学教授胡鹏辉认为，看似只是到店消费的小小烦恼，实际上折射出消费者对预付式消费的戒备与恐惧。

本该是享受服务的收尾时刻，却演变为消费者避之不及的心理负担。一张尚未用完的美容次卡，为何变成不少人心中的“烫手山芋”？11月1日，华西都市报、封面新闻记者就此展开采访调查。

11月2日，最高人民检察院发布一批依法保护公民个人信息典型案例。记者注意到其中一起案例中，一团伙以“私家侦探”之名开展“婚姻调查”，非法获取、出售各类公民个人信息共计1.8万余条，获利16万余元。最终，9名团伙成员被判刑。

以“私家侦探”之名开展“婚姻调查”

侵犯公民个人信息 9人被判刑

2019年，被告人周某许关注到互联网上有“婚姻调查”的需求，遂产生通过开展“私家侦探”业务出售公民个人信息牟利的想法。为招揽业务，周某许注册咨询公司，并招募人员在短视频平台以“私家侦探”名义发布有偿开展“婚姻调查”的引流视频。周某许根据客户需求收取费用后，线上通过境外聊天软件，从被告人杨某等5人处非法获取客户指定对象的行踪轨迹、财产状况、住宿记录等信息。线下安排被告人周某红等人安装定位设备跟踪偷拍，获取他人行踪轨迹信息。

截至案发，周某许通过上述方法非法获取、出售各类公民个人信息1.8万余条，获利16万余元。另查明，周某许还利用非法获取的公民个人信息实施多起敲诈勒索违法犯罪行为。

2022年9月，被害人叶某收到该团伙递送的住宿信息、家人照片及印有“私家侦探”业务广告的名片，并在自家车辆底盘发现定位设备，遂报警。公安机关决定立案侦查，各被告人陆续被抓获。2024年5月10日，江西省龙南市人民检察院以周某许涉嫌侵犯公民个人信息罪、敲诈勒索罪，杨某等8人涉嫌侵犯公民个人信息罪，向法院提起公诉，各被告人均自愿认罪认罚。同年8月13日，龙南市人民法院以侵犯公民个人信息罪、敲诈勒索罪数罪并罚，判处周某许有期徒刑4年，并处罚金20万元；以侵犯公民个人信息罪判处杨某等8人有期徒刑3年至8个月不等，并处罚金。

据了解，针对线上倒卖公民个人信息的犯罪事实，检察机关引导公安机关提取周某许电脑中非法获取的1.8万余条公民个人信息、赴上海等20余个城市调查取证，准确查明涉案公民个人信息数量及违法所得数额。针对线下跟踪偷拍的犯罪事实，引导公安机关重点围绕行踪轨迹信息特征固定证据，与各被告人供述、相关客户证言等证据相互印证，形成完整证据链条。

检察机关在办案过程中，发现周某许非法获取的公民个人信息来源于杨某等5人，该5人作为信息来源的上线，涉嫌侵犯公民个人信息犯罪，遂建议公安机关并案侦查。同时，在案证据证明周某许还利用非法获取的公民个人信息对多人实施敲诈勒索的违法犯罪行为，严重侵害公民的人身与财产安全，建议公安机关对关联犯罪进一步调查取证。公安机关经侦查，以周某许涉嫌侵犯公民个人信息罪、敲诈勒索罪，杨某等人涉嫌侵犯公民个人信息罪，移送检察机关审查起诉。

针对部分网络平台仍存在以“私家侦探”“婚姻调查”为名诱导他人购买公民个人信息的宣传广告，龙南市人民检察院向相关主管部门制发检察建议，推动主管部门开展涉“私家侦探”网络违法信息清理行动。

有关负责人表示，本案系通过线上倒卖、线下滥用定位技术及跟踪偷拍等手段，实施侵犯公民个人信息犯罪的典型案件，行踪轨迹等敏感个人信息一旦被非法获取、滥用，极易威胁公民人身和财产安全。公民个人信息遭受侵害的，被侵害人应强化保护意识，依法维护自身合法权益。 **华西都市报-封面新闻记者 代睿**