

网络交易平台自动续费服务合规指引

第一章 总则

第一条 目的与依据

为规范网络交易平台自动续费服务行为，保障消费者知情权和自主选择权，防范“无感续费”“默认勾选”等消费陷阱，维护网络交易市场秩序，依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《深圳经济特区消费者权益保护条例》《网络交易监督管理办法》等法律法规，制定本指引。

第二条 基本概念

本指引所称的网络交易平台自动续费服务，是指网络交易平台经营者以自动展期、自动续费等方式向消费者提供会员服务、订阅服务或其他持续性服务，并在服务到期前或到期时依据消费者预先授权自动从消费者账户扣划相应费用的经营模式。

第三条 适用范围

本指引适用于本市行政区域内的网络交易平台经营者，以及通过网络交易平台提供自动续费服务的平台内经营者。

第四条 倡导原则

网络交易平台经营者提供自动续费服务时，应当遵循合法正当、公开透明、明示同意、显著提醒、便捷退订、权责清晰的原

则，不得利用算法或格式条款实施默认勾选、强制捆绑、隐蔽扣费、退订障碍等侵害消费者合法权益的行为。

第五条 落实主体合规责任

网络交易平台经营者应当建立常态化自动续费合规管理机制，定期开展合规自查、消费者权益影响评估与格式条款合法性审查，重点排查是否存在默认勾选、提示不显著、提醒方式不当、取消途径隐蔽、扣费规则不透明等问题，对同类违规问题立行立改，不得明知违规仍长期放任，切实落实主体合规责任。

第二章 自动续费公开透明

第六条 自动续费信息全面公开

网络交易平台经营者应当建立自动续费信息常态化公开机制，主动、全面、准确向社会公开与自动续费服务相关的信息。通过平台官方网站、App 规则中心、用户服务协议、专属公示页面、公告栏等固定渠道，采用简洁通俗、清晰易懂、便于查询检索的方式，完整公开自动续费的开通条件、扣费周期、扣费金额、扣费方式、提醒机制、取消途径、争议处理渠道，主动提升公众对平台自动续费模式的知情权、理解度与社会监督参与度。

第七条 核心规则显著公示

网络交易平台经营者向消费者提供自动续费服务时，应当在会员购买页面、服务开通页面、支付确认页面、个人中心等显著位置，持续公示自动续费的核心规则，公示内容应当通俗易懂，

不得使用过度技术化、晦涩难懂、易产生歧义的专业术语进行模糊表述，不得隐瞒、省略、混淆或变相隐瞒关键扣费规则，不得通过格式条款、隐藏页面、折叠信息、灰色小字体等方式规避公示义务，确保用户能够清晰知晓自动续费如何影响自身财产权益。

【司法实践】广州互联网法院在唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案中认定，某科技公司在 App 界面对自动续费的提示使用极不明显的灰色小字体，降低了用户注意到的可能性，且默认消费者同意，属于法律禁止的搭售行为，剥夺了消费者对接受自动续费的自主选择权，判决其退还全部自动续费扣款。（广州互联网法院，2025 年）

第八条 关键扣费因素公开

网络交易平台经营者在自动续费金额确定、扣费周期设定、优惠价格调整、服务权益变动等场景应用算法的，应当完整公开影响扣费结果的主要考量因素、各项因素权重规则、具体判定标准与计算方式。平台不得设置暗箱规则、隐性门槛或动态调整不透明权重，对可能影响消费者财产权益的关键指标，应当单独列明并作出通俗解释，切实保障消费者的知情权、监督权与公平交易权。

第九条 扣费规则合规公开

网络交易平台经营者运用自动续费模式开展会员服务、订阅服务的，应当以显著方式公开定价逻辑、优惠核算规则、价格比

较基准、适用条件、有效期限及限制情形。平台应当确保扣费金额真实、合理、无欺诈，禁止利用自动续费实施虚构原价、虚假优惠、未公示限制条件、差异化价格歧视、虚假促销等侵害消费者合法权益的行为。扣费规则发生变动的，应当同步更新公示内容，并提前以显著方式提请消费者注意。

第十条 规则调整提前公示

网络交易平台经营者因业务优化、规则升级、合规要求等对自动续费规则进行调整、更新或优化的，应当提前进行公示，不得擅自、秘密或突击变更扣费规则。公示内容应当明确说明规则调整的原因、具体调整内容、新旧规则差异、生效时间，以及调整后可能对消费者权益产生的实际影响，并为消费者提供便捷的退出或变更选项。

第三章 消费者权益保护

第十一条 禁止默认勾选与强制捆绑

网络交易平台经营者提供自动续费服务，应当征得消费者的明示同意，不得以默认勾选、强制捆绑、隐藏条款或其他方式诱导消费者开通自动续费。平台不得在消费者未明确知情并主动选择的情况下，擅自为消费者开通自动续费功能或将其作为购买其他服务的附加条件。

【司法实践】广州互联网法院在唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案中认定，某科技公司在 APP 界面对于自动续费的提

示使用极不明显的灰色小字体，且默认消费者同意自动续费，属于典型的法律所禁止的搭售行为，剥夺了消费者对接受自动续费的自主选择权。（广州互联网法院，2025年）

【司法实践】北京互联网法院在黄某诉亚马逊卓越有限公司网络服务合同纠纷案中认定，亚马逊卓越公司以“免费试享 Prime 会员”为名误导消费者注册会员，故意隐瞒“免费试享”期限及期满后自动从消费者绑定的信用卡上扣划会员费等涉及消费者实质性财产权益的信息，构成欺诈，判决退还会员费 476 元并三倍赔偿经济损失 1428 元。（北京互联网法院，2021 年）

第十二条 显著提醒义务

网络交易平台经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择。显著方式应当是足以引起一般消费者注意的有效方式，包括但不限于短信、弹窗、消息推送、电话等能够直接触达消费者的方式。

平台内信息、站内信等查看路径繁琐、标识不显著的通知方式，在平台内信息同时承载大量广告通知功能的情况下，不属于显著提醒。单一通知方式失效后，经营者应当继续履行提醒义务，采取替代方式确保消费者实际收到提醒。

【司法实践】最高人民法院 2026 年 3 月发布的消费者权益保护典型案例（谢某诉某视讯公司网络服务合同纠纷案）中，上海市浦东新区人民法院认定，某视讯公司虽通过平台内信息、手

机短信方式向谢某发送自动续费提醒,但平台内信息未设置自动弹窗提醒且查看路径不明确,在平台内信息同时承载大量广告通知功能的情况下,此种提醒方式难谓显著;在短信发送失败后,某视讯公司也未继续履行提醒义务,未能充分保障消费者关于续费的知情权和自主选择权,最终判决其对资金占用期间的利息损失承担赔偿责任。(上海市浦东新区人民法院,入选最高人民法院消费者权益保护典型案例,2026年3月发布)

【司法实践】广州互联网法院在唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案中认定,某科技公司在后续自动续费日期前,仅通过APP站内信的方式通知消费者,而该APP界面并未设计显而易见的“消息”标识,难以看到站内信息,且查看途径较为繁琐,消费者难以注意,未尽到“显著提醒”消费者注意的法定义务。(广州互联网法院,2025年)

第十三条 退订便捷性保障

网络交易平台经营者在自动续费服务期间内,应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项,并不得收取不合理费用。取消自动续费的入口应当清晰明了、易于查找,不得设置在冗长协议中、隐藏于多级菜单之下或设置不合理的退订障碍。

【司法实践】广州互联网法院在审理唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案后,向案涉平台发出司法建议,明确要求平台采取自动续费服务应征得消费者的明示同意,严格履行显著提醒消费者注意自动续费协议的义务,严格履行自动续费提前五日以显

著方式提醒消费者注意的义务，并优化退订流程。（广州互联网法院，2025年）

第十四条 免费试用与体验会员特别规范

网络交易平台经营者以免费试用、体验会员、首月优惠等方式吸引消费者开通服务的，应当在试用或体验开始前，以显著方式向消费者明示试用期限、试用期结束后是否自动转为付费服务、付费标准、扣费时间及取消方式。不得在试用期或体验期尚未结束时即提前扣费，不得将免费试用与自动续费强制捆绑。

【司法实践】广州互联网法院在唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案中认定，某科技公司在消费者购买的24小时体验会员尚未结束时，即在未通知、提醒消费者的情况下采取自动续费扣款，侵害了消费者的知情权和自主选择权。（广州互联网法院，2025年）

【司法实践】苏州市吴江区人民法院在审理金某诉某科技公司软件订购纠纷案中认定，某科技公司通过免费试用等营销手段吸引消费者开通会员服务，并在协议中约定免费试用期后自动开通付费续订功能，但未明显提示该条款，导致消费者在不知情和非自愿的情况下被扣款；作为格式条款提供方，对不利于消费者一方的条款未充分提示说明，该条款属无效格式条款，经调解该科技公司退还自动续费费用。（苏州市吴江区人民法院，2022年）

第十五条 格式条款提示义务

网络交易平台经营者以格式条款方式约定自动续费相关内容的，应当采取合理方式提示消费者注意与其有重大利害关系的条款，提示方式应当包括弹窗、强制阅读、加粗字体、下划线等足以引起消费者注意的方式，不得将续费协议与其他多个协议并列并以灰色小字体等不显著方式呈现。

对因误开通、未使用权益或未成年/老年人误触扣费的，应建立快速退款机制，不得以“虚拟商品概不退款”“权益已生效”等格式条款拒绝退费。

【司法实践】广州互联网法院在唐某诉某科技公司网络服务合同纠纷案中认定，某科技公司在设计会员购买页面时，并未通过弹窗、强制阅读等合理方式提醒消费者注意，反而使用消费者容易忽略的灰色小字体，且将续费协议与其他多个协议并列，使用户浏览页面时难以识别到与自动续费相关的重要信息，无法在知情基础上作出理性决策，违反了《民法典》关于格式条款提示义务的规定。（广州互联网法院，2025年）

第十六条 自动续费价格公平合理

网络交易平台经营者采取自动续费方式提供服务的，自动续费扣费金额应当遵循公平、合理原则。除经消费者单独确认的限时促销、新客专享等短期优惠活动外，自动续费扣费金额不得高于同一服务、同一周期、同等权益内容的常规手动购买价格。自动续费金额发生调整或优惠方案变更的，应当在调整生效前不少于十五日以显著方式告知消费者，说明调整原因、新旧价格差异、

权益变动情况及生效时间，并为消费者提供便捷的退出或变更选项。未经消费者明示同意，不得擅自提高自动续费扣费标准或缩减对应权益内容。

第十七条 权益到账确认与履约瑕疵处理

平台在自动续费扣费成功后，应当即时、准确、足额将对应服务权益入账至消费者本人账号，并发送到账确认通知。平台应当建立权益到账自动监测机制，对扣费成功但权益未激活、未同步或到账异常的情形主动识别并自动修复。消费者主张扣费成功但权益未到账、权益错充至非本人账号、权益与约定不符的，平台应及时完成核查与处理；确认属实的，应当立即全额退款或更正权益归属、延长服务期限，不得以“账号不互通”“权益已生效”“渠道不兼容”等为由拒绝履约或推诿责任。

第十八条 资金占用与利息赔偿

网络交易平台经营者未履行显著提醒义务或未经消费者明示同意擅自扣费的，除应当退还相应款项外，还应当赔偿消费者因此遭受的资金占用期间利息损失。平台不得以“已发送通知”“系统已提醒”等为由拒绝退费，除非能够证明消费者实际收到并知悉相关提醒内容。

【司法实践】最高人民法院发布的消费者权益保护典型案例（谢某诉某视讯公司网络服务合同纠纷案）中，法院认定某视讯公司未能充分保障消费者关于续费的知情权和自主选择权，最终判决其对谢某的资金占用期间的利息损失承担赔偿责任。（上海

市浦东新区人民法院，入选最高人民法院消费者权益保护典型案例，2026年3月发布）

第十九条 特殊群体保护机制

网络交易平台经营者向未成年人、老年人等认知能力受限群体提供自动续费服务的，应当建立特殊群体保护机制。对实名认证为未成年人或系统识别为疑似未成年人（如账号使用时段、消费行为特征、设备类型等符合未成年人特征）的账号，开通自动续费前应当通过短信、语音电话等有效方式向该账号绑定的监护人联系方式发送开通确认通知；扣费前应当再次向监护人发送扣费提醒，告知扣费金额、时间及取消方式。对六十周岁以上老年人账号，平台应当在开通自动续费时以语音播报、大字体弹窗等适老化方式显著提示自动续费规则，扣费前以短信或电话方式发送提醒。平台应定期对未成年人、老年人账号的自动续费开通及扣费情况进行合规审查，主动发现并纠正违规扣费问题。

第二十条 建立健全投诉处理机制

网络交易平台经营者应在网页、APP醒目位置公示人工客服入口、投诉流程及办理时限，设立自动续费专属维权通道，保障人工客服畅通应答，严禁以机器人模板话术敷衍诉求，对消费者提出的退费、关闭自动续费、合规整改等诉求，应在规定时限内明确反馈处理进度与结果。

第四章 平台内经营者权益保护

第二十一条 公平参与市场竞争

网络交易平台经营者不得利用自动续费机制对平台内经营者实施不合理限制或附加不合理条件，不得强制要求平台内经营者采用自动续费模式，不得对未采用自动续费模式的经营者实施搜索降权、流量限制等歧视性待遇。

第二十二条 收费与抽成透明

网络交易平台经营者以自动续费方式向平台内经营者收取服务费、推广费、技术服务费等费用的，应当完整公开计算方式、适用标准、收取依据、调整条件与变更程序。平台不得随意上调抽成比例、增设收费项目、隐形加价、重复扣费、变相摊派成本，不得利用自动续费机制加重经营者不合理负担，确保收费规则公平、公开、可监督、可追溯。

第五章 附 则

第二十三条 特别规定

本指引为网络交易平台自动续费服务合规指导意见，属于推荐性指引，不具有强制约束力。法律法规规章对自动续费、网络交易、消费者保护、公平竞争等另有规定的，从其规定。

第二十四条 指引解释

本指引由深圳市市场监督管理局负责解释。