

停车缴费频遇营销套路 便捷出行变“闹心闯关”

文/本报记者 赵洋 李冷旭 陈羿帆

图/本报记者 关超 王弈轩

扫码缴费本是智慧停车提升通行效率、方便市民出行的便民举措。然而近期，不少市民反映，多处停车场扫码缴费被各类弹窗广告、诱导购券、隐蔽按键等层层套路所困扰。简单的缴费流程变成“扫雷闯关”，不仅拖延离场速度、造成出口拥堵，还暗藏广告骚扰、诱导消费、信息过度采集等问题。记者近日兵分多路，对市区多个商圈、景区停车场实地探访。

广告抢占主界面 正常付款键“藏起来”

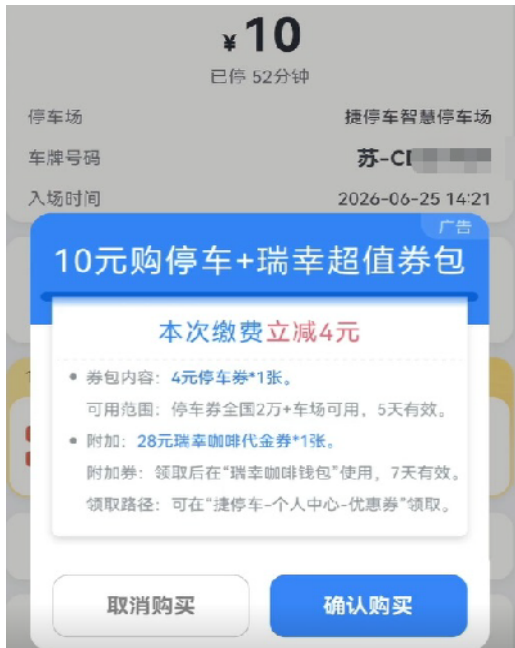
6月25日下午，记者来到泉山区荣盛未来广场地下停车场体验缴费流程。车辆停放1小时后，出口扫码显示停车费10元。记者点击支付后，页面立刻弹出“5元淘宝闪购优惠券”广告弹窗，界面诱导性极强，关闭提示模糊。如果车主不慎点击确认订购，原本10元的停车费用会变为12元。记者只能退回页面，仔细甄别按钮，避开营销套路后，才完成正常缴费。短短一次停车缴费，却需要反复避雷、谨慎操作，便民支付场景俨然变成消费“陷阱考场”。

记者随后走访徐州博物馆停车楼、万科淮海天地一街区、云龙华府等多处停车点位，发现不同停车系统均存在营销挤占缴费界面的问题。

徐州博物馆停车楼使用海康云停车小程序，扫码缴费页面布满“本单立减”“贷款放款”等商业广告。广告配色醒目、位置紧邻缴费按钮，车主赶时间离场时极易误点跳转。即便缴费完成，页面还会弹出“限时福利”全屏弹窗，必须手动关闭，单次缴费流程拉长至30秒左右，严重影响通行体验。

万科淮海天地一街区、云龙华府停车场采用捷停车小程序，套路更为隐蔽。页面核心位置用醒目红色推送各类停车“优惠券包”广告，真正的付款按键被压缩至屏幕底部盲区，极易被遮挡。选择直接付款后，系统再次弹出全屏购券弹窗，“购买确认”按钮突出显眼，而“取消”键为灰白色小字、隐藏在角落，辨识度极低。记者实测，该类停车场单次缴费需反复辨别、多次点击，全程接近1分钟。

在云龙华府等车流量密集的商业区，缓慢的缴费速度直接引发出口拥堵，后车排队鸣笛，加剧道路通行压力。



部分智慧停车场小程序在点击缴费后，立刻弹出广告页面。

购券看似优惠，实则反向多付费

商圈停车场作为市民高频出行场景，营销捆绑问题更为突出。6月25日，记者走访徐州中心商圈停车场进行调查体验。徐州中心商圈停车场同样使用的是捷停车小程序，扫码缴费首先需要同意隐私政策，随后立即弹出“10元购停车+瑞幸超值券包”弹窗，标注“本次缴费立减4元”。记者本次停车53分钟，实际停车费为10元。看似立减优惠，实则暗藏陷阱：如果车主选择购买券包，

抵扣4元停车券后，叠加10元券包费用，实际需要支付16元，比原价多花6元。车主必须找到并点击取消按钮，才能进入正常缴费界面，整套流程耗时近20秒。

与之形成鲜明对比的是，金鹰国际彭城广场店地下停车场缴费流程规范简洁。扫码后直接进入缴费界面，无任何广告、弹窗和捆绑消费，全程仅需7秒，真正实现快速离场，为市区停车场合规运营提供范本。

违规弹窗、强制授权，涉嫌侵权违规

记者调查发现，停车缴费场景泛滥的营销弹窗已涉嫌违反国家相关规定。根据《互联网弹窗信息推送服务管理规定》，弹窗广告必须具备可识别性，明确标注广告字样，设置清晰关闭按钮、保证一键关闭，禁止通过弹窗恶意引流、跳转第三方链接。而我市部分停车场缴费页面广告繁杂、关闭按钮隐蔽、诱导跳转频繁，明显不符

合规范。同时，部分停车场强制要求用户关注公众号、注册会员、授权个人信息才能缴费，属于变相强制消费、超范围采集隐私信息，涉嫌侵犯车主合法权益。

此外，各类弹窗广告良莠不齐，部分内容存在夸大宣传、虚假优惠等问题，辨别能力较弱的车主极易被诱导消费，造成财产损失，引发消费纠纷。

职能界定尚不清晰，问题处置缺乏抓手

针对停车缴费弹窗广告、捆绑营销频发的问题，记者向相关职能部门核实管辖权责。市消保委工作人员表示，其工作职责主要集中在消费纠纷协调与调解层面，不具备行政执法权限，无法对平台违规行为开展查处和整改处罚。

市市场监管局工作人员回应，当前停车场扫码缴费弹窗营销乱象暂不在其常规监管权责范围内。从目前反馈情况看，该类型新型线上营销乱象的监管归属、执法边界尚未明确，各部门现有职能难以完全覆盖此类场景，导致问题发现后缺少明确处置主体，常态化监管和规范整治存在衔接空白，这也是乱象反复出现、难以根治的重要原因。

记者了解到，国内多个城市已率先开展智慧停车乱

象专项整治，出台明确规范，根治缴费弹窗问题。上海全面推行停车缴费“纯净码”模式，剥离所有广告弹窗、券包营销、会员强制注册功能，实现扫码即付、一键离场。成都、珠海等地相继出台专项整治方案，明确禁止停车缴费场景捆绑营销、弹窗骚扰、强制关注，压实平台主体责任，优化市民停车体验。

智慧停车的初衷是便民利民、提升城市治理精细化水平。层出不穷的营销套路不仅降低市民出行幸福感，也损害城市公共服务形象。业内人士建议，我市应尽快明确监管主体、补齐监管空白，出台停车缴费场景运营规范，清理各类违规弹窗、诱导消费和信息过度采集行为，借鉴外地“纯净”缴费模式，让停车缴费回归简单、便捷、纯粹的便民本质。

