

別衝動簽約入會

健身中心定型化契約付之闕如 消保官道德勸說 少見業者遵守

●晚間七點，街上車水馬龍，下班的人潮在匆忙中，仍不忘將眼光投向東區健身中心的明亮櫥窗內；賣力跑步的年輕男女，成熟鬧街頭的一景；近來健身中心成為新世代年輕人的時尚風潮，但礙於法令規定不周延，消費爭議也層出不窮。

消基會統計，消費者申訴健身中心收費不當的個案增加，讓消基會不得不提醒消費者：要看清楚契約內容。

行政院消費者保護委員會表示，健身中心主管機關暫為行政院體育委員會，去年原擬提出「健身房消費者保護專案」，但目前仍未擬訂「健身中心定型化契約」，有關健身教練的資格認定及消費糾紛爭議規範，也未完成。

健身中心消費爭議最多的仍是會員制衍生的收費問題，例如有消費者質疑，既已繳交入會費，當月若未前往運動，為何仍要繳交一千至三千元不等

的「清潔費」？

消保官吳政學表示，若業者執意以「清潔」為名向會員多收費用，明顯違反消保法「平等互惠」原則，但業者若以「維持消費品質」為由收費，則屬契約自由範圍，業者除需將相關資訊詳載於契約中外，也要確保消費者審閱期限，不得強要消費者當場決定。

消保官林光銘說，部分健身中心以終身會員作號召，繳交一萬至三萬元不等入會費，就可享終身權益，但「終身」期限，消費者可要問清楚，起碼要有最低保障期限，以免業者因經營不善倒閉，影響權益。

林光銘說，業者強調終身服務，就應負起企業責任，例如提撥固定比例會費向產險公司投保，以免消費者日後「追討無門」；可惜目前尚無法令規範，光靠道德勸說，業者遵守的比例幾近於零。

還有人看上免入會費或特價專案，一時衝動加入會員，但

每月清潔費高達二千六百元，因此反悔；有人物品放在置物櫃遭竊，業者卻相應不理；還有未成年少年簽約加入會員，遭家長抗議。

網絡上也流傳某家業者打出「最後x天免費」廣告，次數頻繁得讓人懷疑是噱頭；還有人上網說，她有多位朋友加入終身會員，但每人繳交的入會費都不一樣，真不知道業者標準為何。

林光銘說，某健身中心號稱單一分店就超過二萬名會員，但大部分會員都是上班族，顛峰時段為晚間下班後，業者卻無法打包票保證，會員可以不用擠破頭也能享受健身的樂趣。

吳政學說，消費者應辨別業者所核發的會員證能否適用於每一家分店，且要眼見為憑；因為不同的分店設施不同，所收取的費用可能也會有差異，避免衍生爭議。

