内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

刷短剧弹出小额付费弹窗，点一下就自动续费？不少老人已踩坑

短剧眼下已经成了不少朋友的“电子榨菜”，通勤路上、睡前片刻，随时都能刷上两集。可您有没有留意过，手机中的账单里会不会多出几笔说不清的小额扣款？点一个弹窗、输一次密码，原本以为只是几块钱的体验，之后却可能变成持续不断的自动续费。而这对于不熟悉支付设置和取消方法的老年用户来说，往往更难及时察觉。小额体验为何会变成长期支出，又是怎样让老年人防不胜防？

近日，肖先生在帮父亲核对账单时发现千元异常扣款。追根溯源，问题出在一个“免费看七天”的推广弹窗上：老人刷短剧时点开了页面提示的6元优惠，以为只是一次性的小额付费，实际上却是某短剧平台周卡的自动续费。此后的40周，每周29元的扣款从未中断。

肖先生：我爸说，后面是自动续费，这一点他根本没注意到。每周都自动扣款，没有收到任何提示信息。

麦女士则反映，家中老人观看短剧时点击诱导弹窗，开通会员一次性支付了近400元，随后找不到平台入口，也没有享受到会员权益。

麦女士：老人家看短剧的时候弹出来，他就点进去了。看完一集有时候会跳广告，不知道怎么的，输了密码就扣了钱。也不知道是哪里的会员，根本找不到入口。人工服务都找不到人。

类似情况在年轻用户中同样存在。23岁的黄先生续费某短剧平台周卡两个多月，不主动翻看根本无从察觉。联系客服后，16笔扣款退回了12笔，仍有4笔不支持退款。

黄先生：当时根本没看见有什么自动续费提示，它只出来一个付款链接。而且它不是按一部来卖的，我开的是6块钱5天会员，谁知道后面就变成了29块钱一周。这个我都忘了，点进去一看才知道已经扣了这么多。后来找客服，总共16笔，现在退了12笔回来，还有4笔退不了。客服跟我说有几部是我看过的，但我记得我一直都没看过。

用户开通的往往不是单部短剧的一次性购买，而是短周期会员叠加自动续费。那么，为什么当前短剧市场普遍采用周卡的收费模式？有业内人士表示，一次性买断在短剧行业非常少见。行业早期尝试过月卡和周卡，并通过流量AB实验，以投资回报率为指标筛选模式，实验下来效果最好的是5天、7天这类短周期卡。

业内人士：短剧主要是看一部的爽剧，7天短周期单价会看起来更低，把钩子给用户，更容易产生点击付费行为。有些中老年人不知道如何取消自动续费，由此也会产生一部分收益。公司会做权衡评估，可以承担一定比例的客诉和差评，以换取更高的营收。如果用户因为自动续费找客服投诉，大多数情况下会直接退费。

社交平台上，有消费者发帖称“同一个短剧App，给你和妈妈是两个价格”。针对不同账号的不同价格，记者用iOS系统与安卓系统两部手机，分别下载了黄先生开通会员的这款应用：iOS系统中，开通会员的价格没有提供包周套餐，连续包月为29元，连续包季49元，连续包年199元；持续使用半天后，更新的会员套餐变为连续包周首次3元、次月包周29元，连续包月39元，包季69元，包年299元。随着使用频率提高，除首周3元优惠外，其他整体价格均上调三成至五成。而安卓系统首次登录便直接显示“连续包周首周6元”的体验价，其他价格与iOS上调后完全一致。同一平台、不同账号出现不同套餐和价格，平台客服承认确有差异。

业内人士表示，定价与商业化变现策略有关。测试阶段，平台将不同价格随机或有策略地给到不同人群，观察哪种策略能维持整体收益最高，再通过数据统计、分析和迭代固定下来。除了手机系统、机型价值，确实还会针对不同年龄区间等维度做差异策略。

业内人士：比如在试验的时候，会是10块钱、14块钱、29块钱、39块钱，长期观察哪种策略能够维持整体收益最高。一方面会对不同设备，安卓和iOS是不同的包；安卓机里面可能会根据机型价值，也有不同策略。还会使用一些第三方平台，它的分类大概率是一个年龄区间，会员价格会不同。

也就是说，平台不仅在匹配内容，也在匹配“用户愿意支付多少”。近年来，短剧用户规模不断扩大和产业销售额快速提高，消费呈现广泛、小额、高频的特点。中国互联网协会法工委副秘书长胡钢分析了这类消费的维权难点。

胡钢：相关经营者往往通过主体隐秘或者多层主体嵌套等方式抬高维权门槛。很多消费者认为金额低懒得交涉，或者退订路径复杂、维权成本过高、维权能力不足。经营者还可能换马甲或下架了事，消费者难以定位责任主体。网络证据又容易篡改、易流失。这些障碍叠加，进一步压缩了老年消费者的维权空间。

此前，有消费者投诉称，付款链路过于通畅：从引流平台到短剧平台再到支付界面，还没看到会员协议与自动续费规则提示，便已成功支付。业内人士直言，提高转化效率的关键就是缩短链路，确保用户“付得了钱”。

业内人士：小程序是最快的转化方式，它比App链路更短。链路更加丝滑，一定可以很大程度提高转化率。而且上线任何一个功能时，一定会测试整个链路是否通畅，来保证用户确实能够付得了钱。如果付费链路上有一个bug，那是非常大的损失。

记者注意到，被投诉的短剧平台在开通会员的付款环节已经不再默认勾选，而是弹出支付提醒，提示用户查看《会员服务协议》《自动续费协议》《隐私协议》等协议文本；在跳转至付款界面完成支付前，还会对包月规则作出说明。

当前，我国对自动续费的提醒义务已有明确规定。《中华人民共和国消费者权益保护法》明确了消费者的知情权和选择权；国务院制定的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》要求应当以显著方式提请消费者注意；市场监管总局制定的《网络交易监督管理办法》更明确：涉及自动续费的，要在扣款前以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；同时，还应提供显著、简便的随时取消或变更选项。胡钢表示，“显著”不是平台自说自话，而是字体要足够大、颜色要足够清晰，达到足以引起消费者重视的效果，才能达到法律所规定的“显著”。

在消费者维权过程中，客服以“超出处理期限”或者“用户已实际观看、使用了会员权益”为由拒绝退款，这样的说法站得住脚吗？

胡钢：经营者如果单方面以格式条款约定“超时限不退”，在法律上就属于格式条款。格式条款的核心要义是两点，实体上应当公平合理，程序上应当尽到显著提示和有效说明义务。“超时限不退”很可能属于不合理加重消费者责任的霸王条款。再说“已经看了”——因为自动扣款的前提是双方自动续约，而这个自动续约本身，如果经营者没有尽到显著提示、有效说明，条款又不公平合理，那这个自动续费合同就是不成立或者无效的，后续也就不能产生经营者的索偿权。

一旦发现被莫名扣款，消费者究竟该怎么维权？胡钢提示，消费者可以固定扣款记录和页面截图，向12315投诉，也可以通过支付渠道申请争议交易处理。后续可请求消协调解，或通过法院、仲裁机构解决争议。

胡钢：我们期待未来进一步加强消费者保护组织依法提起的公益诉讼这种维权模式，以便快速一揽子解决涉及众多消费者，特别是老年消费者的低额高频的短剧消费纠纷。

（据中央广播电视总台中国之声）