

缴费前需经历注册会员、关注公众号、绑定手机号等繁琐过程 有些还要被迫看广告

停车自助缴费“套路”怎么破？

随着智能化移动应用和电子支付的推广普及，许多商场和酒店停车场都在推行扫二维码自助缴纳停车费，自助扫码、提前缴费等多种缴费方式，既满足了民众不同的支付要求，又节省了大量人力。然而，自助扫码缴费初衷是好，实际情况却并不理想。记者了解到，不少网友吐槽，自己在扫码缴纳停车费时体验感不佳，明明输入车牌号就可以付钱的小程序，却要关注公众号、注册会员、绑定手机号等，一系列繁琐流程走下来不仅耗时，还要跟页面中随时弹出的广告和“优惠活动”斗智斗勇。

套路一

停车容易缴费难 过程繁琐引反感

前段时间，家住重庆的杨女士向北青报记者表示，自己曾在重庆恒大中渝广场地下车库停车时发现，该缴费平台不仅需要微信授权注册会员，还要手机号码短信验证，“只是交个停车费，停车场却非要找来一些莫名其妙的App过度收集个人信息，”杨女士表示自己对此类行为十分反感，但这类情况在全国并不少见。

近日还有消费者投诉，自己通过蜂助手扫码支付出场停车费时，由于操作不熟练，在该平台诱导下注册了会员并绑定会员和扣款渠道，不仅需要支付会员费后才能支付停车费，后续还要连续每月扣缴其14.8元会员费。

套路二

弹窗广告躲不掉 点击或被莫名消费

当前很多停车场都在与第三方互联网公司合作，例如“停简单”在交停车费过程中会弹出“领取停车福利”、“开通会员享多重权益”、“凭手机号免费领取100万意外保障”等广告内容。因此，即使消费者能够熟练操作整个停车缴费功能，仍然有可能在无孔不入的弹窗广告和优惠活动的诱惑中败下阵来。

据北青报记者调查，当前市面上很多停车缴费系统都需要通过关注商场二维码或强制观看一段广告才能进入缴费平台。市民吴先生向北青报记者反映，自己在使用PP停车小程序，多次扫码缴费时均有弹窗广告干扰，且弹窗页面叠加，由于后车不断催促，自己在匆忙点击确认缴费后，出现了已成功注册沃音乐会员提示。吴先生认为该小程序存在强制观看广告、欺诈消费的行为。

套路三

“优惠福利”有陷阱 绑定账号丢积分

近日，某平台上出现了大量关于“畅由平台”的投诉，一位网友称自己在上个月的30日下午在广州高铁站的停车场微信扫码付停车费时，突然跳出畅由平台移动积分抵扣停车费活动，该活动声称可立减6元。于是，这位先生按照步骤一步步进行，并根据提示收取手机验证码使用移动积分兑换停车券，页面显示微信支付可抵扣17元。但兑换成功出场付费时，却并没有任何抵扣，询问停车场工作人员才得知，并无该优惠可使用，并且已有多人上当受骗。

还有消费者表示，自己在停车场扫码缴费时，突然跳出减免停车费5元，点进去后让绑定移动账号，“由于后面有人排队，我就匆忙输入验证码，点击完成。后面发现移动信息被扣减移动积分7440分。畅由平台以这种钓鱼方式骗取积分，交易过程未对5元停车券需要付出移动积分做任何说明，且5元停车券与75元的移动积分价值完全不对等。”目前，该消费者已经通过向有关部门举报，要求该平台退还积分，取消交易。

套路四

人工停车场不支持现金支付

线上小程序套路满满，线下有不少停车场不再支持现金支付。3月19日，浙江杭州的沈先生发视频称，自己在停车场缴费时，因手机电量不足想节约电量导航，于是想用车里的3元硬币支付，谁知却被工作人员拒绝。对方表示，不收现金是领导规定的。但由于后面很多车按喇叭催促，无奈最终扫码出去了。

有人工岗亭尚且如此，无人值守的地下停车场就显得更加不便。一些老年人或对智能手机功能操作不熟悉的用户由于不会扫码缴停车费，一时又找不到其他途径，往往在这些复杂的流程中耗费了大量时间，导致有些车辆拥堵在停车场出口。

分析

专家：种种“套路”涉嫌侵犯消费者自主选择权

针对消费者频频吐槽的停车场扫码缴费中繁琐复杂的操作流程，中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，《中华人民共和国人民币管理条例》的第三条规定，中华人民共和国的法定货币是人民币，以人民币支付中华人民共和国境内的一切公共的和私人的债务，任何单位和个人不得拒收。因此停车场要求只能使

用电子支付缴纳停车费，甚至强制要求关注公众号或授权手机号，这一行为显然是不合理也是不合法的。

商场可以向消费者推荐自己的公众号，但前提是消费者要自愿选择是否关注，在授权头像、微信账号等相关个人信息时需要经过本人同意，而不是通过强制或者变相强制的手段来获得用户关注。

很多地方都在推行无人值守地下停车场，尽管通过自助缴费功能节约了大量人力，拓展了电子支付新场景，在一定程度上适应了大多数民众的日常使用，但强制关注公众号、注册会员或是虚假广告投放等行为很容易损害到消费者的正当权益。

在谈到类似缴费软件内置的“流氓”链接和频繁弹窗的弹窗广告等问题时，陈音江表示，近日市场监管总局修订发布了《互联网广告管理办法》，《办法》规定，以弹出等形式发布互联网广告，广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。因此，强制消费者观看到计时结束的广告才能进入缴费页面，或者没有关闭标志、关注标志不清晰等情况都违反了法律规定。

此外，停车缴费平台展示的广告内容应当真实合法，且停车场经营者应当对互联网广告内容负责。通过虚假广告内容来欺骗或误导消费者，涉嫌侵犯消费者的自主选择权，尤其是在消费者参与活动后并未兑现相关权益，还可能构成欺诈行为。停车场经营者委托互联网平台或广告公司做广告，使消费者的合法权益受到了损害，广告发布者、广告经营者和广告主应当依法承担连带责任。消费者在遇到类似情况时，可以向有关部门举报，积极维护自身合法权益。（记者 蔺丽爽 实习生 安其尔）

来源：北京青年报