

1 | 米 | 的 | 距 | 离 |

停车场扫码缴费营销套路多:弹窗广告、诱导续费、过度收集信息 “立减”变“吸金” 为省5元得办29.9元会员



奥城停车场扫码页面

本应实现“扫码即付、快速离场”的停车场无人自助扫码缴费便民服务,不少地方却变了味。近期有外地媒体报道,部分停车场在车主付款环节植入大量弹窗广告,借助优惠券等噱头设置诱导套路,不仅拉长缴费时长,还存在误导消费、暗藏自动续费陷阱等问题。天津停车场情况如何?记者近日进行了走访调查。



市民王先生反映情况截图



市民王先生反映情况截图



奥城停车场广告页面

市民吐槽 缴费页面广告层层叠加

市民王先生告诉记者,6月16日他驾车前往天津市第二人民医院就诊,准备离场扫码缴纳停车费时,原本简单的支付流程被广告“打断”,各类营销内容扎堆出现,误导性极强。

王先生说,当天他拿出手机扫描场内缴费二维码后,一个页面内出现三类商业推广内容。最上方是“拍照超好看”App的下载引流广告,下面是车辆及停车场重要的信息,占去页面不足三分之一的位,紧随其后的是“停车立减3元 立即领取”的广告信息,紧接着又出现一款付费停车券套餐,标注花费8元即可购买7天有效期权益,内含1张3元停车券、6张2元停车券。

王先生当日产生的基础停车费仅为3元,看到“立减”字样后,便按照页面提示反复勾选选项,随后还填写手机号、收取并提交验证码,页面同步弹出隐私授权协议。几番操作下来,王先生察觉优惠存在猫腻,车费用金额并没有减少,果断放弃,返回初始页面重新尝试支付。一来二去反复操作,足足浪费了十几分钟,直到系统显示车辆离场仅剩2分多钟,他才完成正常停车费缴纳。

无独有偶,本市另一位车主也遭遇了优惠券“反向加价”的套路。6月9日,他在南开区一处停车场扫码缴费,页面显示2元停车优惠券,抱着省钱的心态点击领取后,页面显示金额果然便宜了2元钱,“原本停车费是16元,页面看到14元后我没考虑太多就进行了人脸识别支付,没想到最后付款却变成18元。”车主回忆说,当他意识到不对,所谓优惠名不副实,随即发起退费申请,才成功拿回多扣除的钱款。“如果不注意的话,就很容易稀里糊涂多花钱。”

停车场缴费界面两极分化 套路陷阱五花八门

根据市民反映的情况,6月22日,记者走访奥城停车场、云河桥3号停车场、南开区缤纷购物广场西湖道店、天津市第二人民医院、百脑汇周边停车场共5处场地,发现停车缴费界面呈现明显两极分化:少数停车场保持纯净无干扰模式,车主可一键支付;而多数停车场植入各类营销入口,套路各有不同。

奥城停车场 5元立减券暗藏29.9元月度自动续费

14时22分,记者先来到奥城停车场,现场有车主正在扫码准备离场,打开页面第一眼就看到醒目的“领取5元券本次停车可用”字样。记者随后驾车扫码体验,同样弹出该优惠入口,为摸清背后规则,记者点击“确认领取”进入权益中心页面,页面提示输入手机号就能拿到5元停车券,下方还写有“领取享立减,停车可抵用”。

按照指引填写手机号、完成验证码一键登录后,跳转页面却完全偏离停车优惠范畴,直接显示“易创AI站每月自动续费”服务,仔细看服务介绍一栏小号字体标注该线上会员每月自动续费,扣费金额为每月29.9元,页面底部设置了“同意并开通”的操作按钮。记者没有进行确认操作,退出该页面后,重新扫码支付正常车费。可以看到,这类以“当场立减”为幌子的弹窗,最终目的是诱导车主开通付费会员,一旦未看清小字条款,很容易产生持续性扣费损失。

云河桥3号停车场 为数不多的“干净”缴费界面

15时33分,记者在云河桥3号停车场扫码离场,该场地的缴费页面做到了极简模式:页面仅展示车牌号码、车场名称、应缴停车费用等必要信息,没有任何第三方广告弹窗,不存在强制手机

号登录、领取权益等附加环节,记者扫描二维码即可直接付款,这也是记者走访中,唯一一处“干净”停车场地。

缤纷购物广场西湖道店 支付前需授权昵称头像

16时22分,记者抵达南开区缤纷购物广场西湖道店后,准备扫码支付停车费时,页面虽然没有推送各类停车优惠券,却设置了前置登录门槛。点击支付停车费选项后,系统立即弹出“速停车”应用的授权申请,要求获取用户微信昵称、头像权限,同时必须选择本机号码一键登录或者短信验证码登录,完成手机号授权这一步,才能继续后续付款流程。整套登录流程耗时近一分钟。

市第二人民医院 缴费后强制跳转第三方广告

针对此前王先生反映问题的天津市第二人民医院,记者在17时12分再次来到该医院。对比此前市民遇到的多广告堆叠界面,当日页面已经有所调整,不再同时出现三款营销广告,仅保留“停车优惠 省钱套餐”入口,套餐标注包含3张5折券,标价2元。记者尝试勾选该套餐时发现,原本固定的停车费用没有任何折扣优惠,反而在原应付金额基础上,额外增加了2元套餐费用。

记者放弃勾选优惠套餐,直接缴纳2元基础停车费完成支付后,页面并未正常关闭流程,而是自动跳转至了美团App广告页面。

百脑汇旁停车场 默认推送停车助手开通选项

17时49分,记者在百脑汇旁边停车场扫码出场,页面自动弹出停车助手服务推荐,称可以在车辆即将满计费整小时前推送提醒,页面并列显示“暂不开通”与“同意协议并开通”两个选项。记者手动选择暂不开通服务后,顺利完成停车费支付离场。

法律链接

《中华人民共和国个人信息保护法》第六条规定,处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。收集个人信息,应当限于实现处理目的的最小范围,不得过度收集个人信息。

《互联网广告管理办法》第十条规定,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,不得有下列情形:(一)没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告;(二)关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等,为关闭广告设置障碍;(三)关闭广告须经两次以上点击;(四)在浏览同一页面、同一文档过程中,关闭后继续弹出广告,影响用户正常使用网络;(五)其他影响一键关闭的行为。

第十一条规定,不得以下列方式欺骗、诱导用户点击、浏览广告:(一)虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示;(二)虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志;(三)虚假的奖励承诺;(四)其他欺骗、诱导用户点击、浏览广告的方式。

文/摄 记者 信华

期待与您互动

一米 的距离 天津 和平

您有什么想说的,欢迎扫描二维码,与我们联系,提供新闻线索。

