

点餐先关注公号、兑换停车券须先下载APP……

商业捆绑让人反感



强迫关注

点菜、开发票、结账都会被套路

随着智能手机和移动支付的流行,越来越多的商业活动已在掌上进行。然而,一些商家的行为引起消费者反感。日前,不少网友反映,在外面餐馆吃饭点餐必须关注餐厅公众号,引发了热烈讨论。

开发票得关注公众号、交停车费得关注公众号、点餐也得关注公众号,花样的“捆绑”式消费下,商家涨了粉,消费者的选择权却无人尊重。

■据《北京晚报》

钱女士与朋友相约来到望京一家牛蛙餐馆吃饭。当她准备点餐时,服务员拿出一张带有二维码的纸,让其扫码点餐。接下来的操作,让钱女士颇为不悦。

“本以为扫一下,菜单就出来了,没想到先跳出来了餐厅的公号,需要关注后才能在菜单栏进行点菜。”钱女士说,此前也听朋友吐槽过类似经历,但没有想到这事让自己碰上了。“觉得麻烦。对于消费者来说,就是来吃个饭,搞这些花里胡哨的东西干什么?”

钱女士认为,商家这种吸引流量、留存用户的方式并不高明。“关注公号要有几个步骤,大不了吃完饭后取关。其实我点完菜也就取关了。”

消费者陈先生去一家新开张的饺子馆就餐,进店后想看菜单,

被服务员告知没有纸质版菜单只能手机点餐,扫一下餐桌上的二维码,老老实实关注饺子馆的微信,然后才能看到有什么样的饺子。“操作程序对年轻人倒很简单,可就是难为了年纪大的人。”陈先生记得,在他点完餐等待的过程中,饺子馆来了两位老人,就位之后因为没有菜单,也不会用微信点餐,最终选择了换地方吃。

需要关注公众号才能进行下一步操作的,并不仅是点餐。

不久前,孟女士在丝芙兰的一家门店,花530元购买了一瓶身体乳,结账时,孟女士向商家提出需要开具一张发票。“我们现在都在线开具电子发票,您扫描下小票上的二维码,就可以在线提交开票信息。”工作人员解释道。回到家里实际操作时,按照商家设

定的流程,孟女士必须先关注丝芙兰的企业微信公号,将微信的昵称、头像、地区及性别等个人公开信息授权给企业公号后,方能进入到申请开发票的页面,否则就无法获得发票。“真要说关注企业公号倒也不是多大点事,可凭什么把开发票和关注公众号捆绑在一起,强制消费者呢。”

更让一些消费者感到不舒服的是,如今也有一些商家的手法更隐蔽。

“上次去一个美妆店买面膜,扫码结账回到家才发现,扫码的同时就自动关注了店面。”消费者潘菁菁说,直到有一次该品牌弹出一条推送,才发现自己原来关注了该品牌公号,“扫一下自动关注,这种‘捆绑’难道是合法的?”



捆绑吸粉

换停车票必须注册会员

“之前听说购物额满了就可兑换停车券,但真去兑换时才发现有套路。”谈起在东大桥附近一购物中心的经历,吴明愤愤不平,“必须下载APP注册会员换电子券,忒麻烦。”

当时,吴明拿着购物小票前去服务台兑换停车券,被告知需要下载商场的APP操作才行,否则便不能兑换。“这完全就是让消费者帮你完成KPI考核啊,这么拉消费者反而没什么好印象。”

“消费累计满1500元,就可办一个电子会员卡。当天消费满800元可办两小时停车券;满1600元可换4小时免费停车,每天上限4个小时。”针对吴明的疑问,记者咨询了购物中心的工作人员,一名工作人员介绍,换停车券需下载APP操作,否则就只有微信或者支付宝扫码才能出停车场,“我们会维护客人的隐私。”

而在三元桥一家购物中心,此前一直都流行纸质免费停车券——顾客只要购物满了一定数额,便可拿着小票去服务台兑换停车券。如今,这一做法也变了。

“现在没有免费停车了,6月1日起就没了。”商场会员中心工作人员说,如今免费停车券只能在线上兑换,消费者需是商场会员且有购物积分。“不

是会员没有积分,就只能现金出停车场。打个比方,免费停车2小时要400积分,你就要消费400块钱。没有混合支付,积分不够必须全额现金。”

市民耿女士就反映,自己去商场停车时,就遇到了多次先关注微信公号才能交纳停车费的情况。最近,她在王府中环广场逛街时遇到了一回,想换取停车票,必须关注商场的微信公号,然后再上传小票照片。“您瞧,我的手机里有好几个商场的微信公号,都是为了换停车票才被迫关注的,不知不觉就攒了好几个。”

记者在朝阳公园的蓝色港湾商场调查时也发现,在商场消费后想换取免费的停车券,必须先关注微信公号,填写手机号码、出生年月等个人信息注册成为会员后,才能将消费金额转换成会员积分,然后以积分换取一小时的免费停车时间。如果消费者不想注册商场会员,即便消费了上千元,也无法获得免费的停车券。

记者在调查中发现,市民吐槽的焦点集中于两个方面:一是强制关注企业微信公号的行为不尊重消费者的选择权;二是微信公号中收集的个人信息是否能被妥善保护。



争议不断

强迫和引诱消费都不合法

吃饭得关注微信公号、停车得关注微信公号、开电子发票得关注微信公号……经营者的这种捆绑式“吸粉”的行为,究竟是否合规?

记者查询了《中华人民共和国消费者权益保护法》。其中,第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。

第二十六条规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

“公平自愿交易是所有交易的基石。”北京护宪律师事务所主任卫爱民说,这包括形式交易和实质交易都

要公平自愿。“买不买是消费者自愿的,交易的形式也必须是自愿的。”

对于一些商家需要扫码关注公众账号才能下单点菜的行为,卫爱民认为不合法。这侵犯了消费者的选择权益,“商家没有权力来强迫消费者接受自己制定的交易形式和程序。”

一些商场需注册会员、下载APP才能兑换停车券的做法,他认为同样不太妥当。“要享受提供的方便和优惠,消费者就要把个人信息交易给他,实际上是一种交易,也可以理解为以信息换停车费,甚至有些消费引诱的意思。”

此外卫爱民提醒说,一些商场原本对用户就有免费停车的承诺,但如果消费者不接受其制定的兑换形式就无法享受到优惠停车,消费者有权要求商家履行承诺。“现代经济社会就是数据为王的时代。现实中商业信息被滥用的情况并不少见,应进一步加强商业数据的监管和使用。”

律师也表示,强迫消费者以先行接受某项服务或从事特定行为为前提,违反了《消费者权益保护法》相关规定,消费者可以向工商管理部门投诉。