

“交个停车费，顺带被办了个套餐”



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，却又四处碰壁、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。

一通电话一次扫码，不知不觉就“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。”半月谈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。

市民王先生向半月谈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。”

半月谈记者采访发现，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。“交个停车费，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。

开通容易退订难，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。

半月谈记者实测一些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半月谈记者，

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。

退订流程繁琐，人为设置多重关卡更是常态。半月谈记者在体验运营商业务退订时发现，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、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。

多方联手出硬招，隐形扣费无处藏

莫名续费、退订受阻乱象频发，背后是部分企业唯利是图、漠视消费者权益，也暴露出监管存在短板、群众维权成本偏高。

北京金诚同达(西安)律师事务所合伙人张晗冰认为，电信等领域诱导开通便捷、解约繁琐的自动续费及增值服务，已涉嫌违反消费者权益保护法第九条消费者自主选择权、第十条公平交易权等；同时涉嫌违反民法典第四百九十七条，不合理加重消费者责任、限制消费者解约权利。经营者应依法提供便捷解约渠道，不得设置任何不合理解约障碍。

陕西省社会科学院助理研究员谈润卿认为，消费公平是市场底线，盈利行为不可逾越法治边界与公平原则。唯有监管持续亮剑、企业诚信经营、群众主动防范，才能彻底斩断莫名续费的层层套路，让每一笔消费明明白白，营造更加安心、透明的消费环境。

受访人士建议，市场监管、工信等部门细化自动续费、套餐办理相关规范，明确要求平台做到开通与退订同

等醒目，扣费标准、续费规则、退订方式必须显著标注，严禁使用模糊小字；坚决整治电话诱导办理、场景捆绑消费、默认勾选续费等违规行为，所有业务必须获得用户明确自愿确认；依托12315等投诉渠道，快速处置群众诉求，对违规扣费、设置退订障碍的企业依法从严处罚，提高违法成本，形成长效震慑。

各类平台与商家要主动自查自纠，摒弃套路经营。通信运营商、互联网平台应及时清理各类隐蔽扣费项目，简化退订流程，做到扣费提醒、规则公开透明；规范电话营销和线下推广行为，如实告知业务详情与收费标准，杜绝隐瞒诱导、捆绑办理，把消费选择权真正还给用户。

广大消费者也要提高警惕，主动维护自身权益。接到陌生营销电话不轻信“福利”，不随意确认陌生业务；扫码支付时留意页面勾选内容，及时取消不明绑定；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。

自动续费、默认勾选、隐藏取消入口都是精心的设计

花17.99元购买7天试用，到期却被自动扣费466元……在某第三方投诉平台上，自动续费相关投诉近年来一路攀升，仅去年就有近7万条。投诉内容高度集中：扣费前未收到有效提醒、取消入口藏太深、客服只会重复“概不退换”。有消费者被某视频平台连续扣费近两年，而其早在第一次使用后就已卸载该应用；更有消费者换了手机号仍被继续扣款。有的平台注销非常复杂，甚至需要联系多个运营主体，通过人工客服才能完成。从“挑服务入驻”到“求平台放行”，折射的不仅是一些平台退出机制的扭曲，更是对消费者选择权的剥夺。

自动续费、默认勾选、隐藏取消入口都是精心的设计。当有人忘记取消时，平台便可收获稳定的“沉默收入”。有调查显示，多数用户曾因取消流程太复杂而放弃取消。这背后的逻辑是，用户即便对服务不满，也可能因注销过程繁琐而放弃取消，被迫继续付费。当注销难度远超注册，“门难出”就能产生真金白银的收益。

今年4月10日起施行的《互联网平台价格行为规则》明确：采取自动续费、自动扣款方式收费的，每次扣款应当提前将扣款时间、金额、取消

途径以显著方式提醒并通知消费者，允许消费者随时取消自动续期、自动扣款。收费标准发生变化的，应当一并通知消费者。最高法3月15日发布消费者权益保护典型案例，在“鲁某诉某客栈服务合同纠纷案”中，人民法院认定“预订成功30分钟后不可取消、取消需扣除全额预付款”合同条款不合理加重消费者责任，并综合考量某客栈实际损失、合同履行情况、退订是否影响二次销售、当事人过错等因素，合理确定退费金额，公平保护消费者权益和经营者利益。

新规是利器，但治理中的“猫鼠游戏”仍然存在。消费者需要的不仅是有法可依，更是“公平”二字在操作层面的精准回应。只有当每一次扣费、每一步操作都真正把消费者的意愿放在前面，法律的善意才能穿越界面和菜单的层层跳转，抵达每一个真实的使用场景。

数字友好型社会不应让消费者“时刻警惕”自己的钱袋子。有机构发布的报告指出，价格信任问题已成为制约平台消费增长的重要因素，每年因消费者不信任导致的交易损失超2000亿元。维护数字消费时代的信任根基，让“出门”和“进门”一样简单，应该是平台对消费者彰显诚意的底线。

据新华社

收费