

天津市的李先生最近扫码租用了某景区内的共享充电宝。过了1小时15分钟,李先生归还充电宝时发现,被扣了20元。

“以前借过共享充电宝,1小时也就收费两三元,这次我也没注意看收费规则,扫了就用,没想到涨价这么多,1小时收10元。而且因为不满1小时按1小时计算,直接收了我2小时的费用。照这样下去,用一次共享充电宝不如直接买一个充电宝划算。”李先生说。和李先生有着同样感受的人还有很多。不久前,京津冀三地消费者协会组织发布共享充电宝消费调查结果,有近六成受访者认为共享充电宝收费不合理。

## 超1秒按半小时收费 暗藏消费陷阱 “电量救星”变身“钱包刺客”



新华社资料图

### 格式条款涉嫌侵权

家住北京市丰台区的李女士近日在使用共享充电宝时,也遇到了计费问题。“租借的共享充电宝收费标准是每30分钟收费4元,我租了30分钟27秒,收了我8元。”李女士说。

李女士又重新查看了计费规则,上面写着“使用时间不足30分钟,按照30分钟的标准计费”。李女士的租借时长为30分钟27秒,尽管超出了不到1分钟,但还是按照60分钟计费。这一计费方式让李女士感到不满。

“有些共享充电宝的计费规则对消费者来说不够公平合理。”李女士说,这种缺乏灵活性的计费规则,让消费者很容易因为短暂的超时

而支付额外的费用,希望按照实际使用时间进行计费,用多少付多少。

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师:根据消费者权益保护法相关规定,消费者享有公平交易的权利,包括在购买商品或接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。即便某些品牌的共享充电宝事先明确了收费规则,但因为这些规则是格式条款,必须勾选同意才能借。如果提供格式条款的运营商未履行提示或者说明义务,致使消费者没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的,消费者可以主张该条款不成为合同的内容。

### 弹窗广告诱导消费

除了上述问题,一些消费者在使用共享充电宝时还遇到虚假广告弹窗的情况。

上海市闵行区的陈女士在扫共享充电宝租借二维码时,出现了一个刮刮乐抽奖界面。出于好奇,陈女士点击开始抽奖,随即界面显示她已中奖,并提示“填写个人信息即可领取奖品”。陈女士按要求提交个人信息,收到了“您已成功购买”的提示。

当她联系客服询问情况时,得到的回复竟是其提交了个人信息即代表同意购买相应奖品。经过多次协商,商家才同意取消这笔订单。

类似“购买奖品”的弹窗广告并非个例。不少使用

过共享充电宝的受访者向记者表示,在租借充电宝时遭遇过类似的诱导,形式多样,有刮刮乐、幸运转盘、购物推荐等。

记者注意到,想要“领奖”的话,用户往往需要填写包括姓名、手机号码、居住地址乃至身份证号码等敏感个人信息。有业内人士向记者透露,这些信息在填写后很可能被收集并打包出售给广告主,广告主则向充电宝商家支付费用。消费者可能会因此频繁接到各种推销电话,影响正常生活。

广东广和律师事务所高级合伙人尹玉律师:一些共享充电宝弹窗广告使用

欺诈方式诱导消费者进行消费,例如名义上参与抽奖,实则诱导消费者完成付款操作。从法律概念上来说,当消费者完成付款、订阅等操作时,实质上是与产品或服务的提供者订立了一份合同,但这份合同是在欺诈行为导致消费者产生错误认识、意思表示不真实的情形下订立的,这样的合同可以依法撤销。仅就诱导点击这一行为而言,根据《互联网广告管理办法》,共享充电宝经营者需要承担行政责任。在诱导点击的基础上,如果共享充电宝经营者发布的广告构成“虚假广告”,情节严重构成犯罪的,还可能承担刑事责任。

### 捆绑销售商品服务

苏州的孙先生租借的共享充电宝的收费标准是每30分钟2.5元,使用2分钟内免费,每日封顶60元。然而在正常使用中,仅用了1小时3分钟,他被扣款12.40元。

孙先生认为扣款金额不对,便联系了客服。客服表示,其购买了“1小时超值卡”服务,9.9元1个月。

“我没有任何购买额外服务的操作,这笔费用是在我不知情的情况下扣的。”孙先生说,“客服却表示权益卡在确认购买前有提示。”

当孙先生再次向客服表示自己没有购买额外服务,要向当地消费者协会投诉后,客服则表示可以向上级申请优惠券,后期租借充电宝时可抵扣。孙先生明确表示拒绝后,该客服又表示,此订单可特殊申请退回订单金额一半费用。当孙先生再次拒绝后,该客服希望其能留下手机号码,称会让高级专员在48小时内回复。但直

到发稿时,孙先生依然没有等到回复。

广东广和律师事务所高级合伙人尹玉律师:电子商务法规定,电子商务经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提醒消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。消费者权益保护法实施条例规定,经营者不得利用技术手段,强制或者变相强制消费者购买商品和接受服务,经营者通过搭配、组合等方式提供商品或者服务的,同样应当以显著方式提醒消费者注意。如果消费者在租借共享充电宝和完成付款操作的全过程中,经营者都没有就“1小时超值卡”的购买事项进行明显的提示和告知,这种情况下,经营者除非能提出相反证据,否则该行为很可能是通过“默认勾选”“含糊其词”等方式来捆绑销售相关商品或服务,涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。

### 建议细化计价时间

共享充电宝行业的种种乱象,不仅损害消费者的利益,也影响着行业的可持续发展。在采访过程中,消费者对此现象的反感显而易见。如何才能让“电量救星”守住“共享”和“江湖救急”的初心?

全国人大代表、国家电网四川电力(广安)连心桥共产党员服务队总队长蒙媛建议,共享充电宝应当创新收费形式,从“以小时计费”的收费规则转变为以“充电度数”多少进行计费,以不同时段的电费和充电量进行计费,价格清晰明了。

蒙媛说,企业可以考虑在共享充电宝内增加计量电费装置和显示屏,让消费者直观地看到有多少电量充进手机,同步的价格变化也显示在一旁,还可以设置提示音,提醒消费者及时归还。可以学习自助加油站的做法,让消费者在手机或充电宝上预设充电费用,到

了时间自动停止充电和计费,这样一来就形成了用户体验更好、更合理的消费形式。

今年,深圳市消费者委员会发布了全国首个《共享移动电源行业自律公约》,对行业计价时间进行统一和细化,比如落实明示计价规则,柜机扫码后均显示免费时长、计费标准等计价规则;落实“5分钟”免费时长;落实“30分钟”计价单位等。目前,已加入深圳市共享充电宝自律公约的品牌至少有11个,覆盖共享充电宝点位超20万个。

北京潞丰律师事务所合伙人黄艳律师:共享充电宝经营者向用户弹窗推送包含以误导、欺诈方式套取个人信息内容的虚假广告并向企业等提供,涉嫌非法收集、使用消费者个人信息,属于侵犯个人信息的违法行为。消费者若因在上述场景下填写个人信息遭

受隐私泄露或财产损失,可要求共享充电宝经营企业及其委托其发布上述广告的企业停止侵害、消除影响乃至赔偿损失。共享充电宝经营者应严格履行个人信息保护义务,不得非法收集、使用、加工、运输、买卖个人信息。作为消费者,应尽可能选择正规公司和产品,同时可以拒绝共享充电宝“开启开发者选项”等弹窗信息,以避免个人信息泄露。对于消费者而言,在享受共享充电宝服务之前,务必审慎阅读服务条款与隐私声明,对权限请求保持警觉,避免过度授权,以加强个人隐私保护。消费者可选择服务网点广泛分布的品牌,并密切关注应用程序或小程序内的最新动态,归还设备后需立即确认交易完成状态。若遭遇权益受损,应妥善保存证据,如截图或录像,并依法采取维权措施。(法治日报)