责任编辑 陈宏光 E-mail:lszk99@126.com

每有引人关注的社会事件、法律问题发生,律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法 律解析,让您不用出家门就可享受"律师服务"

打开手机App先要看广告?

律师:涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权

据"新华视点"报道,当前, 手机中的各类 App, 已成为人们社 交、购物甚至工作中必不可少的应 用。但大部分 App 在启动的第一 时间, 使用者并不能直接进入应用 主页, 而是会先看到数秒第三方广 告,一些广告还设置各种"套路" 诱导使用者点击。记者发现,这类 广告不仅无法关闭, 在其背后还存 在着窃取用户隐私等问题。

打开容易关闭难

"现在使用手机 App, 打开后 先等待开屏广告已经习以为常。 济南市民王云龙说,不管换再好的 手机, App 的打开速度都不会很 快,因为总要先看上几秒的广告。

记者测试了多款手机 App,发 现多数有开屏广告。时间长短不 有的时长为3秒,有的为5 秒,最长的为9秒。

不少用户反映,在一些 App 的开屏广告中还存在各种网贷平 台、博彩平台的广告,不小心点击 后就会跳转到注册页面。有的页面 连关闭按钮都没有,必须清理手机 后台,彻底关闭 App 才能退出。

此外, 更让用户难以接受的 是,虽然大多数手机 App 的开屏 广告页面有跳过按钮, 点击后即可 跳过广告。但在 App 的设置页面 内,并没有可以取消开屏广告的选 项,这意味着使用者没有办法彻底 关闭开屏广告。

开屏广告对老年人造成的困扰 尤其明显。 一些老人在打开手机 App 后,往往会无意中点击开屏广 告,导致跳转到其他网页中,或下 载了某款软件。

"花式"伪装套路用户

记者发现,一些 App 还能够 抓取手机用户在其他 App 或网页 中的搜索和浏览数据,实现开屏广 告的"精准"推送。

记者使用手机进行测试, 在某 电商软件中搜索"冰箱"并浏览一



段时间,随后打开另一款App,就 发现开屏广告中出现了关于购买冰

些手机 App 为不让用户跳 过广告并诱导其点击广告,使用了 不少"花式套路":

例如,在开屏广告页面,"跳 过"按钮设置在不起眼的右下角, 颜色与背景色调一致, 使用小号字 体, 让用户不易察觉。同时, 屏幕 正中央显示一个带有关闭叉号的提 示,用户只要点击叉号,就被"套 点击了广告。

此外,一些开屏广告还进行伪 装, 变身成微信零钱提现、微信红 手机网络设置、未读消息、版 本更新、无网络服务提示等消息提 醒的模样,诱骗用户点击。

记者测试几款 App 发现, 旦在开屏广告界面按照广告中的 "提示"点击了屏幕, 便会跳转到 购物 App; 如果手机里没有这款 App, 系统会自动弹出下载页面, 在整个跳转过程中,使用者想取消 都来不及。

还有用户表示, 为了让使用者 观看广告,一些 App 在开屏广告 出现后并没有"跳过"按钮,过了 2 秒后"跳过"按钮才会出现。

窃取隐私须加强监管

上海市消费者权益保护委员会去 年 12 月发布的《App 广告消费者权 益保护评价报告 (2020)》显示,测 试的 600 款 App 中 58%含有广告, 其中69.7%的广告没有"关闭键"

中国社会科学院法学所副所长周 汉华说,《广告法》第四十四条规 定: 在互联网页面以弹出等形式发布 的广告,应当显著标明关闭标志,确 保一键关闭。《互联网广告管理暂行 办法》中也规定,不得以欺骗方式诱 使用户点击广告内容。

关不掉的手机 App 广告不仅困 扰消费者,还涉及侵犯个人隐私。北 京大成 (济南) 律师事务所律师张博 文说, 手机 App 开屏广告难关闭, 涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权。 对互联网企业强推开屏广告, 窃取用 户个人隐私的行为,消费者可直接向 监管部门投诉。

此外他建议, 在电视开机广告的 规范方面,中国电子视像行业协会制 定了《智能电视开机广告服务规范》。 互联网主管部门也可以通过制定行业 标准,对手机 App 开屏广告进行统 一规范和管理。 (邵鲁文)

要当家长先要关注公众号?

律师:应遵循自愿原则

据《工人日报》报道, 位家长,请关注×××公众号,点 击第二季任意一期进行注册,务 必注册""请大家扫码下载××× App 并注册,注册成功请接龙" "请大家尽快填写×××App 下载 注册个人信息"……最近一周, 家住山东青岛崂山区的李女士反 复收到孩子班级群内发布的下载 App、关注公众号的通知。 级经常有这样的通知, 不注册都 不行。"李女士说。

李女士的女儿就读于崂山区 某小学,从入学起便时常收到关 注公众号、下载 App 的通知。 "必须下载注册,有的后台能查 询到注册人员信息, 规定时间内 没有下载关注, 班主任会私信

一次下载注册成功时, 李女 士私下向老师表达了不想下载的 意愿,老师无奈地说,如果家长 不下载就没法向领导交代。 便像老师说的那样先下载注册后 删除,我的个人信息也已经泄 露。"面对学校的"软命令",李 女士很无奈。

同样的困扰也发生在姜先生

姜先生的儿子就读于青岛市 南区某小学,他向记者展示了自 己手机上各种教育小程序、企业 号和 App, 其中学校企业号里包 含问卷投票、校园快讯、学校小 助手、数字阅读、学校通讯录、 作业等功能。

当记者询问这些功能与学生 学习关联程度时, 姜先生表示, 关注以后利用率非常低, 偶尔会 有老师推送一些通知要求, 信息 价值并不高。

不过,也有家长对此表示理 家住崂山区的赵先生表示. 虽然下载注册有泄露个人信息的 风险, 但也能理解校方的初衷和 "也不是什么麻烦事儿, 尽量支持老师工作"

学校为何热衷于推行小程 序、发动家长下载各种 App? 记 者通过调查了解,发现原因有

一是随着"互联网+教育"的 蓬勃发展,各校都在探索新的教育 模式,借助网络平台开设公众号、 企业号、小程序, 搭建学校与家 长、学生教学沟通的平台,是一种 便捷有效的手段。

二是随着"不得给小学三年级 以下学生布置书面作业"规定的下 发,许多线上作业App相继出台, 老师将线下作业转移到线上, 这无 疑增加了相关 App 的下载。

三是一部分公众号和 App 关 注下载,是通过正式通知下发到学 校的,其目的是想通过学校对家长 的影响力提高公众号和 App 的关

山东元衡律师事务所律师刘冉 告诉记者,教育部等九部门联合印 发的《关于引导规范教育移动互联 网应用有序健康发展的意见》规 定,教育行政部门和学校选用教育 App 应征求师生、家长意见且不得 向学生及家长收取任何费用,不得 植入商业广告和游戏,推荐使用的 教育 App 应遵循自愿原则,不得 与教学管理行为绑定,不得与学 分、成绩和评优挂钩。

刘冉表示: "虽然各类 App 都免费提供给家长使用, 但大部分 App 需要上传本人身份证件信息 等, 涉及个人隐私, 家长作为实际 使用者应有自主选择的权利。"

家长姜先生认为,虽然可以理 解学校的初衷,但目前各类教育 App、公众号确实过多。他建议教 育部门开发统一的教育平台, 具备 信息发布、作业布置、班级通知、 疫情防控、调查问卷、保险购买、 费用缴纳等多项功能。同时也应与 相关部门达成一致,尽量避免通过 学校途径引导家长下载关注 App 等行为。

有专家认为,学校如果想借助 新媒介搭建与家长的良性沟通,首 先要梳理统筹 App、小程序的各项 功能,减少填报频次,减轻家长和 学生的压力。另外,将其作为家校 合育的有效工具, 让家长真正接受 这种互动方式,才能起到事半功倍 的效果。

(杨明清 张嫱)

玻尿酸美瞳让眼睛更水润? 律师:不实噱头涉嫌欺诈

据《北京青年报》报道, 近年 来, 玻尿酸频频出现在人们视线 里,除了医美等领域,口服玻尿酸 产品也日渐增多, 如今更有商家推 出了玻尿酸隐形眼镜。

记者调查发现, 电商平台上有 不少冠有"玻尿酸"名头的美瞳产 品. 宣称能让眼睛"长效水润" "自由呼吸"。于是不少玻尿酸的忠 实粉丝开始对这个新产品表现出极 大的兴趣,纷纷下单购买,将这款 产品推成"网红"。但也有消费者 对此产生疑问,美瞳+玻尿酸是真 的有效还是商家的营销噱头?

明星代言月销超10万

- 些近视人群为了美观会选择 隐形眼镜,但是长时间佩戴容易出 现眼睛干涩等不舒服的情况,鉴于 "玻尿酸"在补水保湿方面的市场 认知度,很多商家便售卖起了玻尿

酸美瞳, 宣传中不乏"具有锁住水 分功能, 让眼睛更加水润舒适"等

在 618 预售期间,一款主打 "长效水润""自由呼吸"卖点的 玻尿酸美瞳产品,引起广泛关注, 据该品牌官方介绍, 开售 30 分钟 便爆卖 27000 盒。并声称其是国内 首个将玻尿酸成分技术引入到美瞳 中的品牌

记者在电商平台通过关键词搜 找到8家销售玻尿酸美瞳产品 的品牌,以日抛型居多,10片美 瞳的价格在60元到80元之间,比 普通日抛美瞳的价位略高。

从销量排行看,从几百到数万 不等。其中, 某明星代言的一款玻 尿酸美瞳产品月销量超过了10万。

如何"含玻尿酸"语焉不详

多个商家表示, 玻尿酸美瞳属

于新产品,但对于玻尿酸成分存在 干何处, 各家的说法却并不一致。

有的产品宣传中表示是在镜片 中含玻尿酸成分, 但是对于作用原 理,其并未回复。还有的称是镜片 保存液中含有该成分, "美朣镜片 本身不含玻尿酸, 所以包装上的成 分不会写玻尿酸。"某明星代言产 品的客服解释称。

不过记者注意到,该品牌官方 于 2019 年 10 月 17 日曾发布过玻 尿酸美瞳介绍, 当时称"玻尿酸美 瞳是在美瞳中加入了玻尿酸,玻尿 酸具有非常好的锁水分功能, 佩戴 玻尿酸美瞳, 可让眼睛更加水润舒 适"。并在广告语中提到"工作十 几个小时也不会觉得眼睛干涩"

当记者就这份宣传表述再次询 问该客服时,对方发来一个产品链 接,并回复称,是保存液中含有玻 尿酸成分,而非镜片中含有玻尿

宣传噱头涉嫌欺诈

承担玻尿酸相关课题研究的学 者、山东大学药学院制药工程学研 究员郭学平告诉记者, 之前有相关 报道、学术论文提出将玻尿酸添加 到隐形眼镜镜片, 但目前这个技术 尚处于研究阶段,现在市面上还没 有这种产品。对于保存液中添加玻 尿酸成分的作用, 他认为还是主要 看消费者的使用体验,很难明确去

河南省立眼科医院副主任医师 王树林也表示,目前尚无向"美 瞳"中加入玻尿酸的工艺、即使工 艺上可以实现,实际上也不需要。

对于某些商家所称的"保存液 含玻尿酸,玻尿酸可溶到镜片上, 从而达到保湿的效果"这一说法, 王树林也认为是不合理的。如果将

"玻尿酸"加入到保存液中,也许

对保湿并没有坏处,但"玻尿酸"肯 定不会溶到镜片上去的。

食品工程博士云无心介绍, 在玻 尿酸食品的推广中,经常会看到"根 据多项研究发现,通过食品、保健食 品等口服透明质酸可改善人体皮肤水 分,具有体内抗氧化,改善关节功能 骨质疏松、修复胃黏膜损伤等作用, 目安全性高"的说法。

他认为这个"多项研究"就是随口一说,真正严谨可靠的人体实验几

北京创为律师事务所律师马桂吉 表示,经营者向消费者提供有关商品 或者服务的质量、性能、用途、有效 期限等信息, 应当真实、全面, 不得 作虚假或者引人误解的宣传。主打玻 尿酸概念,并在宣传中称其为"玻尿 酸美瞳",却不在成分中明确标明, 商家的这种操作不仅容易让消费者误 解,还涉嫌欺诈。