

新快观察

“明明扫个码就能搞定的缴费,现在还要点广告、关弹窗、跳页面……太不方便了!”市民王先生向新快报记者吐槽了自己停车缴费的经历。记者搜寻社交媒体多个案例,相关停车小程序广告弹窗、隐藏点击跳转页面等并非个案。众多车主直呼,原本轻松便捷的缴费环节,却遭遇多个广告套路。

对此,相关律师表示,停车缴费小程序广告泛滥、难以关闭的乱象,属违法行为,建议小程序运营方自查自纠,优化缴费流程,提供一步直达缴费页面的二维码,让服务回归便利出行的本质。

■图/文:新快报记者 贾典

新快报记者实测多家停车场发现

广告套广告,诱导开通会员
停车扫码缴费为何这么多“坑”?

律师表示,广告难以关闭等乱象属违法行为,运营方应优化缴费流程

■车主分享 字小广告多绑定车牌 操作繁琐或泄露隐私

前不久,王先生在广州市某停车场离场时,在停车场出口扫码,手机跳转至“PP停车”缴费平台后,显示弹出“领取停车优惠券”的提示,而且因为广告太多,令他迟迟没有找到缴费入口。一笔几块钱的停车费,花费了1分多钟才完成支付,在此期间后面排了好几辆车。“太麻烦了!交个钱的事,怎么还要点广告、关弹窗、跳页面?”

有市民告诉新快报记者,有部分小程序不仅广告密集,而且要绑定车牌、行驶证信息等,甚至有些要求授权定位、通讯录等。“只是缴个停车费,变得这么复杂,总担心隐私被泄露。”对于部分上年纪的车主来说,相关停车小程序的

操作繁琐更是给他们制造了不少麻烦。50多岁的赵先生对智能设备操作并不熟练,在一次停车缴费中,遇到广告弹窗字体小、关闭入口隐蔽的问题,本想关掉广告,却总是点到弹窗广告页面,摆弄了半天手机,造成后面的车辆排起长龙,十分尴尬。

新快报记者在社交平台发现,众多车主都反映过类似情况,用户扫码后跳出弹窗广告、隐蔽关闭按钮、强制跳转、诱导开通会员等问题层出不穷。“原本是为了提升通行效率、方便市民停车的服务平台,怎么就成了广告平台?”网友小张在自己的帖子上表示。

■记者体验 关闭按钮藏在“广告”里 点击优惠券却跳转变广告

新快报记者在广州多个停车场停车缴费时,发现类似的“广告套路”层出不穷。

7月10日,在广州花都区某停车场内,新快报记者打开“捷停车”小程序停车缴费。在该小程序首页缴费订单上方,就有一处“领五元券,本次停车可用”的广告,记者点击之后发现,该广告为加油券包与停车券的捆绑套餐。不过该广告并没有显示“关闭”二字,用户需要先点击右下角的“广告”二字,再点击关闭,首页就会变成没有广告的页面。对大多数人来说,如果没有发现这个细节,就会受到广告困扰,也会有人点击广告,查看优惠是否属实,便有可能购买该套餐。

■业内声音 停车小程序广告泛滥 背后存在“商业利益链”

针对停车小程序相关乱象,新快报记者采访的某位广告公司业内人士表示,广告泛滥的背后,往往存在一条“商业利益链”。停车小程序广告泛滥源于行业盈利模式。第三方服务商免费为停车场提供道闸、计费系统与小程序,以此换取页面广告运营权,依靠车主流量广告覆盖软硬件成本。服务商刻意设计诱导界面,而广告联盟、服务商、物业三方均有投放广告获利的动力。

“而车主属于汽车、金融行业精准客户。广告溢价高,广告曝光、点击及转化订单,平台与物业均可分成。物业又无需承担设备维护成本,还能靠广告增收,同时实现无人值守减人工,遇到

车主投诉时,也可以直接‘甩锅’,推诿自身无权管控广告。”该业内人士谈道。

7月13日下午,新快报记者就遭遇的广告问题电话询问“PP停车”及“捷停车”小程序官方客服,“捷停车”及“PP停车”的客服人员均表示,将向上级反映此情况,后续将致电回复。截至记者发稿,暂未收到相关回复。

而“PP停车”小程序上的人工客服在后台回复称,部分合作停车场广告非平台投放,停车场仅仅是使用平台的支付接口。该客服还表示,PP平台小程序的弹窗广告页面都有“关闭”或者“退出”的按钮。

■他山之石 多地推行“纯净码” 扫码就能直接缴费

新快报记者发现,针对这一乱象,目前多地正在整治与规范。2023年,上海市主要商圈的60多家商场停车场示范推出“纯净版”停车缴费二维码。扫码后直接进入缴费页面,相关部门严禁连环弹窗、强制授权或捆绑无关服务。

去年,广东中山市也推广“纯净码”停车缴费,在小程序内车牌

号码下面缴费的页面没有见到相关的“小广告”。前不久,成都市市场监管局也对市内停车小程序展开整治行动,要求不准变相强制关注公众号、注册会员,不能过度收集跟服务无关的个人信息。广告得标广告、内容不能有误导性、不能假装发红包给优惠、退出键要够明显等。缴费协议也必须醒目展示,必须设置拒绝选项。

律师解读《互联网广告管理办法》

不得为关闭
弹窗广告设障

“停车缴费小程序中关闭按钮极小、位置隐蔽,甚至设置虚假关闭按钮诱导点击,恰恰是《互联网广告管理办法》明令禁止的“为关闭广告设置障碍”行为。根据广告法第六十二条第二款,未显著标明关闭标志、确保一键关闭的,由市场监督管理部门责令改正,对广告主处五千元以上三万元以下的罚款。”广东诺臣律师事务所合伙人蔡佳峻律师向新快报记者表示,停车小程序的相关广告乱象属违法行为。

蔡佳峻补充道,根据广告法,县级以上市场监督管理部门是互联网广告的主管执法部门。蔡佳峻建议:建立常态化监测机制,利用技术手段对停车场缴费小程序广告进行定期巡查;提高违法成本,考虑将罚款额度与违法所得挂钩;推动行业自律,推广“纯净码”模式,例如珠海已有140家停车场承诺无广告弹窗。同时,蔡佳峻建议小程序运营方自查自纠,优化缴费流程,提供一步直达缴费页面的二维码,让服务回归便利出行的本质。

遭遇此类乱象时,市民朋友如何维权?蔡佳峻建议市民第一时间对弹窗页面、关闭按钮位置、跳转后的页面、缴费记录等进行截图或录屏。随后拨打12315、12345投诉举报,也可通过全国12315平台、网站、App或小程序在线提交投诉。投诉时需具体说明在哪个停车场、缴费小程序中遭遇何种广告乱象(如无法关闭、强制观看、诱导点击等),并附上截图或录屏证据。如果因广告误导误点了开通会员或购买了服务,还可依据消费者权益保护法主张撤销或赔偿。市民的每一次投诉,都是推动治理的重要力量。



■在“捷停车”首页缴费订单上方有一处广告,用户需先点击右下角的“广告”二字,再点击关闭,才能关闭广告。



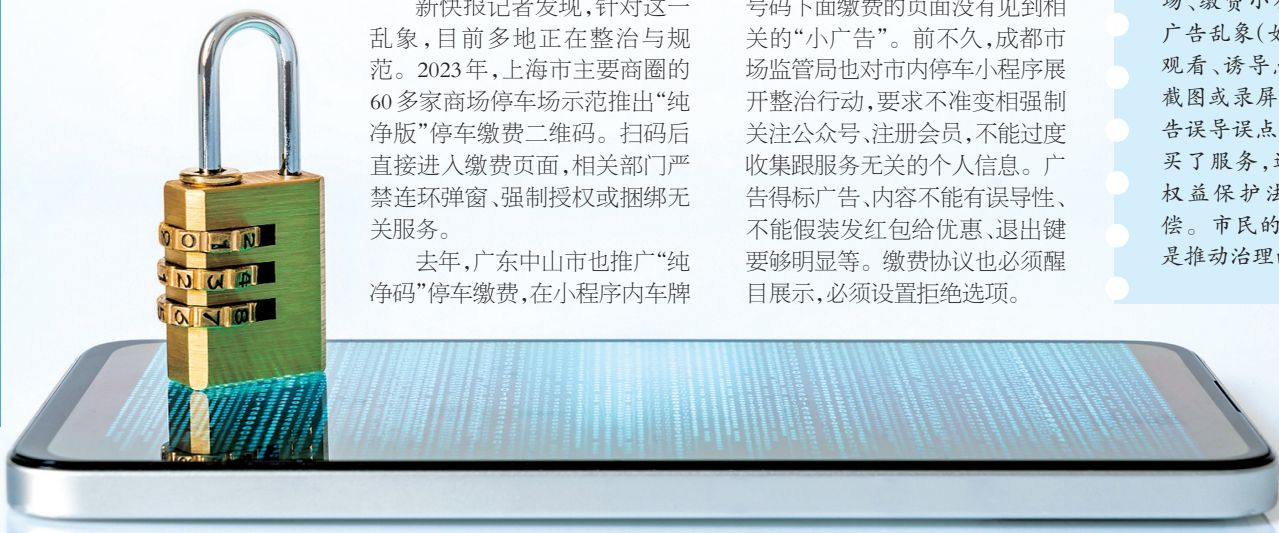
■在“一点停”小程序页面,点击广告跳转出现某运营商广告页面。



■在“PP停车”缴费完成页面,跳出“本次支付停车可减五元”的广告,点击后跳转成另一个广告页面,且需要输入手机号。



■点击“PP停车”小程序首页,出现一个弹窗广告,点击后跳转至其会员办理页面。



■VCG供图