『低价』充值话费陷阱

互联网低价充值套路多

高额优惠背后暗藏消费"陷阱"



资料图片

低价充值诱惑力十足

"我以为自己得了低价充值话费的奖励,没想到充值后话费没拿到,给了一堆券,还得另外下载软件,支付的 29.9 元等于打了水漂!"杭州一名消费者胡女士说。

胡女士反映的问题,正是当前各界关注的"互联网充值返券"消费投诉。胡女士说,在一丰巢快递柜取快递,扫完二维码打开柜子后,手机端自动跳转了100元话费优惠券包界面。当点击"立即领取"后,跳转的界面显示"您的7000会员积分即将过期,积分可抵扣70元""仅需29.9元就可以领取100元"。

"这 100 元事实上是券包,我 必须要向下拉动到第二页的界面才 能看到详情解释。这个商家活动的

记者调查发现,因为"低价充

多个调查场景显示,有的"低价充值话费券"广告会把"券"字

值话费"处处挖坑、套路满满,消

故意"藏"起来,通过隐藏详情页、缩小"券"的字体大小,让消

费者误以为是低价充话费。记者做

了一组计算,如果需要消耗 20 张 "满 100 减 5 元"话费券,需充值

2000元,并且还自费了近30元购

买 100 元话费满减券,实际单次优

惠只有 3.5 元, 更有软件通过设置

费者维权更是难上加难。

解释方是上海某传播有限公司。" 胡女士说。记者联系了该公司留下的客户电话,客服回复称,话费券并非直接充值话费,话费券单次充值 100 元抵扣 5 元,一共 20 张,等值金额 100 元。若已经使用 App 会员权益则不支持退款。

不仅仅是取快递,从黑猫投诉等平台反馈发现,一些视频、游戏等软件也植入了大量此类广告。由此,记者进入某视频平台发现,在所观看的视频下方有非常显眼的"两张体验卡可抽取"字眼,点击之后可进行抽奖。抽奖结果显示"领取100元话费券包""100元,会员价29.9元",输入手机号即可领取。

记者输入手机号支付成功后,

收到一条包含链接的短信,链接提示用户需下载松鼠果果 App。记者下载且登录之后,在 App 券包里看到数十张话费五元满减优惠券,提示"每月可任选 1 张优惠券使用,优惠券有效期 1 年,过期自动失效"。也就是说,并非 29.9 元能够直接充值 100 元话费,而是 29.9 元购买到一堆 100 减 5 元的"全网通用"话费优惠券,且一次只能使用一张。

针对这一情况记者采访了相关通信公司。广东电信表示,按照中国电信集团公司规定,电信直接提供的线上充值最高折扣 9.95 折,广东电信线上直充没有折扣,也没有通过合作方向客户提供线上充值服务。其他运营商也表示没有直接

参与此类线上充值优惠。业内人士 表示,有的公司会和运营商合作, 自费掏钱购买一些充值优惠服务以 吸引顾客,但使用场景、使用期限 等,解释权在公司本身。

目前,已有地方监管机构介人 这一消费投诉。近期,四川省自贡 市市场监管局组织召开自贡市"互 联网充值返券"消费投诉信息公示 行政约谈会,约谈了 18 家涉及 "互联网充值返券"消费投诉的经 营者

数据显示,2022年6月至2023年2月中旬,自贡市市场监管系统处理涉及"互联网充值返券"消费投诉举报近千件,涉及18家公司,此类消费投诉在短时间内集中爆发,数量呈上升趋势。

消费者维权不容易

有效期来减少实际优惠。

有的"低价充值话费"广告变相为返利软件引流。记者根据黑猫投诉提及的投诉线索,在应用商店中对多个提供话费券的App进行查找发现,其简介内容均涉及"省钱""优惠券""返利"等内容。记者调查发现,上述App的功能大致分为两个板块,一是各大影视平台会员折扣权益,另一板块是淘宝、外卖优惠券权益。所谓的淘宝、外卖优惠券权益,则是通过链接跳转,将用户引导至淘宝、饿了么等平台。

奇安信行业安全研究中心主任 裴智勇说,这种充话费广告利用技术手段,以插件方式寄生在一些平台网页或 App 旁边的插栏、支付结果页、跳转页面等位置,甚至是在劫持系统后以垃圾广告形式出现。

还有部分 App 为赚快钱变相 收取会员费。记者调查发现,松鼠 果果、小熊快省等 App 都无法在 应用商城中下载,只能通过点击短 信中的链接在浏览器下载。消费者 花费 29.9 元实际上所支付的是 App 的"一次性会员费",广州消 费者刘女士表示,一些 App 在收取"一次性会员费"之后再也打不开了,有的则换了个名称变成其他购物返利软件。由于 29.9 元与维权的成本相比微不足道,消费者往往会自认倒霉。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,对老年人来说,这种广告的诱惑性和"杀伤力"不小,也容易引发一些误操作导致老年人被骗;此类 App还可能在下载过程中插入一些工具包,进而非法获取用户个人信息。

须加强审核监管

受访专家认为,一方面诱导充值行为涉嫌以虚假或引人误解的内容欺骗、误导消费者,涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权,应该依法受到相应处罚;另一方面,各类平台提供的第三方链接、二维码明显违反《互联网弹窗信息推送服务管理规定》,应加强对此类广告的审核,保护消费者权益。

"在网上看到这种广告,根本 不知道这个 App 是哪个地方的公 司,只有进入支付页面甚至支付成功才知道收款方是谁。而要投诉至外省某一地的市场监管部门,对普通消费者来说太难了。"广州消费者王女士说。

陈音江表示,出现消费纠纷时,根据消费者权益保护法第五十五条规定,消费者可以要求价款三倍赔偿。具体到本文提及的案例,充值平台涉嫌欺诈,应当返还充值款 29.9 元,并赔偿 500 元。

北京市东元 (深圳) 律师事务 所律师邓永认为,此类广告门槛 低、获利快,且存在监管盲区。 "平台不能只顾商家投放的'广告 费'而不顾消费者的权益,应该切 实履行监管责任。如果平台审查不 严,造成消费者损失的,应当承担 与其过错相适应的民事赔偿责任。"

针对互联网上此类"牛皮癣" 广告,受访专家建议,从监管治理 层面,应将其纳入日常监管范畴, 并通过舆情监测、消费者投诉等渠 道发现执法线索。一旦查实存在违 法违规或损害消费者权益行为,要 依法予以严厉查处,让其承担违法 后果。

此外,邓永表示,消费者也要 增强自我保护意识,不轻信类似大 幅度优惠的充值广告,尽量通过正 规平台正规商家充值,遇到侵权问 题要及时保留好相关证据,依法维 权,不让不良商家抱有侥幸心理。

消费者利益无 小事, 面对消费者 受骗上当、利益受 损之现状, 市场监 管部门理应有所作 为, 及时回应; 为 市场监管部门 及时发出警示,提 醒其他消费者从中 汲取教训. 别再重 蹈覆辙, 别再受骗 上当, 本无可厚 非。第一时间发出 警示,看起来收到 了一定的功效, 但 实则并无多大现实 意义,既不能从根 本上遏制此"骗 术". 又难以挽回 消费者之损失。

现实中,人们 视骗子为"过根之 老鼠",对其恨之 老骨,有关部门也采取了多形式进行了整治;不可严重治;然和屡禁治于,如果然和 大部的究其原因,虽貌公众之,明明",抓住了社会不术、"高明",抓住当力度整治力度关系。

騙子行騙,不仅令众消费者的经济利益受到了损失,侵犯了他人合法财产权,触及了了法律红线,助长了"不劳而获"的不良风气,更对诚信社会的构建,带来了巨大的伤害,削弱了群众的获得感与幸福感。

对此,有关部门理当冷静 反思,痛定思痛,深入查找背 后的原因,在及时警示的基 础,切实改进工作方法,坚持 跳,就打,打赢"反骗"持久

首先,要继续深入宣讲,帮助全民增强防骗能力。避免受骗上当,关键在群众。相关部门、媒体等要抓住这个关键点,多措并举,引领人们自发。 告别"贪图小利"的毛病,认清"骗术"的本来面目,不断增强防骗意识。

其次,要依法加大打击力度。现实中各色骗术之所以屡禁不绝,究其原因,还是在于违法空间大,犯罪成本低。为此,有关部门,要加大惩罚力度,让骗子付出沉重的代价,让其不敢再"行骗"。

此外,相关部门还要不断 更新观念与手段,及时掌握相 关知识,与时俱进,不断提高 办案能力,遵循网络等规律, 或勒令相关"软件"下架,或 追究相关网站平台的责任,让 其为"监管不力"承担责任, 从而筑牢反诈防线。

(来源:经济参考报、科技生活快报)