

# 手机APP广告乱象何时休?

7月8日,工信部发布信息显示,经过对手机APP用户反映强烈、投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为进行集中整治,2021年第二季度,开屏弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,误导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%。

记者调查发现,当前手机APP广告难以关闭、侵害隐私、涉黄涉赌、弄虚作假等问题仍屡禁不止,治理力度不能减弱。

## APP广告风险让你的手机变“手雷”

“我手机里有20多款APP,不少一打开就弹出广告,使用时也会时不时弹出。”北京朝阳张女士告诉记者,手机APP广告“轰炸”令她非常烦恼。

上海等多地消费者权益保护机构发布消息称,当前网民深恶痛绝的手机



APP广告乱象仍然“顽疾难断”。

——或无法关闭或“隐藏”关闭,广告关闭难上加难。上海市消费者权益保护委员会称,在对600款APP广告行为分析后,发现近六成在使用时会弹出广告,其中近七成没有“关闭键”。此外,在APP个性化广告中,仅14%有关闭入口。

日前,记者使用微信、汽车之家、36氪等手机APP时发现,个性化广告推荐关闭入口选项设置隐

蔽,流程繁琐,用户难以发现。

——一个广告“炸”出一串广告,广告推送威胁隐私安全。杭州的鲍女士近来忧心忡忡。“我发现我只要在一款电商APP上浏览过什么商品,其他APP上竟然就会反复收到这类商品的广告推送。”

——部分手机APP广告涉黄涉赌涉假问题仍存在。记者发现,用百度APP浏览部分网页时,网页上的涉黄广告仍能正常显示。还有不少直播类、视频

类手机APP中含有违法广告图片,点击后将用户导向涉赌涉黄等违法内容。

### 监管治理难度大

前瞻产业研究院发布数据显示,截至2020年末,我国安卓应用共计330.7万款,IOS应用共计210.1万款,庞大的市场规模中也隐藏着不小的风险隐患。

业内人士向记者透露,当前手机APP广告收费已非常成熟且高度细化。有的广告按照曝光量收费,每千人收费5~20元不等,这类多是信息流广告;有的按照点击量收费,每次点击约1元,这类多是个性化定制广告;有的按投放时间收费,可选择24小时内任一时间段投放广告,不同APP费用差距较大,这类多是开屏广告。朋友圈广告更加“简单粗暴”,目标人群、投放时间、投放地区都能明码标价。

暴利引人趋之若鹜。记者调查发现,正常的APP广告价格已有相当的

利润空间,而违规广告因大多涉赌涉黄,价格更高,往往是正常市场价格的数倍之多,有些甚至能达到数十倍。

部分平台心存侥幸,钻规范漏洞。某视频APP平台运营人员韩先生告诉记者,手机APP以闭环广告为主,通过图片和视频设置“购买链接”,消费者直接跳到其他平台的购买页面,广告展示平台不用负责任。

此外,技术上的难题也增大了治理难度。北京市市场监管局表示,由于手机APP种类繁多,不同类别APP从事广告经营活动的方式和广告发布主体也不尽相同,监管方需要持续针对海量各广告行为进行具体甄别,难度很大。

### 多角度发力治理“断病根”

中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示,手机APP广告乱象已侵犯消费者隐私权、安全保障权、知情权与选择权。他认为,应加强执法力度,制裁和打击手机APP开发主体、平台机构及相关灰色产业链,激活公司理性自制的免疫力。

中国信息通信研究院安全研究所数据安全研究部陈湉建议引进公益诉讼,让违法违规手机APP广告发布主体切实承担相应责任。行业协会应开展自清行动,进一步明确APP广告发布者的责任义务,明确企业社会责任,杜绝违法违规垃圾广告投放,重视从技术研发方面堵住漏洞。

工信部方面表示,APP用户权益保护关乎人民群众获得感、幸福感和安全感,将把整治APP侵害用户权益作为“我为群众办实事”重要举措,不断加大工作力度,扎实推进APP专项整治往深里走、向实里去,强化提升用户感知,为广大群众营造更安全、更健康、更干净的APP应用环境。

(据新华社报道)

AIR CHINA  
中国国际航空公司

# 与世界美好相容

国航于2021年7月14日开通呼和浩特-成都天府航线,  
航班信息请关注中国国航APP

航线	航班号	出发时间	到达时间	航班周期	执行日期
呼和浩特-成都天府	CA8131	17:00	19:25	每日	7月14日-10月30日
成都天府-呼和浩特	CA8132	20:35	23:00	每日	7月14日-10月30日



中国国航APP