



“缴停车费，顺带被办了个套餐”

一通电话一次扫码，警惕小额扣费里的消费陷阱

一通陌生来电、一次停车缴费、一指无意触屏，在毫无察觉中，不少消费者被动办理了服务套餐，同意了自动续费，等到发现账单异常扣费、想要取消时，却四处碰壁、麻烦不断。

运营商电话推销、App会员自动扣费、日常扫码缴费捆绑业务、多平台代扣层层嵌套……这些看似不起眼的小额扣费，暗藏诸多消费陷阱，不断侵蚀消费者合法权益，亟待规范整治。



默认勾选

不知不觉“被办理”

时下，诱导办理增值服务的现象屡禁不止，尤其是电话营销、线下场景捆绑办理等方式，套路隐蔽、防不胜防。

“根本没想着办新业务，稀里糊涂就多了一笔扣费。”记者采访多位市民后发现，“被续费”“被消费”已成为群众普遍吐槽的民生痛点。

市民王先生向记者讲述自己的经历。前段时间，他接到号码开头为400的一通客服电话，对方张口就推销“老用户专属福利”，反复强调“免费升级套餐、流量加赠、语音时长翻倍”，全程只讲优惠、不谈收费，语速又快又密，不停引导他办理“套餐增订”业务。

“对方话术周全，而且口气很坚决，一个不留神，我就把验证码发给对方，结果就被办理了一项电话套餐业务。”王先生说，“原有套餐被更换后，每月要多扣几十元，还绑定了自动续费的视频会员等项目。原本我的流量和话费就用不完，结果又办理了新业务，最后只能反复打了多个电话，才把套餐取消了。”

记者采访发现，这类电话推销有着固定话术，要么刻意隐瞒资费标准、合约周期、扣费规则等关键信息，要么一口气迅速讲完，利用“信息差”“认知差”诱导用户确认，事后再以“自愿办理”为由推脱责任。

比电话套路更为隐蔽的，是捆绑办理。一些市民反映，停车场扫码缴费时，不少缴费页面会在支付按钮旁悄悄弹出增值业务弹窗，流量包、影音会员、生活服务等项目默认勾选自动续费，相关协议界面文字小、颜色淡，若不仔细看，根本发现不了。

通常情况下，车主只想尽快缴费离场，但若直接点击确认，就会无意间开通包月扣费服务。“缴个停车费，顺带被办了个套餐，自己都没发现，连续扣费好几个月才反应过来。”不少车主无奈地说。

除了停车缴费，在外卖结算、商超付款、社区线上登记等场景中，类似套路也不鲜见。由于单次扣费金额不高，很多人即便发现异常，也嫌维权麻烦，选择不了了之，这也让各类莫名办理、隐形续费的乱象一直存在。

退订麻烦

反复折腾太闹心

被莫名办理业务已让人糟心，更让消费者反感的是，想要取消自动续费、关闭相关服务时，“拦路虎”也不少。

记者实测一些App、运营商线上服务时发现，一些平台通过藏入口、繁流程、多绑定等方式设置障碍，导致消费者办理业务陷入“开通一键搞定、退订步步为难”的境地，不少群众直呼“退订太难了”。

找退订入口堪比“捉迷藏”。在一些视频、音乐、办公类App里，关闭自动续费的入口大多藏在个人中心、设置菜单的深层角落，需要反复点击跳转才能找到，有的甚至埋在支付账单、隐私设置里，普通用户很难发现。

更让人头疼的是跨平台代扣绑定，扣费渠道杂乱难断。如今，多数自动续费服务，都会绑定支付平台，开通时一键授权即可使用。但退订时，各类软件解约路径并不相同，位置分散、操作不一，很多用户不清楚操作流程，陷入反复扣费的困境。

不少中老年市民告诉记者，自己平时只会简单刷视频、看新闻，根本找不到关闭入口，只能上网搜教程，跟着一步步操作，十分费劲。

退订流程烦琐，人为设置多重关卡更是常态。记者在体验运营商业退订时发现，部分增值业务无法线上直接取消，而需要填写退订理由、发送短信验证码、等待人工审核，折腾许久才能完成。

“开通几十秒，退订大半天，还不一定能成功，实在让人闹心。”受访消费者表示，平台刻意抬高退订门槛，本质上就是变相强制消费，利用用户遗忘、操作困难持续扣费，严重损害消费者权益。

重庆措施

严管互联网弹窗广告

重庆市市场监管局日前发布《重庆市互联网弹窗广告发布合规指引》(以下简称《指引》)，旨在引导经营者增强守法合规意识，促进互联网广告行业健康有序发展。

针对长期以来困扰用户的“真假难辨”问题，《指引》明确提出，弹窗广告应当显著、清晰地标明“广告”字样，禁止伪装成系统通知、新闻资讯、好友消息等形式诱导用户点击。这意味着打着“系统更新”“内存不足”“账户异常”幌子的弹窗，以及“点击领100元”“红包领取”等虚假奖励提示等均被明令禁止。

《指引》特别强调，不得利用“摇一摇跳转”“滑动解锁”等诱导操作方式诱导用户点击跳转广告，从技术层面堵住了部分App“擦边球”式的广告投放路径。

弹窗广告“找不到关闭键”“点错就跳转”一直是用户投诉的重灾区。《指引》对此作出严格规定：弹窗广告必须显著标明关闭标志，确保用户能够一键关闭。具体而言，不得出现倒计时结束后才可关闭、需两次以上点击才能关闭等情形；不得利用大众普遍认知的传统叉号图标充当虚假关闭标识，也不得以不可清晰辨识、提高关闭操作难度等方式为关闭广告设置障碍。

《指引》还明确了弹窗广告的“边界”——不得遮挡、覆盖互联网页面的核心信息或关键操作区域，例如支付、登录、确认等按钮。此外，禁止利用强制跳转、后台关联启动、屏蔽原页面控件等技术手段，阻碍或限制用户关闭广告及正常使用网络。

针对近年来频发的“扫码缴费误勾选”纠纷，《指引》特别指出，弹窗广告中不得使用与当前扫码缴费业务模糊关联的文字，刻意隐藏关闭按钮、突出展示勾选控件，诱导消费者误将附加勾选当作办理当前业务的必要流程，从而造成无故扣费。

三招维护自身权益

广大消费者也要提高警惕，主动维护自身权益：

- 1.接到陌生营销电话不轻信“福利”，不随意确认陌生业务；
- 2.扫码支付时留意页面勾选内容，及时取消不明绑定；
- 3.定期核对话费、支付账单，发现异常扣费留存截图、通话记录等证据，及时通过正规渠道投诉举报。

