

# 承诺不兑现、默认自动续费、侵犯用户隐私 视频网站“会员制”问题多

通过视频网站观看电影、电视和各类节目,已经成为广大消费者日常娱乐的一个主要选择。据统计,截至2018年12月,我国网络视频用户规模已达6.12亿。

购买视频网站的VIP会员已经成为许多上网用户的选择。为了更

## 五大问题困扰消费者

据了解,此次消费体验由省消保委的消费维权义工和第三方调查公司共同完成,对腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV、搜狐视频、腾讯体育、PP视频、乐视视频、哔哩哔哩等国内比较知名的九大视频网站进行了暗访式调查。在暗访体验调查过程中,主要发现了五大问题。

免广告承诺成“空头支票”。调查中发现,“跳广告、免广告”,各大视频网站关于付费会员免广告的描述五花八门。但在实际体验中发现,部分平台的广告形式花样百出。成为腾讯、爱奇艺和芒果TV网站会员后,依然可以看到开屏广告、弹窗广告、页面广告、会员广告和暂停页面广告,成为优酷网站会员后,依旧有开屏、页面、暂停页面广告出现。仔细查看会员协议,可以看到所谓的“跳广告、免广告”,仅仅是指免或跳过视频开始的片头广告。

默认选择自动续费。开通会员服务时,被调查的九个视频网站均

## 省消保委提出三点建议

针对本次调查体验中存在的问题,省消保委提出以下建议:

加强视频网站相关法律法规的制度设计。《电子商务法》已于今年1月正式施行,但根据其第二条规定解读,网络音视频节目并不适用该法律规定,依然只能用《合同法》《消费者权益保护法》来约束和规范视频网站提供者的行为。针对体验发现的“会员仍有形式多样的专属广告”“网站普遍默认连续包月”等乱象,消费者无法用法律武器保护自己,相关部门也缺乏执法的依据。建议商务部门、广电部门、宣传部门等相关部门制定统一的管理规定,规范各视频网站的会员服务,更为有效地保护广大会员的合法权益。同时,为了防止视频网

好地吸引客户,各大视频网站常常推出各种“低价”会员项目。但是,近年来省消保委发现,付费会员的问题投诉与日俱增,投诉主要集中在:网站在不告知的情况下会自动续费、取消会员续费手续繁琐、会员承诺未全面履行、诱导用户续费等问题。

默认勾选了“自动续费”功能,且爱奇艺网站默认勾选的是“年会员自动续费”。在取消自动续费方面,芒果TV和搜狐视频会员页面未见“续费管理”,还需到会员协议内才能查看取消续费的方式。

侵犯用户隐私。九家视频网站中,有七家(腾讯视频、爱奇艺、优酷视频、芒果TV、搜狐视频、PP视频、乐视视频)获取了用户的手机信息,包含手机号码、手机序列号。优酷、搜狐、PP视频、乐视视频还需要获取“访问设备上的照片、媒体内容及文件”的权限。有六家平台的安卓版本(爱奇艺、芒果、搜狐、PP视频、乐视视频、哔哩哔哩)获取了用户的定位权限。与此同时,九家体验平台中有五家(腾讯视频、爱奇艺、芒果TV、腾讯体育、PP视频)在打开APP时,以弹窗形式提醒用户使用软件的“隐私政策”(内容包括将会在何种情形下获取用户何种隐私,以及用户隐私信息的保存和使用及对未成年人的保护政策),并提供“同意”与“不同意”

站经营者利用格式合同和“霸王条款”侵害会员利益,建议由相关监管部门统一制定会员服务合同模板,以保障消费者合法权益。

明确获取用户信息的必要界限。体验中发现,视频网站分别获取了用户的手机信息、拨打电话、定位、获取通讯录及照片等权限。虽然视频网站都表明是因为信息安全的原因才获取用户的上述信息,但究竟哪些信息是应该由视频网站统一采集、妥善管理,哪些是出于商业目的过度收集的,普通消费者很难区分。同时,视频网站的隐私政策均具有“半强制性”,即消费者如果想继续使用该软件,只能选择同意,否则系统就会自动退出。对此,建议工信部门进一步明

为掌握视频网站会员服务、会员自动续费的真实状况,找出具体问题、提出相关建议,省消保委于今年2月起通过暗访体验的方式,从会员费用、会员服务等方面对视频网站进行体验,并于近日发布了调查报告。

选择,但是点击“不同意”时,五家平台均以“需要同意方可使用软件”等类似描述促使用户点击“同意”。搜狐视频虽然也以弹窗形式提醒用户,但没给用户选择“同意”与“不同意”的权利,仅有“我知道了”的选项。

会员还要花钱看电影,且有时间限制。九家平台中,有五家视频网站(腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV、乐视视频)的部分影片,会员仍需付费才能观看,且有时间限制,四家平台(爱奇艺、优酷、芒果、乐视视频)会员影片购买后只能48小时内看完,48小时后再看仍需付费。

会员有效时间不一致,最短只有28天。本次调查体验的开通会员时间为2月25日,九家平台中六家(腾讯视频、优酷、芒果、搜狐视频、腾讯体育、PP视频)月会员服务到时间为3月28日,共计31天;两家(爱奇艺和乐视视频)会员服务到期时间为3月25日,仅28天。

确视频网站获取用户信息的内容和界限,以及投诉渠道,更好地保护消费者的隐私权。

视频网站切实履行社会责任。针对体验中发现的会员广告特权宣传告知不明确、默认连续包月、取消自动续费手续繁杂、部分影片会员观看仍需付费、过度获取用户隐私信息等问题,相关视频网站要加强自身管理,严格执行《广告法》《消费者权益保护法》等法律法规,如实宣传,并将广告宣传中的会员权益真正落到实处。同时注重用户的知情权和个人信息保护,在会员自动续费到期前以发送短信、电话等方式告知消费者,并在法律允许的范围内获取和使用用户信息。

任倩影

一箱同品牌的纸巾,网店售价便宜一二十元;一件同品牌同款的服装,网店售价是实体店的一半;一款看似一样的电视机,线上线下价格相差千元?

如今,有不少消费者在网购后发现,网上同品牌同款商品的价格虽然比实体店便宜不少,但收到货后却发现产品与实体店有差距。对此,商家则表示,产品不同是因为其销售的是“电商专供”款。

杭州市民薛女士日前向笔者反映,有一次在某电商网站购买了一箱品牌纸巾,促销价格比超市价格便宜15元左右,结果买到手后发现,纸张比超市买的薄,而且形状也小一些,当她与店家交涉时,客服人员表示,这是电商款。

薛女士的遭遇并非个例。近年来,随着各大品牌纷纷“触电”,很多品牌为了争夺线上客源,用低价来吸引消费者,将一些商品作为“电商专供”,用低廉的价格来吸引消费者,但其产品质量却和实体店销售的存在差别。

相关专家表示,“电商专供”商品并非假货,但部分商品存在“低价劣质”等问题,而不少消费者在标识不明的情况下,常被“电商专供”商品给“套路”了。相关机构统计显示,目前“电商专供”产品品类丰富,主要“藏匿”于鞋服、箱包、家电、卫浴、纸品等产品中。

笔者在多家电商平台上看到,有些店家会特意标明某些商品是“商场同款”,以区别于“电商专供”款,但绝大部分商品并未有相关标示,导致不少消费者以为“买到就是赚到”。

此前,宁波市市场监督管理局和宁波市消保委通过线上线下不同渠道,购买了40组对比样品,委托宁波出入境检验检疫局做了检测,结果发现“电商专供”有猫腻。比如,不同渠道购买的标称“美的C21-RH2133S”多功能电磁炉,外观、功能标示是一样的,但是拆开以后发现,网购电磁炉比线下款少了一些电器元件。

宁波出入境检验检疫局检验检疫技术中心有关负责人表示,虽然这些元器件的缺失可能不会造成电磁炉使用性能和安全指标上的差异,但在用料方面,线下产品显得用料“更足”,成本应该更高。

国内资深电商维权专家姚建芳介绍,一些“电商专供”还会存在服务短缺问题。“所谓‘一分钱一分货’,这里的‘货’不仅仅指商品质量,也包括商品售价中包含的服务价值。”姚建芳说。

那么,消费者在未见明确标示的情况下,购买到了“低价劣质”的“电商专供”商品怎么办?商家是否涉嫌虚假宣传?平台应该履行怎样的责任?

对此,中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,“电商专供”不应是“低价劣质”的代名词,“电商专供”商品同样应该是具有商品使用性能的合格产品。

根据《中华人民共和国电子商务法》第十七条规定,电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息,保障消费者的知情权和选择权。北京盈科(杭州)律师事务所甘海滨律师表示,如果遇到“电商专供”声称与实体店“同款”,但实际不一致的情况,其行为构成虚假陈述或欺诈。对于此类“电商专供”的欺诈行为,根据电子商务法的规定,电子商务平台经营者应及时断开相关链接、并责令其改进,并不得删除消费者对平台内销售的商品或者提供服务进行的评价,否则电子商务平台经营者将承担相关责任。

陈音江表示,如果“电商专供”商品与线下同型号商品存在差异,尤其是存在减配或少量问题,经营者要事先明确告知消费者,充分保障消费者的知情权和选择权。同时,他建议消费者网购时,一定要理性消费,不要盲目追求低价,要仔细看清楚商品的配置、数量等具体信息。

“消费者买到不合格的商品,或在不知情的情况下购买到‘低价劣质’的电商款商品,要保存好相关购物凭证,与商家协商解决。如果协商不成,可以向消费者协会或市场监管部门投诉,依法维护自己的合法权益。”陈音江说。

张璇

## 部分品牌「电商专供」套路深 纸巾薄一点、电器少元件……



为确保儿童服装质量安全,近日,潮州市吴兴区市场监管局开展电子商务童装产品专项整治行动。截至目前,共抽检网上产品30批次,线下产品20批次。图为工作人员正在抽检服装产品。

吴萧 摄