

臺南市運動健身業常見消費爭議案例宣導				
項次	常見消費爭議	爭議原因	改善方式	備註
1	契約終止、轉讓與退費計算爭議	1.業者在計算退費時，未將消費者已繳交的人會費、手續費、月費與剩餘價值分項列納,致使計算有出入。 2.簽約時是以團購價或活動特價購買大量教練課或會期（例如特價單堂 1,200 元，原價 2,500 元）。當消費者上了幾堂課要求解約時，業者堅持「已上過的堂數必須以現場單堂零售原價 2,500 元扣除」，導致扣除後賸餘價值歸零，消費者不僅拿不回退款，甚至被業者要求倒貼差額。	1.嚴格遵守法定上限，不得超過賸餘價值或實收總額的20%，上限為 6,000 元。 2.退費計算透明化，建立標準且公開的退費計算公式（明列已使用堂數/天數、剩餘價值、依法扣除之違約金項目），並提供書面試算明細予消費者確認，避免因口頭含糊報價引發爭議。	
2	教練頻繁異動致解約退費糾紛	1.當指定教練離職或異動時，消費者認為原本支撐該消費決策的「特定人身信任關係」已不存在。若被迫更換教練，可能面臨教學進度中斷、須重新適應風格、或替代教練資歷不符預期等問題，進而影響運動表現與安全。因此，消費者認為在無法獲得原定服務品質的情況下，應有權終止契約且不應承擔違約罰則。	1.明確登載指定教練姓名:若消費者係因特定教練而購買，廠商應依法於契約（紙本或電子契約）中明確記載指定教練之姓名，不得刻意留白或以「公司內部系統註記即可」為由推託。 2.主動說明職務代理機制：簽約時應一併定明：當指定教練因不可抗力（如產假、長病假）短期無法授課時，其職務代理教練的指派程序與資格分級，讓消費者在事前擁有充分的知情權與選擇權。	
3	課程過期之使用及退費	1.消費者常因工作繁忙、受傷、生病或不可抗力之生涯變故，導致無法在業者規定的期限內將課程上完。	1.建立良好的預警通知：廠商應於預計完課期限屆滿前的 30 天，透過簡訊、通訊軟體、官方 APP、電話或現場告示，提醒消費者注意餘堂數與是否逾期。 2.簽約前，教練或業務應主動詢問並評估消費者的日常作息、工作型態及預期每週到場頻率（例如：每週預計上課 1－2 次）。嚴禁在未評估消費者執行可能性的情況下，一味推銷 50 堂、100 堂以上的大型課程。	

4	業者經營變更或歇業退費問題	1.歇業通常是因為嚴重虧損、資金鏈斷裂，公司往往已無殘餘現金可供退款。 2.新品牌的設施設備不符預期，或原有的教練團隊全數解散，導致不滿足消費之權益。	1.併購轉讓前之法定期限公告： 當健身房發生品牌併購、股權變更或經營權轉讓時，原業者與新接手業者應於實質變更前至少 30 天，以書面、簡訊、官方網站及場館公告等多元管道主動通知全體會員。 2.因關店被迫轉點應給予補償： 當連帶分店因經營調整、結束營業，而要求會員轉至其他分店（轉點）繼續接受服務時，若新分店之交通距離、設施設備與原店有落差，業者應視為非自願轉點，不得向會員收取任何轉點手續費、亦不得強迫補月費差額。	
5	教練過度招攬行銷	1.消費者常投訴在運動期間、甚至是洗澡或課後休息時，遭受多位教練集體包圍、輪番疲勞轟炸數小時。在行銷過程中，教練可能使用「今天不簽優惠就沒了」、「幫我做個業績我會被主管罵」等話術施加人情壓力，或針對消費者的身材缺陷進行言語羞辱（身材焦慮行銷）。消費者主張自己是在「自由意志受到壓制」、「契約未經充分審閱（違反3日審閱期）」，甚至被引導使用信貸貸款的情況下倉促簽約，事後驚覺不符合自身需求與財務能力，因此要求無條件解約。	1.限制重複續約與堂數累積上限： 業務與教練在招攬續約時，必須檢視學員剩餘之舊課程堂數。若賸餘堂數已明顯超出學員常理體能所能完課之極限，場館主管應主動介入控管，暫緩該交易。 2.嚴禁不當人情勒索話術： 廠商應明令規範員工在進行業務招攬時，嚴禁使用任何道德綁架、人情勒索或施加心理壓力之話術（例如：「今天不幫我買課，我等一下會被主管痛罵、扣薪、甚至被開除」、「你答應要幫我卻反悔，害我業績掛零」等），不得利用消費者的同情心或罪惡感強迫簽約。 3.嚴禁因「未續約」而採取消極或報復性教學： 廠商必須確保教學品質的公平性與對等性。當消費者拒絕續約、或表明不再購買新課程時，教練不得在賸餘的舊合約堂數中，採取任意調課、遲到早退、上課滑手機、敷衍指導或擺臉色等消極、報復性的不當對待。	
6	安全設備與場館管理	1.消費者常投訴核心熱門器材（如特定跑步機、深蹲架、鋼索滑輪等）損壞掛上維修告示後，長達數週甚至數月無人修理；或是附屬設施（如淋浴間、蒸氣室、飲水機）長期故障、無限期關閉。此外，若場館內出現器材皮墊破裂發霉、地板汗水未即時擦拭導致濕滑、空調濾網積塵等環境髒亂現象，消費者認定這已嚴重影響運動安全與衛生，業者已實質違約，因此要求減免月費、延長會籍或無條件解約退費。	1.全面合規設置 AED： 凡建築物總樓地板面積達一定規模（依最新法規公告標準）之健身場所，廠商必須依法於場館內設置 AED。設備應安裝於顯著、易取得之處，並確保電源充足、貼片未逾期。 2.落實共用環境及耗材之即時清潔與消毒： 教練及現場巡場人員應主動維持、並宣導「會員使用完畢後立即擦拭殘留汗水與皮屑」之場館禮儀。針對共用率極高的防護配件，場館應定期進行消毒清潔，避免器材因長期使用而損毀，並落實清潔人員定期巡檢與共用環境深度維持。	

7	會員請假事宜	1.消費者因懷孕、突發傷病、兵役、海外出差或外地調職等原因，短期內無法前往健身房。業者不應在消費者已提出證明時，表示此證明不符合請假所需準備資料,致使請假過程複雜繁瑣且侵犯權益。	1.請假規範公開化： 廠商應將「請假事宜」之完整規範明文登載於定型化契約（或其獨立附件「權益須知」）中，包含：可請假事由、對應所需證明文件、單次與累計請假天數上限、以及復期扣款機制。嚴禁僅以「公司內部口頭規定」或「現場主管裁決」為由因人而異。	
8	意外事故處置及賠償	1.當意外發生時（例如：因地面濕滑摔倒、器材鋼索突然斷裂砸傷、教練指導重量過重導致肌肉斷裂），消費者認為業者應負起全責，賠償醫療費、無法工作的薪資損失以及精神慰撫金，並要求無條件解除剩餘合約退費。	1.業者主動理性關懷，嚴禁第一時間推諉推卸： 意外發生時，不論責任歸屬為何，廠商現場主管與負責人應秉持同理心與積極負責之態度，主動關懷消費者傷勢，並於第一時間主動協助就醫、保留現場監視器畫面與設備狀態。廠商嚴禁在未經科學鑑定或全面調查前，便消極敷衍、甚至惡言口頭指責全係「消費者操作不當」，以避免激化對立情緒。	
9	會籍到期及自動續約問題	1.合約存續期間是 10 年，在契約註明「最低使用期限（如 2 年或 3 年）」;消費者認為合約只有 2 年，時間到就自動結束,2年結束後，卻發現信用卡持續被扣月費。去臨櫃詢問，業者拿出條款表示：「我們合約是 10 年，2 年是不能解約期，過了 2 年消費者沒有主動以書面提出終止，我們就會扣到第 10 年。	1.落實通知： 廠商應於會籍合約到期前的 30 天，後台系統應設定自動預警，主動以簡訊、官方 LINE 帳號、官方 APP 推播或書面信函，明確告知消費者「合約即將到期」之事實，保障消費者的知情權。 2.續約重新簽名確認： 合約到期後，若消費者願意繼續使用，廠商重新引導消費者簽署一份合約（不論是紙本或合規之電子簽章），而非以消費主無主動提出解約而自動續約為使用方式。	
10	會籍轉點糾紛	1.消費者因搬家或調職申請轉換分店（轉點且跨縣市），若新分店月費較高則強迫消費者補足差額；反之若新分店月費較低，業者卻拒絕調降或退還差額。	1.契約明定自願轉點之收費基準： 因消費者個人因素（如搬家、工作換地點）主動申請轉點時，廠商應於契約中明文規定「合理的轉點手續費上限」。 2.主動揭露新店月費差額（資訊透明）： 若自願轉至之新分店其收費標準、設施設備與原分店不同，廠商應於辦理前，以書面或電子系統方式向消費者明確揭露未來月費的變更幅度。經消費者確認簽名後方得生效，避免「先轉點、後通知補差額」之消費爭議。	
承辦人員: 運動場館:				