今年以来，连续发生多起共享单车收取消费者押金、预付费后，将所收资金挪作他用，严重损害消费者权益事件——

共享单车停止经营，押金不退怎么办

经济日报·中国经济网记者 佘 颖

经营有道

今年以来，连续发生多起共享单车收取消费者押金、预付费后，将所收资金挪作他用，在运营不善或停止营业时，严重损害消费者权益事件。据报道，悟空单车、町町单车、酷骑单车、小鸣单车、小蓝单车等共享单车企业因资金链断裂等原因相继停止经营，未退还所收押金、预付费逾10亿元，涉及消费者数百万人。

很多消费者都在追问：“共享单车停止经营，我的押金怎么办？还能拿回来吗？”

上图 一个小孩子在使用共享单车。现在有不少家庭都让孩子骑共享单车上学。

左图 摩拜的管理员正在通过检查确保每一辆共享单车都能够使用。 佘 颖摄

企业收押金是否合法合规

作为消费者权益保护的专门组织，中国消费者协会今年3月份和12月份两次约谈了共享单车企业。在12月5日的约谈中，包括摩拜、ofo、永安行、优拜、哈罗单车、拜客出行、小蓝在内的7家共享单车企业代表表示，目前共享单车企业分为收取押金骑行和免押金骑行两种方式。免押金骑行一般需要考察消费者的第三方信用评分，超过一定分值就可以免收押金。但此前，这些企业大多已经收取了大量押金，单个用户数额在99元至299元之间。算下来，这是一笔超过百亿元的巨额资金。

那么，共享单车企业有没有资格收取用户押金？

“交通部等10部门于今年8月1日出台了《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》，也就是说，目前使用共享单车的实质是一种租赁行为。《合同法》规定，承租人应当保管租赁物，因保管不善而造成租赁物毁损、灭失的应当承担损害赔偿责任。”国家法官学院原副院长曹三明表示，共享单车企业为了预防个别用户的不良行为，比如故意损坏，而收取一定的押金并不违法。

曹三明同时认为，共享单车企业向用户收取押金的时候，仅仅是通过手机传递出一个收取说明，收多少，怎么管理都是企业说了算，属于《合同法》中的“格式条款”，即通常说的“霸王条款”，按照《合同法》《消费者权益保护法》等有关规定，可以勒令它为无效。

此外，共享单车还存在一个更严重的问题，就是一辆单车设定了若干个押金，这辆单车，张三第一次用，李四第一次用，王五第一次用，都要交押金，算下来一辆单车可能设定了10个以上的押金。对此，很多法律专家也做过诠释，认为押金的法律属性应该是质押、使用时做担保，用后应该立刻返还，实现即租即押即还即退。

押金被挪用导致无法退回

今年8月下旬以来，酷骑（北京）科技有限公司因押金、预付资金退还出现严重问题，导致消费者大面积投诉，引发社会广泛关注。

根据北京、四川等地消协和工商、市场监管部门受理消费者投诉情况的不完全统计，截至12月11日，已收到关于酷骑公司投诉21万人次。消费者诉求主要集中在要求退还押金、预付资金、控告涉嫌集资诈骗等。

目前，酷骑单车已经被列入全国企业信用信息榜黑名单。但是，列入黑名单并未给问题的解决带来实质帮助。

因为注册地在北京通州，之前对酷骑的处理主要由通州消协负责。“到11月1日，通州消协第三次约谈酷骑单车时，酷骑单车已经无法配合调解了，沟通也存在障碍，因为大批工作人员已经离职，客服没有人接听电话。”通州消协副秘书长邬迪介绍，酷骑科技有限公司因为资金紧张造成退款迟缓，先是表示只能在注册地万达现场退还押金，后来又称公司已交由一家在四川的公司代运营，对方不承担债务问题，同时公布了3个手机号，要求消费者通过这3个手机号进行退款，“但是很难打通”。

12月12日，在反复联系酷骑未果、列入经营黑名单无效的情况下，中国消费者协会发出了致酷骑公司的公开信，透露酷骑自2016年11月18日成立以来，认缴资金10亿元，注册用户近1600万，先后投放车辆140余万辆。酷骑公司大量收取消费者押金，并挪作他用，出现押金退还难问题，目前除退还了少部分消费者押金外，仍有数亿元资金尚未退还。经调查，所谓的退款方式子虚乌有，误导了大量消费者持续前往。

12月21日，根据消费者反映和前期调查情况，中消协向公安机关提交了刑事举报书，举报酷骑（北京）科技有限公司及其主要负责人涉嫌刑事犯罪，申请公安机关立案侦查。

明明是消费者的押金、预付款，理论上属于消费者的财产，怎么会变没了？对用户的押金，共享单车企业有没有合法使用的权力和途径？

《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》规定，要严格区分企业自有资金和用户押金预付资金，要求在企业注册地开设预付资金专用账户，实行专款专用，接受有关金融部门监管，防止用户资金风险等。

照此理解，企业能够获得的，只是资金存管在银行期间获得的存款收益，连用于投资都不允许。而在实际经营中，部分企业并未严格执行资金存管要求，把用户的押金挪作他用。

目前大多数共享单车企业都接入了信用租车服务。对此前已经收取的押金和一部分信用分不够免押金的用户，其实可以参考互联网金融的资金存管方式。在互联网金融领域，用户在注册时就应同步开通银行存管账户，手续并不麻烦，技术上完全可以实现。而此时的押金是存放在用户名下的账户中，企业无法动用，从源头上确保用户资金安全。

消协可代理诉讼追回押金

“按照常理，企业破产应优先归还消费者押金。”北京第三中级人民法院民三庭庭长助理蒙瑞认为，押金实际上是一种担保，是一种质权，其所有权是属于消费者的，消费者拥有取回权。“《破产法》明确规定，人民法院受理破产申请后，债务人占有的不属于债务人的财产，该财产的权利人可以通过管理人取回。”蒙瑞解释，也就是说，在企业破产之后，消费者不需要等待漫长的破产清算，也不需要债权申报，可以直接向管理人主张取回。只要相关交易记录完备，管理人可以直接将押金还给消费者。

但这是在企业账上还有钱的情况下。实际情况是，共享单车企业进入破产清算阶段，大都是因为资金紧张，用户押金早已被挪用。

中国人民大学法学院助理教授熊丙万表示，这种情况下，按照目前的法律规定，只能申请损害赔偿，要经历破产债权申报。在这个过程中，优先保障的是担保财产、职工债权、税收债权，其他的债权，包括消费者押金的返还债权，以及其他潜在的风投、天使投资的债权，都变成了普通债权，消费者权益没有得到保障。

根据多年实践，蒙瑞提出一个可行办法，那就是如果调查发现高管对企业经营造成损失的，公司可以对高管提起诉讼，高管向公司清偿之后，这部分钱就变成公司的破产财产，可以用于偿还消费者。

这又涉及一个成本问题，对每一个单车消费者而言，损失的不过是299元的押金再加上100元、200元的预付金。为500元打官司，诉讼成本太高了。而且数以千万计的消费者都要到法院去打官司，法院也应接不暇。因此，一些消费者致函中消协，明确要求消协提起公益诉讼，帮助自己追回押金。

12月18日，广东省消委会发布消息称，就小鸣单车拖欠消费者押金、资金账户管理不规范等一系列问题，以其经营管理方——广州悦骑信息科技有限公司作为被告提起消费民事公益诉讼。广州中院已受理此案。这也是全国首起共享单车消费民事公益诉讼。对此，中消协相关负责人表示支持。“消费民事公益诉讼是《消费者权益保护法》赋予省级以上消费者协会保护众多不特定消费者合法权益的有力武器，是对经营者不法行为的有力震慑，是对中国法治进程的有力推动，中消协对此予以支持，并将积极指导和推动地方消协有关消费维权工作。”这位负责人强调，加强对电子商务经营者收取押金、预付费的立法规制，才是从制度层面保护广大消费者的治本之策。

消费观察

那些悄然走进我们生活的新消费

来 洁

清晨去上班，在小区门口，用手机刷开一辆共享单车，骑到地铁站的时间比走着缩短了许多；

坐上地铁，在手机上刷刷朋友圈，逛逛淘宝、京东，无论是大件家电，还是小件袜子，购物随时随地；

走进办公室，每周一送来的大捧鲜花仍然开着，互联网让鲜花成为日常美好；

中午休息出去买点东西，无论是水果摊、面包坊、便利店、超市甚至路边的菜店，微信或支付宝付款码无处不在，一部手机全搞定，无现金社会实在是太方便了；

晚上回到家，不想做饭，用坐地铁的时间点好外卖，快递小哥跟自己差不多同时到家。如果不想挤公交地铁，干脆用滴滴约个车；

休息日窝在床上，打开爱奇艺或腾讯追追电视剧，看看电影或纪录片，为娱乐付费已经成为新习惯，因为能提前看到更多好片，也不会为各种广告闹心，更不必被电视台牵着鼻子走……

这些新的消费场景，或多或少，现在的人们都有所体验。对很多人来说，这些已经悄然成为2017年的生活方式。站在岁末年终，回首望去，才恍然发现这些新的消费模式、渠道、业态，为百姓生活增添了太多的便利。用最短的时间、花最少的钱、获得最好的产品和服务，成为人们在新消费时代的普遍追求。

从无到有、从有到优，消费在不断升级，人们的消费需求也在不断变化。第三方数据服务提供商Talking Data《2017新消费趋势洞察报告》显示，品质生活、互动体验、个性定制、便捷高效、绿色健康是新消费的五大消费理念，既影响着消费者的决策，也影响着供给侧的发展。

新的消费需求催生了新的消费业态，外卖的火爆就是最好的佐证。原来订外卖只是为了方便，点的都是聊以果腹的简易快餐，时常暴出的食品安全还让不少人对外卖品质心存疑虑。随着外卖食品安全监管的不断加强，一些高品质放心餐馆进入外卖平台，外卖的品质得到显著提升，越来越多的人愿意点点手指，轻松地解决吃饭问题，外卖也渐渐成为人们就餐的第三种方式。如今，去餐馆吃饭，经常能看到琳琅满目的外卖餐盒，百度、美团、饿了么的快递小哥川流不息，甚至堂食的上菜速度都因为厨房忙着外卖订单而变慢了。外卖已经不再是堂食的补充，而成为餐饮业新的增长极。业内预计，2018年，在线外卖市场将达到4000亿元，约占整个餐饮市场10%的份额。

今天的消费者，除了看重品质、便捷、健康，也更加追求个性化，更需要良好的消费体验。这，推动了私人定制产品的繁荣以及各种体验式消费场景的发展。新的消费业态反过来也进一步激发了新的消费需求。横空出世的盒马鲜生，颠覆了人们买海鲜、吃海鲜的老观念，既是超市、菜市场，又是餐馆的新业态，吸引了越来越多的人前去体验，也让更多人充满期待。2018年1月盒马在北京的第4家小营店、第5家亦庄店即将开业，60万居民将纳入30分钟送货上门的“盒区房”范围。

值得关注的是，由于消费者的消费理念更加理性，不再盲目追求大品牌而是更看重品质，这也推动了二手产品交易的火热。除了3C数码、手机等闲置的“小物件”，“大块头”的二手车成为交易的新亮点。优信平台数据显示，年轻人对二手车的接受度更高，新旧不重要，经济实用才是关键。

新消费之所以发展得如火如荼，归根结底是居民收入的持续提高，消费能力的不断增强，对美好生活的向往从量的满足迈向质的飞跃。同时，移动互联网、人工智能等新技术的发展，让被时间和空间压抑的消费需求得到充分释放。

仔细审视当前的新消费格局，亮点不少，隐忧仍在。例如，新消费领域主要集中在衣、食、住、行等基础层次，而在文化、教育等更深层次并未充分展开；新消费群体也主要集中在大城市的年轻一代，不会玩移动支付的老年人则无从体验网络购物的便捷高效……如果这些问题能得到破解，那么消费这驾马车的潜力还会更加强劲。

青岛崂山区：

公厕升级为市民和游客提供良好舒适的如厕环境

近期，山东省青岛市崂山区加大了公厕建设力度，计划在城区范围内新建17座公厕，升级改造21座公厕，提升公厕功能化建设及精细化管理水平，为市民和游客提供良好舒适的如厕环境。

崂山区新改建的公厕都是按照《城市环境卫生设施规划规范》独立式公厕一类标准进行设计的，本着以人为本的原则，突出生态、绿色、环保特色，日趋完善服务功能。从公厕的勘查选址到方案设计，从计划申请到现场施工，坚持“生态化、人文化、功能化、景观化”的建设原则，不断选用新工艺、新材料，采用节能、节水等设施设备，做到节约资源、生态环保。同时，从人性化角度考虑，结合室内装饰和配套设施设备等方面，充分体现崂山的地方特色与人文关怀。厕所外观与周边环境协调融合，融厕入景，做到景观化与特色化。

在提升硬件的同时，崂山区注重加强对公厕的日常管理，以提升服务品质。把公厕管理统一纳入环卫部门管理系统，统一标准、统一着装、统一管理。实行公厕网格化管理模式，即每处公厕根据建设规模配置1—2名专职管理员，负责对公厕及周边5米范围内的日常保洁和设施检查，并设置了片区巡检人员，每天对负责区域内公厕巡回检查至少2次，对保洁情况进行督查，检查公厕的各项设施，对损坏部位第一时间安排维修。公厕都配有专业的维修队伍，除设施维修外，2—3天将区域内所有公厕巡检一遍，并对公厕设施进行日常保养、加固，确保公厕设施正常运行。

截至目前，崂山区中心城区完成新建公厕1座、升级改造公厕1座，在建公厕7座。预计到2018年4月底前，17座新建公厕和21座升级改造公厕可全部完工。届时，崂山区环卫配套设施将更加完善，居民生活品质进一步提升。

·广告

遗 失 声 明

中国银行股份有限公司鹤壁九州路支行不慎遗失金融许可证，金融许可证流水号:00284041，机构编码：B0003S341060005，声明作废。