

弹窗广告关不掉退不出 捆绑下载安装易卸载难

你的手机App里暗藏多少“牛皮癣”？

● 手机App给人们的生活带来了便利,但随之出现的开屏弹窗广告、强制下载注册以及诱导分享等问题也给用户带来了困扰

● 整治行动取得显著成效,互联网广告相关的多项规范性文件已经发布,但有些手机App呈现出“问题频出—监管治理—安全平稳—再次复现”等特征,手机App广告乱象仍然需要深入治理

● 要加大行政执法力度,健全信用记录监管机制,鼓励公民投诉举报维权;企业要履职尽责,为用户提供安全的App使用环境

□ 本报记者 韩丹东
□ 本报见习记者 张守坤
□ 本报实习生 王意天

打开一些手机App,便会遭遇弹窗广告,想关闭却找不到按钮,有些弹窗点击查看后,却跳转到了广告页面;在某款游戏短视频App上浏览视频,不小心点击广告页面后竟被下载了多个游戏App;注册某影视App,如果没有充值会员,刷剧时总会弹出要求分享的页面……

手机App给人们的生活带来了便利,但随之出现的开屏弹窗广告、强制下载注册以及诱导分享等问题也给用户带来了困扰。

而工信部近日发布的“优化App开屏弹窗信息展示方式”通知,让很多用户看到了希望。通知要求,互联网企业应在其App开屏信息和弹窗信息窗口设置明显、有效的关闭按钮,且不得使用整屏图片、视频等作为跳转链接,诱导用户点击或易造成用户误点击。

接受《法治日报》记者采访的专家认为,治理App广告乱象,需要从完善相关法律法规和行业标准,加强行政执法等方面发力,加大整治力度。

弹窗广告无处不在 频繁弹出难以关闭

在某款网络小说App上阅读时,小说每更新一次,就要被强制看一次广告,这让江苏南京市民王先生不胜其烦。“看完一本小说,要看不计其数的广告。”王先生吐槽说,他理解软件运营商的不容易,但频繁弹出的广告严重影响了阅读体验。

据王先生介绍,一些视频App,即使用户开通了会员,依然会弹出各种五花八门的广告,如前情提要广告、暂停页面广告、片尾广告、弹窗广告、跑马灯广告等。

“有些弹窗广告很烦人,影视剧情还在继续,左下角或右下角却开始滚动弹窗广告。以前的广告是一行字,还可以忍受;现在变成一张不算小的图片,停留时间也不短,挡住了部分影视画面,影响观看体验。”王先生说。

王先生的使用经历并非个案。上海市消费者权益保护委员会调查数据显示,在对600款手机App广告行为进行分析测试后,发现有58%会弹出广告,其中69.7%没有关闭键。

记者近日体验多款App也发现,许多App启动时,首先映入眼帘的就是全屏广告,一般持续时间为5秒至十几秒不等,有些广告设置了跳过或关闭键,而有些则没有,用户只能被动观看。

此外,一些App的广告页面关闭键或跳过键很小,极易误点,不小心点到就会跳转至广告页面,而广告页面里的返回键设置同样较小,极难发现。记者尝试关闭多款App的弹窗广告,一般要花3秒至10秒,使用体验大打折扣。

据江苏省消保委宣传部工作人员徐悦介绍,江苏省消保委今年线上调查发现,有46%的消费者反映网络弹窗对日常使用者工作



的影响程度很大,极为反感。弹窗广告内容存在低俗色情、虚假宣传药品及疗效问题,严重污染了网络环境,成为网民违法犯罪的诱因之一。

“不可关闭的弹窗广告违反了广告法、消费者权益保护法以及《互联网广告管理暂行办法》等多项法律法规规定,侵害了消费者的自主选择权,需要加以治理。”中国传媒大学文化产业管理学院文化法治研究中心主任郑宁说。

强制下载暗含套路 捆绑安装心机重重

除了弹窗广告,强制下载也是App屡遭诟病的乱象之一。

记者调查发现,强制下载问题主要集中在社交、购物、理财软件以及一些功能性应用程序中。

以某知名社交App为例,当用户使用该App查看Word等文件时,如果手机中没有下载其指定的浏览器,那么用户只能查看文档内容,不能在该页面对文档内容进行修改或放大字体查看。如果要使用修改编辑功能,则需下载该App指定的浏览器或者使用其他应用。

同样在这款App中,用户如果想要查看压缩包中的内容,系统就会自动跳转到一个页面,建议使用其指定的浏览器解压此文件。页面下方是一个“安装该浏览器解压”的选项。如果要使用“其他方式打开”,则需找到隐藏在“安装该浏览器解压”选项下面的一个灰色选项。

存在强制下载问题的还有一些购物App。

记者在某知名购物App中发现,如果要使用该App自带的“白条”支付功能,那么在还款时系统会“强烈推荐”用户下载其旗下的一款金融App。

如果用户觉得每次都要自己操作还款太麻烦,想设置自动还款,那么“白条”界面也会弹出一个窗口,上面注明开通此功能需要下载其旗下某款金融App,窗口下面则是醒目的“去下载”按钮。在此按钮下方,是一行灰色的小号字,写着“我要留下”。记者点击“我要留下”选项后,却发现自动还款功能其实是可以通过的。

有用户提出质疑:“既然不下载旗下金融App也可以开通自动还款,那为什么这款购物App一开始还要告诉用户‘需要’下载呢?”

此外,记者发现,如果在这款购物App卖出二手产品,用户收到的款项会被打入其“小金库”,而要想从“小金库”里提现,也需要下载旗下金融App。

家住天津市和平区的李先生热衷于打游戏,平时会刷一些游戏类短视频App。他发现,这些App经常会弹出一些广告,如果不小心点击,不仅会自动下载一些软件,而且还自动安装。“有时候刷了一晚上短视频,第二天发现手机上多了两个游戏App,想卸载还卸不干净,很烦人。”李先生无奈地说。

实际上,早在2016年,工信部就出台了《移动互联网应用程序软件预置和分发管理暂行规定》,规定未经明示且经用户同意,不得实施收集使用用户个人信息、开启应用软件、捆绑推广其他应用软件等侵害用户合法权益或危害网络安全的行为。

在郑宁看来,下载、卸载App是用户的权利,应用软件运营商应当尊重用户的意愿,强制下载,强制卸载都是违法的。“一些App运营商盲目追逐经济利益,采取侵害用户权利的方式,应当承担相应的法律责任。”

诱导分享套路满满 诸多用户不胜其烦

“许久没联系的朋友突然找我,该不会让我帮忙砍价吧?”

一些App诱导分享让诸多用户很是心烦,在北京某互联网公司工作的叶先生就饱受这类信息侵扰。

原来,几乎每隔一段时间,叶先生的手机铃声就会频繁响起。由于担心错过重要信息,不及时回复也显得不礼貌,他每次都会及时查看,可发现一些信息是好久不联系的同学发来的砍价或者分享某款App的链接。

“诱导分享这种套路不仅让分享的人很

烦,我们这种被动接收分享信息的人更烦。我如果帮点了,下次还找我咋办?我不点是不是又不太礼貌?”叶先生说。

根据叶先生提供的线索,记者也下载了这款App,发现里面处处是诱导用户分享的套路,包括集齐多少人砍价免费得产品、邀请新人激活大额红包等。

在某些影视App上,记者发现,如果只注册了用户,没有充值会员,用户在观看视频时,总会弹出要求分享的页面,一般在观看十几分钟或一半的时候出现,如果不分享则跳出视频界面,不能继续观看,即使重新打开,在相同分钟数时,也仍然会弹出分享界面,而且不能关闭,必须分享才能继续观看。

一些游戏App上同样充斥着各种诱导分享的内容,比如分享可以领取每日礼包、分享可以获得金币等。

对于这类现象,贵州新瑞林律师事务所律师吴旭梦直言,诱导分享或强制分享违背了用户的真实意愿,涉嫌侵害用户的自主选择权。

加大行政执法力度 营造安全使用环境

针对用户反映强烈、投诉较多的这些App违规行为,相关部门一直在行动。

2020年10月,国家网信办针对手机App弹窗广告乱象,出台了首批专项整治名单。

今年7月,工信部在持续开展的手机App专项整治行动中,就App开屏信息页面中存在利用文字、图片、视频等形式欺瞒诱导用户跳转等问题进行了集中整治。

近日,工信部又开展信息通信服务感知提升行动,要求优化App开屏弹窗信息展示方式,互联网企业应在其App开屏信息和弹窗信息窗口设置明显、有效的关闭按钮,按钮大小、位置、颜色应易于操作辨认,让用户“找得到,关得了”。App开屏信息窗口不得使用整屏图片、视频等作为跳转链接,诱导用户点击或易造成用户误点击,给用户带来不便。

受访专家指出,整治行动取得显著成效,互联网广告相关的多项规范性文件已经发布,但有些手机App呈现出“问题频出—监管治理—安全平稳—再次复现”等特征,手机App广告乱象仍然需要深入治理。他们一致建议,从完善相关法律法规和行业标准、加强行政执法等方面发力,不断加大对App违规行为的整治力度。

“个人信息保护法正式实施以来,很多App运营商都及时修改了用户协议,以符合法律法规,这说明立法立标对此类现象立竿见影的规制作用。针对App违规行为,还需进一步修改细化管理措施,制定针对各类App问题的个性化定制监管方案,用法律法规约束、规范App运营商发布广告、应用数据的经营行为。”徐悦说。

郑宁则建议,要加大行政执法力度,健全信用记录监管机制,鼓励公民投诉举报维权;企业要履职尽责,为用户提供安全的App使用环境,做到社会效益和经济效益相统一。

漫画/李晓军

□ 本报记者 万静

近日,市场监管总局办公厅印发《关于加强连锁食品经营企业食品安全监管的通知》(以下简称《通知》),要求进一步加强连锁食品经营企业食品安全监管,全力守护人民群众“舌尖上的安全”。

接受《法治日报》记者采访的专家认为,连锁食品经营企业门店众多,运营体系各不相同,容易导致食品监管出现漏洞。建议完善对食品安全链条的监管,从供应商、原材料、分销渠道到最终的物流,借助数字化力量实现前端可溯源、生产加工可监控、后端可追溯。

严格落实主体责任 确保实施处罚到人

今年4月以来,“小龙坎”火锅店、“蜜雪冰城”奶茶店、“华莱士”快餐店、“杨国福”麻辣烫店、“奈雪的茶”奶茶店、“大润发”超市相继曝出食品安全问题,引起社会广泛关注。

为加强连锁食品经营企业食品安全监管,守护好人民群众“舌尖上的安全”,市场监管总局办公厅印发《通知》,将连锁企业的食品安全责任主体明确为连锁经营企业总部,连锁食品经营企业总部要严格落实主体责任,对食品安全负总责。连锁食品企业要建立健全覆盖从总部到门店的食品安全管理体系,有效发挥食品安全管理机构作用,督促门店严格执行食品安全管理制度、操作规程等。同时加强自查自纠,定期全面开展食品安全自查,纠正违法违规行为,防范和消除风险隐患。此外还要制止餐饮浪费,要制定细化措施,通过主动提示提醒,在醒目位置张贴或摆放反食品浪费标识、合理确定数量分量、提供小份餐等措施减少餐饮浪费。

《通知》还要求,各地市场监管部门要切实加大违法行为查处力度。食品安全事件发生后,涉事门店所在地市场监管部门要迅速核查,依法严惩重处食品安全违法行为,严格执行食品安全法第一百三十四条规定,该责令停产停业的责令停产停业,该吊销许可证的吊销许可证。对发现食品安全违法犯罪线索的,要依法及时移送公安机关。根据涉事门店违法情形及企业的食品安全责任分工,按照食品安全法实施条例第七十五条规定,实施“处罚到人”。

市场监管总局相关负责人表示,食品安全没有“零风险”,但对食品安全领域的任何违法违规行为,必须坚持“零容忍”。

门店执行力度不一 市场易现漏网之鱼

食品企业连锁门店为何屡屡成为食品安全领域的薄弱环节?

中央民族大学法学院教授陈群峰分析认为,这与连锁食品企业对于食品安全的重视程度以及企业管理科学严谨程度密不可分。

“连锁门店旗下动辄有数十家甚至上百家分店,加盟店,门店又有自己的员工、店长,运营体系各不相同,有的是总部直管,有的是独立运营,总部要求与各个门店实际操作严谨程度存在差异,再加上利益驱动,总店要求是一回事,各个门店实际执行情况又是另一回事。”陈群峰说。

陈群峰以海鲜生鲜食材举例称,海鲜死后体内蛋白质迅速分解,其中一些物质会转化为有毒物质组胺。人食用一定量的组胺后会中毒,严重可致命。因此保证海鲜产品鲜活则要从事食材本身,保鲜设备上下功夫。“但是各个门店人流是不确定的,客源多的时候,往往就会出现‘萝卜多了不洗泥’的情况,总部虽然要求食品规制、从业人员资格以及利用专业检测仪器定期检测,但这些措施并非能一一落地。”

据中国人民大学法学院教授刘俊海介绍,食品行业向上可以追溯到食用农产品、农药、种子等“三农”问题,向下可以延伸至食品的生产、加工、包装、保鲜、贮存、运输、销售与餐饮服务等行业。食品安全责任制需要覆盖与食品安全相关的方方面面。

“与此同时,我国食品形成产业规模化、集约化程度加强,市场活力显著。市场扩张的同时也对市场秩序提出更高的要求。当监管对象由点变成面时,先前的管控手段和管控力度被削弱。规模化市场控制难度较大,力度跟不上扩张速度,市场秩序容易失衡,易出现漏网之鱼。”刘俊海说。

多方协力共同监管 食品安全不容松懈

市场监管总局相关负责人介绍,今后市场监管部门将继续充分利用监督检查,抽检监测、媒体监督、投诉举报等途径发现食品安全风险隐患,综合运用信用联合惩戒等手段对违法者及上下游相关生产经营者优先实行最严格的监管。同时,对食品安全典型案件查处一批曝光一批,不断净化食品安全环境,强化食品安全社会共治。

陈群峰分析称,在食品市场经营活动中,总部和分店、加盟店的法律关系不论是否相对独立,在共同经营运用同一个品牌的责任方面都是统一不可分割的。按照食品安全法的规定,企业是承担食品安全责任的第一人,需要对分店或者具体门店进行约束和监督。

“通过对一个门店‘曝光’,引发公众的担忧和监管部门的介入,就可以合力推导出,在同一品牌、同一经营链条里,别的店也可能存在类似风险,需要对其他分店进行风险监测和排除,这种以点带面的执法方式,其实就蕴含着食品安全最严监管的底线思维。”陈群峰说。

刘俊海认为,应坚持和完善对食品安全链条的监管,“将食用农产品质量安全、食品生产经营安全以及食品安全相关领域工作,纳入食品安全责任制范畴,有助于完善食品安全监管和执法体制,整合监管职能,加强监管协同,有利于形成市场监管合力”。

他提出,连锁食品企业往往供应链较长,这就需要从供应商、原材料、分销渠道到最终的物流等,借助数字化的力量实现前端可溯源、生产加工可监控、后端可追溯,最大限度保障送到加盟商手中的食材新鲜健康。

在刘俊海看来,涉及人工的操作是食品安全高风险环节之一。因此除了关心常规的生产制作、物流渠道等方面,还应该关注人的行动。对于加盟商的员工培训是至关重要的一个环节,配套的奖惩措施也要制定并严格落实。

市场监管总局印发《通知》加大连锁食品经营企业监管力度 专家建议借助数字化全链条监管食品安全

欢迎订阅2022年《长安》杂志

讲述政法故事 传播政法声音

长安

中共中央政法委员会主管

定价: 每期12.5元 全年150元 咨询电话: (010) 66529988 - 1421/1419/1408

国内统一刊号: CN11-3295/D 邮发代号: 2-299

扫码订阅

2022年《长安》杂志

党政干部和基层网格员开展平安建设、法治建设工作的

广大理论工作者从事法治建设、社会治理研究的

人民群众学习法律知识, 增强法治观念的

指导手册

信息宝库

生动平台

《长安》推出

“纸媒+数媒”复合订阅产品

免费提供170种畅销期刊和300种精选有声读物

长安评论微信

天下长安网站

长安强国号

长安 APP