



变革不止

羊城派上线9周年

全媒体特别策划

羊城晚报记者 冷霜 李焕坤

九载光阴，感恩同行！作为羊城晚报报业集团推进媒体深度融合发展的核心抓手，羊城派客户端自2016年正式上线以来，逐渐成为羊城晚报“1+2+3+N”立体移动传播链的传播中枢。从传统报纸的沃土中破茧，它始终勇立潮头，不断探索全媒体时代的创新边界。

6月16日上午，羊城晚报报业集团举办“经‘九’不息 变革不止”羊城派上线9周年活动，现场举行了游戏IP共创计划战略签约暨产业深调研启动仪式、“粤来粤好·咱们广东有荔量”行动启幕暨羊城晚报“岭南荔枝推荐官”授聘仪式、羊城晚报“粤来粤好百千万”短视频大赛宣推仪式及“岭南山海经”微短剧IP发布会暨《荔仙千年宴》联合出品签约仪式。从游戏IP的跨界共创，到岭南荔枝的甜蜜突围；从短视频记录百县千镇万村蝶变，到微短剧演绎山海传奇——每一个环节，都承载着九岁羊城派矢志变革、拓宽疆界的雄心。

与此同时，活动还特别为“粤来粤好百千万”短视频大赛小羊拍客宣推官和“大美岭南”乡村文旅推荐官举行了聘任仪式，“广东省首届最美非遗人物”之一的金玲，以及人民日报视界优质旅游创作者丘远彬获聘。“羊城晚报不仅为读者提供了精准、有价值的信息，更搭建了一个让读者展示自我才华的平台。”他们表示，将积极履行“推荐官”职责，为助力乡村振兴贡献自己的力量。

当天，羊城派宠粉大礼包惊喜派送，多地市户外大屏共同为羊城派“庆生”。

九年相伴，就是宠你

读者黄女士（左）收到羊城派九周年福利礼包
羊城晚报记者 邓鼎园 梁喻 摄

羊城派大礼包惊喜派送，多城参与真情互动

羊城晚报

当心网络消费这些“坑”

最高法发布典型案例

A 网购“七天无理由退货”说不支持就不支持？

胡某在网上买了一款女士手提包，购买时店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收货后于七日内申请无理由退货，被店家胡某拒绝。胡某诉至法院，请求判令胡某承担退货退款责任。

审理法院认为，虽然胡某在商品详情标注了不支持七日无理由退货，但并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由，也未举证证明适用七日无理由退货会导

致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。最终判决胡某退还货款，同时胡某返还该手提包。

这个案子也提醒商家，虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货，但不得任意扩大范围，让消费者“敢消费”“愿消费”“放心消费”。

张某于19时40分支付定金100元，同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠，张某便支付了订单尾款。然而，公司此前公示的优惠名单中并无张某，并称张某未在活动时间内下单，不符合优惠条件。

法院对此认为，张某支付定金后即告知客服人员，客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则，并表示张某有机会享受优惠。若客服人员在张某告知即时指出其付定金不符合规则，方某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金，进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为，应承担相应责任。法院判决，公司返还张某一半价款。

B 付款后翻脸不打折“限时优惠”谁说了算？

一起案例中，某家具公司开展床垫促销，规则为某日20时开始付定金，前50名付定金者享受半价优惠。但实际上，该公司当日19时33分就开始接受定金支付。

张某于19时40分支付定金100元，同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠，张某便支付了订单尾款。然而，公司此前公示的优惠名单中并无张某，并称张某未在活动时间内下单，不符合优惠条件。

法院对此认为，张某支付定金后即告知客服人员，客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则，方某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金，进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为，应承担相应责任。法院判决，公司返还张某一半价款。

C 网购演唱会门票说好的无条件退票却只限退一张？

方某在某票务平台同时在线购买2张演唱会门票，购票页面说明：购票后48小时内可办理无条件退票。

该案提醒经营者，在拟定演唱会门票等证的退票规则时，应当清晰明确，防止出现歧义。当经营者拟定的退票规则有多种解释时，应当作出有利于消费者的解释，充分保障消费者的知情权和自主选择权。

同时，典型案例还涉及直播营销中的经营者欺诈行为、网络服务提供者过度收集个人信息等。最高法表示，人民法院将稳妥探索、认真总结网络消费变化趋势和规律，以法治思维和法治方式支持拓展网络消费，为高质量发展提供有力司法保障。（据新华社）

七天无理由退货被拒、承诺的优惠说没就没了、演唱会门票无条件退票受阻……网络消费快捷方便，也暗藏不少令人防不胜防的“坑”。最高人民法院16日发布多件网络消费民事典型案例，警示商家诚信经营，依法维护消费者合法权益。

“七天无理由退货”被拒绝

近日，国家广播电视台总局实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施。此次治理聚焦用户反映较为集中的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”“投诉渠道不畅”等痛点问题，通过规范服务规则，全面优化互联网电视消费体验，在巩固治理电视“套娃”收费工作的基础上，构建更加公平、透明、便捷的互联网电视服务生态。

严控默认勾选禁强制捆绑

根据国家广播电视台总局规定，互联网电视集成机构在提供自动续费服务时，必须严格遵循“用户主动选择”原则，禁止通过隐藏条款或强制捆绑其他服务的方式诱导用户开通。严格谨慎使用默认勾选“自动续订”功能，用户在首次订阅含自动续订服务的视听产品时，需通过二次确认的方式明确表达同意意愿，才可以进入支付环节。

过去，部分平台将自动续费选项隐藏在冗长的服务协议中，导致消费者在不知情的情况下被连续扣费，此次治理工作明确要

求运营方将选择权交还用户，任何未经用户明确授权的自动续费行为均属违规。

续费前显著提醒消费更可控

针对用户反映的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”问题，新规定明确要求：互联网电视集成平台在用户自动续费前5日，通过短信、APP推送、服务号信息等多种渠道发送扣费提醒，且提醒内容需包含续费产品名称、扣费金额、服务周期等关键信息，确保用户准确识别续订的产品信息。

目前，大部分互联网电视集成平台已做到在续费前规范提

醒，用户如不再需要继续使用该服务，可以按照提示关闭所订购的自动续费服务。

诉求直达处理响应更快

为解决用户反映的“投诉渠道不畅”问题，新规定要求互联网电视集成平台将“自动续费投诉”入口置于客户服务受理的一级菜单中，确保用户快速提交诉求，及时得到响应。

此前，国家广播电视台局为进一步倾听人民群众意见建议，进一步巩固提升治理电视“套娃”收费和操作复杂工作成果，也公布了“双治理”工作用户投诉渠道。（据人民日报客户端）



“经‘九’不息 变革不止”的闪耀宣言亮相东莞海德江一城户外大屏 盒马鲜生供图

羊城晚报发布“岭南山海经”微短剧IP

首作《荔仙千年宴》探索岭南奇幻新表达

羊城晚报讯 6月16日，“岭南山海经”微短剧IP发布会暨《荔仙千年宴》联合出品签约仪式在广州羊城创意产业园举行。在羊城晚报羊城派客户端上线9周年之际，羊城晚报正式推出“岭南山海经”这一全新文化IP，旨在以微短剧形式挖掘岭南文化精髓，推动传统文脉的现代表达。作为该IP的首部作品，《荔仙千年宴》将于本月底在茂名高州开机拍摄，以轻喜剧怪诞形式和根植于粤西传统文化的奇幻设定，讲述一段跨越千年的爱情故事。

“岭南山海经”微短剧IP立足岭南大地，通过现代视角重构神话、历史与民俗，以年轻受众喜闻乐见的轻量化、网感化表达重新诠释岭南文化基因，着力构建一个多元、立体、充满魅力的“当代岭南文化微短剧宇宙”。

据悉，“岭南山海经”微短剧IP由羊城晚报山海计划融媒体工作室出品，是羊城晚报全力推进主流媒体系统性变革、构建“媒体+文化”“媒体+产业”多元运营模式的重要探索。该IP将依托山海计划融媒体工作室运维的“向山海走去”青年导演创作扶持计划（简称“山海计划”），筛选青年创作人才，由羊城晚报提供内容策划、制作资金、制作监制、宣传发行等全方位支撑，聚焦岭南传统文化题材开发。

作为“岭南山海经”微短剧IP的首发之作，《荔仙千年宴》以一位凡人少年与荔枝仙跨越时代的情缘为主线，串联南朝俚汉融合、冼夫人维护统一以及现代乡村振兴等历史截面，生动展示岭南特有的荔枝文化和冼夫人文化。场景上将以茂名高州市、茂名电白区为取景地，展现粤西大地山海相依的古韵风光。

该剧获得茂名高州市人民政府和华南农业大学珠江学院的联合支持。主创班底均毕业于北京电影学院，导演刘权文是羊城晚报通过山海计划选拔的青年导演，其作品曾在上海国际电影节、平遥国际电影展收获多项荣誉。该剧计划于2025年9月上线播出。（邵梓恒）

2025年6月17日/星期二/要闻编辑部主编/责编 陆德洁 / 美编 刘苗 / 校对 周勇

焦点 A3

广电总局整治互联网电视自动续费乱象“被动扣费”当休矣

24万投诉拷问
自动扣费套路，行
业人士：

专项治理措施可向全行业推广

自动续费“情无声息”，取消难度却“堪比填志愿”——在社交平台上，有大学生消费者这样吐槽。记者实测发现，在已开通了黑胶VIP会员自动续费功能的某音乐App页面上，既能找到“升级SVIP”的页面，也能查看会员生效订单及明细，但“取消续费”入口却难以找到；在某网盘App上，“升级会员”“续费会员”等按钮相当显眼，但“取消续费”入口同样十分隐蔽。实际上，用户也可在微信支付、支付宝上找到相关付费记录，并进行取消续费操作。但无论是在提供具体服务的App上，还是在支付宝、微信支付中寻找“取消自动扣费”，这一路径与开通自动续费相比，还是显得复杂。记者梳理发现，对于自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”等痛点，工信部2023年2月发布的《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》已明确提出，“采取自动续订、自动续费方式提供服务的，应当征得用户同意，不得默认勾选、强制捆绑开通。在自动续订、自动续费前5日以短信、消息推送等显著方式提醒用户，服务期间提供便捷的随时退订方式和自动续订、自动续费取消途径”。2024年7月1日开始实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》也指出，“经营者采取自动续期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费服务前和自动续期、自动续费等日期前，以显著方式提醒消费者注意”。

此次广电总局发布的管

理措施则更趋细化。行业人士分析认为，消费者在音乐、网盘、工具软件、在线教育乃至各美订阅制电商服务中遭遇的自动续费陷阱，其本质与互联网电视领域的问题高度一致。平台利用用户疏忽或界面设计的复杂性，导致消费者在非充分知情或非完全自愿的情况下被持续扣费的现象普遍存在。因此，此次广电总局推出的精细化管理措施，具备向全互联网消费行业推广的潜力与必要性。

该人士进一步表示，推动此类高标准在全行业普及，将有效缓解跨平台消费引发的信任危机，降低消费者的维权成本，并促使平台将竞争重心回归到提升服务质量、提升用户体验本身，而非依赖“套路”维系用户和收入。羊城晚报记者 沈钊