

简化付款流程的同时,不少网络平台暗藏“套路”消费者的手段 免密支付虽“丝滑” 谨防便捷变“踩坑”

当前,我国网购用户已超9亿人,越来越便捷的支付方式让网络消费体验更加“丝滑”。但免密支付、自动续费等方式在简化付款流程的同时,也成为一些平台“套路”消费者的手段,暗藏诱导消费陷阱。如何避免支付“便捷”变“踩坑”?怎样才能织牢消费者权益保护网?记者就此展开了调查。



新华社发 王鹏作

免密支付“被消费”

近期,消费者李女士在查看支付宝收支明细时,发现一笔来源不明的自动扣款,与客服沟通后得知,是因为点击了某购物平台上的抽奖链接,跳转至第三方支付平台后被自动扣款。未购买任何服务却因免密支付“被消费”,李女士气不过,投诉到中消协,追回了扣款。

李女士的遭遇不是个案。5月,中国消费者协会发布了《2024年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析》,免密支付、自动扣款已成为诱导消费的主要元凶。一些网络保险销售广告以低价或免费为诱饵,诱导消费者购买或体验后连续自动扣款;有的短视频平台推送离奇浮夸的“微短剧”,以极低价格诱导观众观看并默认开通免密支付,自动播放下一集并按集扣费。

截至5月末,在网络投诉平台“黑猫投诉”的案例中,有近5万条投诉中包含搜索词“免密支付”,涉及众多网络平台和应用程序。大量投诉反映,用户在不知情或未经同意的情况下被“私自”开通免密支付,也有用户在不知情时被免密扣款、盗刷。

江苏省消费维权公益律师团成员、北京市盈科(南京)律师事务所律师孙韬认为,免密支付的设计初衷是为了提升用户体验,减少支付过程中的繁琐操作。然而,不少消费者在毫不知情的情况下“被免密”,甚至因此遭受经济损失。

平台“挖坑”手段花样百出

为推广免密支付、自动续费,不少网站和商家花样百出,消费者要留心这些套路,避免“踩坑”。

警惕默认勾选开通,以防扣款“悄无声息”——

“不查不知道,一查吓一跳。”魏先生最近查了一下支付宝,意外发现自己居然与打车平台、共享单车租车平台、停车服务平台、电商平台等十多家机构,签约了免密支付或自动扣款的服务。

专家提醒,一些网站或应用在支付页面,常常自动勾选开通免密支付选项,并用“0元下单”“极速付款”等模糊表述误导客户,而相关免密支付提示字体小、颜色浅,用户稍不留神就会“被同意”。

小心“价格刺客”,远离首月低价、次月高价——

免密支付通常和自动续费绑定开通,支付渠道可不验证会员账户密码,支付密

码、短信校验等信息,从用户绑定的账户中直接扣划下一个周期的费用。

记者在“黑猫投诉”平台的留言中发现,有网友用0.88元购买了某音乐类App首月会员,并默认自动续费,次月被自动扣款时才发觉会员价格变成每月15元。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,相较于显眼的首月开通价格,自动续费说明和次月价格往往不明显,稍不注意极有可能忽视。不少消费者次月按高价自动扣费时,才发现价格相差较大。

切记逐个端口关闭,解除免密支付莫嫌烦——

与简单几步便开通相比,免密支付的解约相对复杂。个别平台或应用中,消费者要想取消免密支付,还会被以询问关闭理由、承诺持续改进等一再“挽留”,自动续费更是一键开通、N键取消。

北京的庄女士告诉记者,她曾开通某网盘包月会员,并立刻通过App关闭了自动续费,可次月仍收到了扣费消息。联系客服后得知,除了在App上取消续费,如果通过苹果订阅渠道开通的,还需要在苹果账号中退订;如果通过支付宝或微信购买,则要到相应App中进行取消操作。

看好钱袋子,还需睁大眼

“是否使用免密支付、自动续费的决定权在消费者,默认或诱导开通、设置小字条款等行为,侵害了消费者知情权、自主选择权、公平交易权等。”刘俊海说,将于7月1日开始实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》,重点细化了经营者义务,对自动续费等新领域新问题作出了专门的规定,也有助于引导经营者合法合规提供免密支付服务。

根据条例,经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。

市场监管总局副局长柳军近日表示,将会同相关部门,针对网络消费可能会不断出现的新情况、新问题,持续优化网络消费环境,更好地维护广大网络消费者的合法权益。

消费者提高警惕和加强自我保护也很重要。专家表示,目前支持免密支付的网站可设定单笔支付限额,银行和第三方支付机构也能设置单笔、单日免密支付限额,消费者可根据自身情况设置额度。

刘俊海说,消费者要仔细阅读相关服务条款、定期检查账户交易记录等,看好自己的钱袋子。

据新华社

“在家里大人不知道的情况下,孩子拿大人手机充值玩游戏,跟网游公司多次沟通,他们不愿意退钱。”随着网游市场规模的扩大,这些涉及未成年人网游退费的争议时有发生。近日,中国互联网协会发布《未成年人网络游戏服务消费管理要求(征求意见稿)》团体标准(以下简称“团标”)。这是国内首个针对未成年人游戏退费的团体标准,上述争议解决或有章可循。有专家指出,这可一定程度上减少各方在协商过程中的争议,有利于切实保护未成年人的合法权益。

争议点:“三七”担责

记者注意到,此次“团标”提出一个市场上长久以来备受争议的问题:监护人帮助未成年人绕过防沉迷限制,就相关充值消费,该如何退费?

“团标”对此指出,网络游戏服务提供者应根据相关消费过程中防沉迷措施的有效性等情况承担对应责任,建议一般责任比例为30%-70%,存在特殊情形可在此基础上相应调整,监护人承担剩余责任。

在黑猫投诉平台上,有大量相关投诉显示,都是孩子在大人不知情的情况下,产生的网游充值消费,然后遭遇退款难的问题。

帮助未成年人绕过防沉迷限制都有哪些情形呢?“团标”指出,监护人提供本人或其他成年人的身份信息用于实名认证,提供已完成实名认证的本人或其他成年人的账号、帮助未成年人通过人脸识别等身份核验机制等。

广东财经大学法学院教授姚志伟对记者表示,在退费时考虑网络游戏服务提供者和家长过错是很合理的,可以避免把义务和责任全部配置给一方所产生的道德风险,近期的司法判决也是这样的趋势。

一个游戏每月最多充400元

除了针对市场上的争议点,“团标”对一些未成年人玩游戏及消费问题也作了界定。例如,网络

未成年游戏退费纠纷,『三七』比例担责可行吗

专家表示,这可一定程度上减少各方在协商过程中的争议

游戏服务提供者不应向未成年人提供与其民事行为能力不符的付费产品和服务,且不应向未满8周岁的用户提供付费服务。

针对8周岁以上未满16周岁的用户,“团标”指出,同一网络游戏服务提供者所提供的游戏付费服务,单次充值金额不得超过50元,每月充值金额累计不得超过200元。针对16周岁以上未满18周岁的用户,在上述情况下,每月充值金额累计不得超过400元。

“团标”指出,针对消费者的充值及消费等信息记录,网络游戏服务提供者应保存不少于180天。对未成年人充值及消费,网络游戏服务提供者宜提供查询途径。

“团标”还指出,为及时响应未成年人和监护人的需求,网络游戏服务提供者应设立未成年人服务专线等未成年人投诉和退费申请处置专用服务渠道。

退费纠纷有望走上规范路径

据中国音数协游戏工委最新的数据显示,今年4月份,中国游戏市场收入224.32亿元。

2023年12月份发布的《2023中国游戏产业未成年人保护进展报告》显示,在未成年用户游戏退款环节,有七成以上申请得到响应,其中38.42%得到全额退款,29.38%因难以提供有效证据而退款失败。

姚志伟认为,此次“团标”使企业在面对退费纠纷时有章可循,处理更为规范化、合理化,有利于切实保护未成年人的合法权益,为未成年人及家长主张权益提供了规范路径。

姚志伟还表示,处理流程的规范化、统一化,也有助于纠纷各方对纠纷处置结果具备一定预期,能够减少各方在协商过程中的争议,从而消弭分歧,形成诉源治理的良好效果。

不过有孩子家长接受中新财经采访时认为,如果家长有监管不到位的情况,可以接受部分退还;但如果如果有证据显示,游戏服务提供者诱导未成年人消费,那么游戏厂商应该全部退回。

据中新网

农超优选

青岛前寨有机韭菜

口感鲜嫩 韭香四溢
绿色安全 无药物残留

500g

¥31.9

qilu 齐鲁农业