

想理发却被忽悠办了3888元的卡

专家:制定价格指导标准引入服务评价体系完善违规惩戒机制

“今年年初,我在一家理发店充值办了卡,店里海报上用醒目的红色大字写着‘VIP所有店铺通用’。可实际上,我去该品牌其他连锁店却无法使用卡内余额。”北京市的李女士气愤地说道,她认为商家存在虚假宣传,想要把卡退了,但商家一直不同意。

近段时间以来,美发行业“乱收费”事件屡登热搜榜——某地一名16岁少年在理发店剪头烫发被要求支付4000元;一男子购买398元烫发套餐、结账时成了2477元。多位受访消费者向《法治日报》记者反映,自己就遇到过美发行业收费不透明、乱收费、办卡套路等乱象。

受访专家表示,正因为乱象丛生,来自湖南怀化的女发型师“晓华”凭借其“听得懂话”以及相对低廉的价格迅速在网上走红,生动反映了消费者对美发行业服务透明、公平定价的迫切诉求。美发行业的规范发展需要政府监管、行业自律和市场机制的多方协同,需要法律规范行业的良性发展。

低价套路诱导消费 洗脑推销高价办卡

逛一次商场,被同一家理发店的不同推销人员先后盯上,“说我发型不行,拉我去他们理发店设计发型。关键是第二次刚从这家理发店剪完发出来不久。”北京市民张女士说起近日的这次遭遇就“气不打一处来”。

张女士回忆,当时逛商场时,一位理发店的推销人员上前指出她的发型不够理想,并热情推荐店内的专业设计师重新设计,“考虑到头发也确实需要修剪了,就接受了邀请”。

进入店内,一位设计师开始挑剔她的发型、头发存在的各种问题,并反复试图说服张女士花费368元进行修剪,自称其经常为艺人服务,旁边的助理帮腔称:平时一般得预约才行,今天有一位预约的顾客没来才有空。

“我觉得太贵了,打算拒绝,设计师又改口称,正巧有一百多元的‘史无前例’的剪发折扣价,只要成为门店会员就能享受。说得天花乱坠,我脑袋一热就办了张2000元的会员卡。”令张女士没想到的是,当她刚剪完头发逛了一圈商场回来时,又碰到这家理发店的另一位推销人员,上前吐槽其发型“已经过时”,推荐她到店里由设计师为她设计新发型。

“我肯定被‘坑’了。”张女士说,非常后悔办了卡。

对此,广东深圳的刘女士深有体会。前不久,她在逛街时,有理发店的推销人员上来搭讪,说她的发型过时,理发店现在有限时优惠活动,发型师根据顾客脸型特点等免

费设计发型。

“到了店里,发型师先说我头发油需清洗以便观察,洗完后又说我头发细软塌,想要修剪完效果更好,推荐‘发根激活’服务,费用1680元。我觉得太贵了,发型师又推荐办会员卡,分3888元和5888元两档,承诺办卡即赠本次发型服务及1680元染发三次护理,且会员卡可与家人朋友共享。”架不住发型师20多分钟喋喋不休的推荐,刘女士就办了张3888元的卡。

“刚烫完头发时原本还满怀期待,可在吹干过程中就陷入了极度的失望。发根处的烫发效果惨不忍睹,发尾的状况糟糕至极。整个人看上去仿佛老了20岁。”刘女士直言,这么老气的发型,自己母亲做她都会加以阻拦,更何况她还是花了近4000元办了卡才做的。

张女士要求退卡,对方态度立即转变,称已经提供了服务没法退款。

炒作头衔定价混乱 高价买不来高质量

“一进门就被问是否有预约,而当时很多发型师都闲着坐在沙发上”“每个人佩戴着对讲机,通过对讲机喊话,对话的两人距离不过三五米,整个理发店也就五六十平方米”“高级发型师、特级发型师、创意总监、设计总监、技术首席,傻傻分不清楚,水平没见谁比谁高,价格却一个比一个贵”……

来自北京、天津、山东的多位受访者向记者吐槽,现在一些理发店搞得奇奇怪怪的,发型师头衔一大堆,价格高得出奇,消费者往往难以判断,也容易被坑蒙拐骗。

山东济南市民周女士告诉记者,自己曾通过网络平台购买了一张离家较近的美发店优惠券,“出示优惠券得到前台可以用的答案后便开始剪发,剪完后助理才跟我说刚刚的发型师是‘总监’,我得重新买一张更贵的券或补差价”。

另一位受访者潘女士向记者分享了其在一家评分高达4.8分的美发店的烫发经历:“我当时选择由‘店长’亲自操刀,要求染粉棕色,结果出来是完全的棕色。平台团购信息中明确染发费用包含了剪发,但对方称因为是‘店长’剪发,费用需要另外计算。而实际上,‘店长’给我剪得也非常潦草。”

记者通过某生活消费平台搜索北京多家理发店发现,这些理发店的人均消费较为分散,有人均消费超过2000元的高端店铺,也有仅需二三十元的经济型店铺,而最为普遍的消费区间则落在人均100元至400元之间。

“很多理发店收费很高,但还是买不来高质量的理发水平。而且,哪怕同一家理发店,特级理发师和技术总监定价差距特别大,这样合



图片来源于网络。

理吗?”有消费者提出疑问。

北京嘉维律师事务所执行主任葛友山认为,由于租金、员工薪资、产品成本等变量,不同美发机构的成本结构差异明显,这在一定程度上导致定价差异。然而,成本差异不应成为无序定价的借口,定价仍需遵循市场规律和法律法规。

在中央财经大学法学院教授朱晓峰看来,传统美发市场长期存在“高价不等于高质”的怪圈。“晓华”理发师的亲民价格和真诚服务,本质上重构了服务价值的内涵。她不仅提供技术性服务,更传递了尊重、平等、诚信的服务理念。

“美发行业定价混乱源于以下因素:行业准入门槛低,缺乏统一定价标准;市场竞争不规范,价格形成机制不透明;服务质量与价格关联性不明确。”朱晓峰说,并非所有的悬殊差异均需要调整,基于不同客户的需求以及定制化程度,价格可以差异化,但要强调平等协商、拒绝欺骗行为。

加大监管处罚力度 健全行业自律机制

“实际上,针对价格不透明的现象,《美容美发业管理暂行办法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等已有明确规定,经营者有明码标价和禁止价格欺诈的义务。”葛友山说,对于商家不明码标价的行为,价格法、《价格违法行为行政处罚规定》等也明确了相应的处罚。

“虽有明文规定,但由于监管力度不足、监管成本较大、违法成本较低等现实原因,实际上难以充分落实相关法律法规、监管政策以及行业自律规范。建议进一步修订和完善相关法律法规,确保规范的可操作性,使相关规范能真正落地实施,同时建议适当提高对违法行为的惩处力度,如提高处罚金额,增强法律的威慑力。”葛友山说。

他分析道,美发行业自身应建立健全行业自律机制,明确行业协会自律职责,建立信用评价和失信惩戒制度,鼓励行业内部充分自查自纠。各地美发行业协会可定期对美发从业人员组织培训,加大对职业技能培训的投入,与专业培训

机构合作,制定系统的培训计划和考核标准,不断提升从业人员的专业技能和服务意识,增强从业人员合法合规意识,确保从业人员具备和定价相匹配的专业能力和服务水平。

“还应加强公众参与和社会监督,通过对消费者的教育引导等方式,提高公众对合规美发服务的认识,鼓励消费者选择正规合法的美发机构。”葛友山说。

尽管定价可以存在差异,但在朱晓峰看来,规范美发市场秩序,仍需要制定行业价格指导标准、建立价格信息披露机制、加强反垄断和价格监管,遵从价格法、广告法、消费者权益保护法等法律法规,形成“渗透式引导规范,穿透式辐射宣传”,督促经营者强化价格自律,引导经营者依法合规经营、诚信经营、合理定价、公平竞争。

“应当建立理发师职业资格认证制度,实施定期技能培训和考核机制,引入服务质量评价标准,完善行业违规惩戒机制,对于屡次违规的商家,可采取更为严格的准入和退出机制,倒逼行业自我净化。”朱晓峰说。

在消费者权益保护方面,他提出,要加强投诉与维权机制的法律设计。一方面拓宽投诉渠道,包括设立统一的行业投诉平台,确保投诉流程透明,明确投诉受理标准和处理时限,要求美发店必须公示投诉渠道和处理流程等。另一方面,完善维权救济的法律保障,包括建立快速、低成本的消费纠纷调解机制;为消费者提供免费或低成本的法律咨询服务通道;在重大服务纠纷中引入第三方调解制度等。

“治理美发行业乱象,有赖于多元主体协同治理。美发行业消费者权益保护需要政府监管部门、行业协会、消费者组织的多方协同。通过法律框架的系统性设计,建立既有约束力又具有激励性的治理生态。这一整体性方案不仅旨在保护消费者权益,更致力于推动美发行业朝着更加专业、透明、诚信的方向健康发展。”朱晓峰说。

来源:法治日报