

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

专家声音

湖南天地人律师事务所律师喻皓：
短剧消费呈现小额高频特点

从近年来的消费者投诉、监管通报和媒体实测来看，自动续费的告知不充分、取消困难、低价体验与后续高价续费之间信息展示不对称等，并非个别现象，而是短剧、网文等高频付费场景中反复出现的消费纠纷。短剧较为典型的“套路”是先利用“低价体验”等方式降低用户首次付费的心理门槛，再把后续自动续费的周期、价格和取消条件置于较小字体、折叠页面或者协议深处。

短剧平台有其特殊性：用户决策时间短；小额高频消费致使维权时核对困难；经营主体和渠道碎片化导致小程序更名或下架后取证追责更难；算法推荐与付费设计紧密结合。因此，短剧涉及内容、广告、价格、支付、算法等多个监管领域，跨部门协同和责任追溯比传统会员服务更复杂。

自动付费协议属于格式条款，平台负有提示和说明义务。其是否合法，可以重点看：消费者是否主动、清楚地选择了自动续费；后续价格和周期有没有被显著展示；每次续费前有没有收到有效提醒；取消自动续费是不是足够方便。

上述标准中，“显著提醒”是司法实践中争议较为集中的一环。所谓“显著”，不应该只理解为字号多大、用了什么颜色。法律真正关注的，是在具体使用场景下，普通消费者尽到一般注意义务以后，有没有较高概率真正看到并理解这个信息。

北京市中闻(上海)律师事务所管理合伙人吴迪：
建议消费者依法合理维权

消费者可围绕经营者未履行显著提示和提醒义务这一事实组织证据，需注意及时固定以下证据：会员开通页面的录屏或截图；支付账户中自动扣款或免密支付的签约记录；完整的扣费账单；扣费前后的短信和信息推送记录；与客服的沟通记录。

在具体维权操作上，消费者可先在支付账户中解除代扣授权、关闭免密支付，防止损失继续扩大，随后与经营者协商退款。如协商不成，可向12315平台或消费者协会投诉。涉及微短剧播出单位的，可以同时向广播电视主管部门反映。最后，消费者可采取诉讼手段，主张自动续费条款不成为合同内容，请求返还扣款并赔偿资金占用期间的利息损失。

(本报综合整理)

网友评论

◎清风自来：
警惕瞄准银发族的围猎！

◎兔子：
网络不是法外之地，警惕网络消费陷阱！

◎弈秋：
首月几块钱，次月好几十，别说老年人了，年轻人也经常被坑，开通后就忘了关。

◎舒克贝塔：
建议取消自动续费功能，简直弊大于利！大部分人只是短期用一下特惠体验，长期想用的到期再购买就行了。

◎咚咚咚：
家里老人稀里糊涂地开了自动续费，要不是我发现，他们压根不知道要扣费这件事。

◎大强：
对一些老年人而言，自动续费开通容易取消难，因为他们不会操作。

(本报综合整理)

评论

老年人也需要“数字防火墙”

■ 李卓尔

微短剧理应成为丰富老年人精神文化生活的“一桌好菜”，绝不能异化为算计老人的一桌“鸿门宴”。

近日，“老人为看短剧两年充值22万元”冲上热搜——新疆一名年近七旬的老人，2年内在多个短剧小程序累计充值4887笔，总额22.58万元。金额之巨，令人心惊。更该警惕的是，这并非老人爱看剧那么简单，而是一场瞄准银

发族的精准围猎。数据显示，短剧微信小程序用户中，51岁以上用户占比已超三成；短剧App银发用户月活规模超过4600万。付费门槛低、剧情悬念密集、更新节奏快，是这类内容吸引中老年用户的共同



(图片来源于网络)



特征。越来越多老年人拥抱数字生活，本是社会进步的生动写照，可在一些平台的算盘里，庞大的银发群体却成了待割的“韭菜”，被围猎的“猎物”。

表面看，是老人主动找剧看，殊不知背后也不乏算法与投流团队的主动推送、推波助澜。层层套路，大致有三：一是“小额弱痛感”，39.9元、49.9元、69.9元，单看都不算贵，积少成多，一年半载便滚成巨额数目。痛点被切小，警惕便难长。二是“换马甲”。剧场名称频繁更换，几十上百个小程序轮番推送，一套人马注册诸多名头，消费主体被绕晕，老人记不清钱究竟给了谁。三是“算法围猎”。完成首次付费的用户，被打上“高价值”“高转化”标签，在投放系统里被反复竞价、持续触达，同类剧情一集集推来，情绪被拿捏得死死的。

从“愿者上钩”到“精准猎杀”，这不是巧遇，更是商业利益驱动下的定向推送。更令人揪心的是维权之难——小额高频、“马甲”林立，举证如同大海捞针，普通人往往只能自认倒霉。这场围猎之所以屡屡得手，与流量至上、逐利主义的错误经营导向不无关系。一些经营者把老年人的情感空虚当作商机，把老年人的辨识短板视为软肋，将

适老异化为“坑老”。

与此同时，部分平台主体责任虚化：内容审核把关宽松，收费规则语焉不详，默认勾选大行其道，退款通道却层层设障。违法成本低、维权成本高的鲜明反差，客观上纵容了铤而走险，助长了“割一拨就跑”的投机心态。

老年人上网，不应成为“猎物”。未成年人有“青少年模式”护航，老年人同样需要一道防沉迷、防诱导的“数字防火墙”。消费者权益保护法明确赋予消费者知情权、自主选择权和公平交易权，明码标价、如实告知是经营者不可推卸的法定义务。今年9月1日起施行的《微短剧发展管理办法》利剑出鞘，明确规定微短剧播出单位不得使用诱导用户沉迷、过度消费的算法模型，应明确告知收费相关信息，依法保护消费者合法权益。制度的“牙齿”已经长出，关键在于咬合落地。

微短剧理应成为丰富老年人精神文化生活的“一桌好菜”，绝不能异化为算计老人的一桌“鸿门宴”。唯有让规则长出牙齿，让平台扛起责任，让商家守住诚信，才能拆掉围猎老人的这张网，让银发族的晚年安稳而有底气。

(来源：《人民日报》)



(图片来源于网络)