

从“指尖便利”到“钱包陷阱”： 自动续费如何沦为App“收割镰刀”？

超七成付费用户陷“被续费”困局，投诉退费成功率仅一成

App自动续费，曾被人形容为“躺在很多人钱包里的隐形小偷，把你辛苦攒下的钱悄悄往外掏”。

无论是擅长互联网冲浪的年轻人还是对赛博生活感到陌生的老年人，在数字付费全面渗透日常生活的今天，App自动续费是否已经从便捷工具异化为全民消费陷阱？“自动续费”类投诉占虚拟消费投诉总量近一半，其中短剧短视频类App是重灾区。大量用户数月乃至数年不知情被扣费，事后面临维权举证难、流程繁、赔付门槛高等困境，多数投诉者最后放弃维权，“自认倒霉”，仅11.45%完成退费。

自动续费诞生之初，是数字经济提升交易效率的便民创新，便利用户持续享受会员服务，本身不存在对错。乱象根源不在于订阅模式，而在于平台利用信息差、产品设计漏洞、用户遗忘心理进行刻意逐利收割，漠视消费者法定知情权与自主选择权。专家指出，数字消费时代，平台盈利不能建立在算计用户之上，互联网行业长期健康发展，终究依靠产品价值而非页面套路。

■策划：新快报记者 罗韵 ■采写：新快报记者 罗韵 ■制图：廖木兴

01 “隐形扣费”覆盖全年龄段 短视频短剧类App是重灾区

黑猫投诉平台截至2026年6月累计自动续费相关投诉突破26万条，中消协2026年一季度数据显示，会员自动续费纠纷占据线上虚拟消费投诉总量48.7%，连续三年位列年度消费维权舆情TOP3。

1分钱试用7天会员，一键开通全程流畅，使用到期则“暗度陈仓”在凌晨静默扣费，还把退订入口层层深埋，在用户卸载后依旧持续偷偷划扣。

这是用户主要踩坑的场景——部分App使用凌晨批量扣款、浅灰色小字藏条款、开通一步操作、退订五级菜单跳转、卸载App代扣协议持续生效，成为当下App自动续费最典型的套路。

多位受访者反映，日常刷短视频、追剧、办公时随手点击低价试用弹窗，后续长期遗忘关闭续费通道，直至整理银行卡、微信账单才发现被持续扣费。

家住广州越秀的白领陈女士告诉新快报记者，2025年8月点击某剪辑软件“0.99元7天会员试用”，仅输入支付密码即完成开通，页面无二次弹窗确认自动续约协议；试用期结束后平台在半夜1点自动扣费39元/月，连续扣费9个月，直至2026年5月核对月度收支才察觉异常，其间App仅登录2次，其余时间完全处于闲置状态。

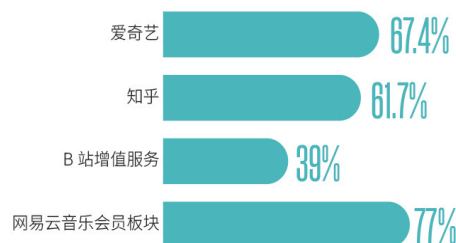
“退订按钮藏在‘我的一设置一支付管理—订阅项目—账户授权’五层菜单内，普通用户根本不会主动翻阅支付授权页面，平台仅在站内推送一条极简消息，没有短信强提醒，完全达不到‘显著告知’法定要求。”

虽然投诉者近半是30岁以下用户，可无疑中老年群体受害程度更深。72岁退休市民王先生表示，子女为其手机清理内存时卸载了多款短剧App，但此前开通的月度自动续费代扣权限并未同步注销，半年累计被扣费198元，平台以“用户自行授权支付协议”为由拒绝全额退款。

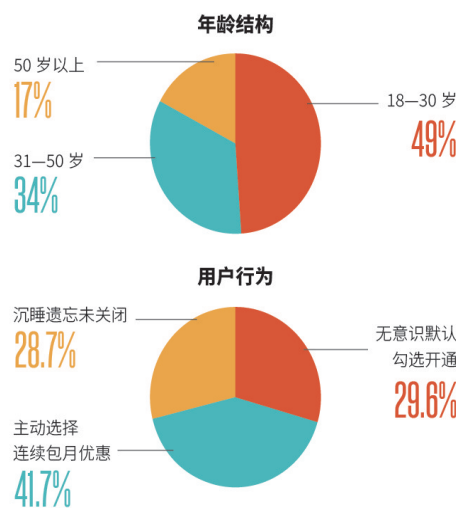
据北京消协调研问卷数据，65.15%受访者遭遇违规自动续费后认为维权难度大，仅11.45%用户成功完成退费；用户放弃维权核心原因依次为：单月扣费金额偏低懒得交涉（42.3%）、退订路径过于复杂耗时（28.6%）、举证证据留存不足（17.2%）、平台客服推诿扯皮（11.9%）。

投诉重灾区清晰集中在短视频短剧类App，自动续费投诉占比60%以上，其次为音视频长平台、网盘存储、办公软件、图片修图工具、在线教育题库几大品类，可以说是覆盖不同年龄段、地域和职业背景圈层的用户。

头部平台会员收入占总营收比例

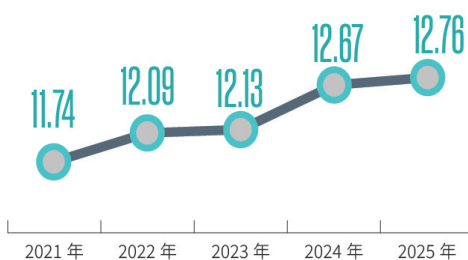


自动续费投诉人群画像



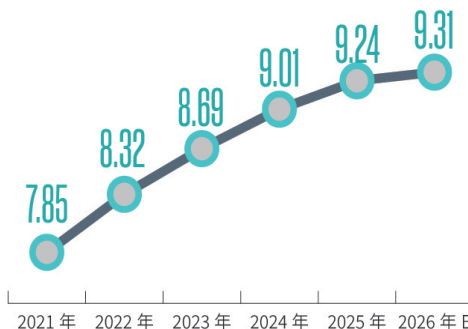
2025年中国移动互联网App 月活跃总用户达12.76亿人

(单位：亿人)



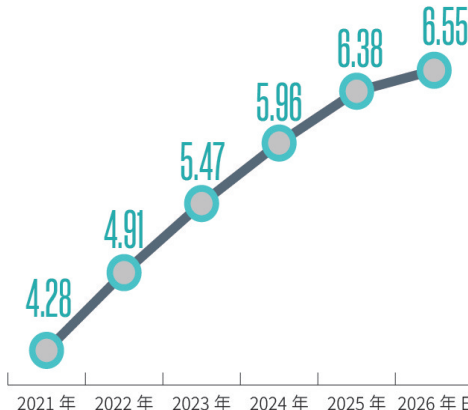
2026年App整体付费用户规模将达9.31亿人

(单位：亿人)



2026年App自动续费订阅用户规模将达6.55亿人

(单位：亿人)



2026年付费渗透率将达77.1%

