

2021年1月14日  
星期四  
编辑/吴承江  
组版/胡燕舞  
校对/陈文彪

## 变着花样的手机APP自动扣费该管管了

杨玉龙

时评

如今,APP占据了消费者的手机,但是,你有没有发现,近段时期以来,一些手机APP似乎“变坏”了,订阅变成了“自动续费”,“免费试用”变成了APP的长期“饭票”,一些APP更是在半夜三更偷偷自动扣费,让人防不胜防。(1月12日《中国消费者报》)

可以肯定的是,订阅变成了“自动续费”,“免费试用”变成了APP的长期“饭票”,就是在拿消费者开涮。从法律角度来看,《电子商务法》第十九条规定,电子商务经营者搭售商品或者服务,应当以显著方

式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。可见,偷猫扣费或者自动扣费,显然是违法行为。

实际上,APP自动扣费现象,媒体早有报道,但是此类现象并未绝迹,根本原因在于监管执法不力。针对上述现象,消费者完全可以向有关部门进行投诉举报,而有关部门应责令经营者限期改正,没收违法所得,并依法依规对其进行处理。当然,更为重要的是,监管执法须常态化进行,应有“主动”出击意识,而不能只“被动”出手。

行业自律很有必要。据报道显示,2019年,央视曾对50款热门付费软件做过一项调查,发现七成以上都有自动续费的

功能,并且不少APP都涉嫌忽悠用户自动续费。行业操守的失范,无疑纵容了此类不法现象。对此,经营者须认识到,对于同类APP,消费者完全可以“用脚投票”,不保障消费者合法权益,就会遭到市场淘汰,与其如此不如依法行事。

消费者也应增强防范意识。比如,有些APP通常在开通界面存在误导消费者点击的情况,续费或自动提醒多为小字标注或不标注,且突出免费字样,消费者一旦按照按键顺序,进入后就会成为自动默认续费的状态。所以,消费者在下载使用APP时当多些防范,避免被套路所伤,当自身权益被侵害时,应及时进行依法维权。

## 市场星报

国内统一刊号CN34-0062  
邮发代号25-50



新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115  
总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582



市场星报电子版  
www.scxb.com.cn  
安徽财经网  
www.ahcaijing.com  
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份  
全年定价 240元  
法律顾问 安徽美赫律师事务所  
杨静 律师  
承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

## 时事乱炖

## 模拟健康码,是对疫情防控的挑衅

吴昊



此“毒”应快杀 王恒/漫画

“模拟各地区健康码/复工码/通行码的不同显示风格”,“可展示绿码/黄码/橙码/红码状态”,“可自定义显示数据,如地区、城市、姓名等”……近日,一名数码博主在其新浪微博称,某手机应用商店有一款可模拟各地区健康码状态的软件。目前,

该应用已下架,警方已介入调查。(1月12日《澎湃新闻》)

推出的“模拟健康码”,无论是用于演示,还是用于其他,于人于己都没有好处。一方面,若个人利用模拟健康码软件,伪造自身健康码,虽然看起来能够“通行无阻”,但其实是对自身及身边人健康的不负责任。另一方面,模拟健康码,将个人健康码从红码、黄码“伪装”成为绿码,是对疫情防控工作的挑衅,更是违法犯罪的行为,扰乱社会公共秩序,将会依法受到相应处罚。

如果企业想真心助力疫情防控,不妨在健康码的适老化改造、方便群众防疫防控等方面做文章、抓优化,而不是弄虚作假,甚至借机炒作,推出这种妨碍疫情防控的软件。对于个人而言,面对这种无良软

件,除了坚决抵制不用之外,还需要主动上报,以免被别有用心者利用。相关执法部门也得网上网下同步发力,依托大数据、人工智能等技术,对产生的类似“山寨”防疫软件,强屏蔽、严打击,对背后的灰黑产业链条顺藤摸瓜,铲除其生存的土壤。

除了源头查处,末端防范也是必要的。一些地方规定,出入通行必须出示健康码,但是对于健康码的真伪仅靠肉眼甄别。有的地方的管理人员,只是一看而过,对于健康码的地区、城市、姓名等都不细看,这些人造的漏洞,也助长了不法分子弄虚作假的气焰。

为此,遏制模拟健康码、虚假健康码,在通行环节也需要“人防+技防”。利用机器扫码代替人工“看码”;引入人脸识别技术,比对人脸信息;提升出入口管理人员鉴别能力,增强他们的责任心,对每一个出入的健康码逐一验证……多措并举,让健康码真正起到守护健康的作用,让那些“浑水摸鱼”之人另寻他路。

## 热点冷评

## 别让超市“美颜灯”伤害社会诚信

苑广阔

王先生在超市生鲜区购买猪肉时发现了一个“怪现象”:“所有肉类上面都有一个暗红色的灯照在肉上面,仿佛进入迷幻场景一样。”王先生称,所有的肉品全是一片红色,尽管给人的感觉很红润,但反倒红得不真实,让人感觉很不舒服。记者在网络检索发现,已有多人反映过这一“红灯照肉”的问题,买到过质量不好的肉,并质疑红色光线易掩盖瑕疵误导消费者。(1月13日《成都商报》)

商场超市使用“美颜灯”,已经不是个别现象,在国内多数城市都普遍存在。面对质疑,有超市的销售人员表示,这些灯都是超市统一安装的,主要目的就是“为了好看,别的没啥”。

但问题恰恰就出在这个“好看”上,根据灯具销售人员的说法,这种近年来流行起来的“美颜灯”又被称为“生鲜灯”,不同颜色的灯光具有不同的效果。如果是肉类,红光会让肉品显得更红润,如果是绿色蔬菜或者冻品,就可以用冷白光的灯,这样看起来就会更加新鲜,而

如果是橙子等水果,则可用暖黄色的灯光。说到底,就是通过灯光照射在肉类、蔬菜、水果上,营造一种肉眼看上去更加新鲜、饱满的效果。

商家的这种做法,虽然还没有哪个部门给出明确的界定和说法,但通过“美颜灯”给商品进行美颜,营造出来一种虚假的效果,是对社会诚信的一种伤害。与此同时,按照《消费者权益保护法》中消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利,以及经营者在提供商品时提供信息应当真实全面的相关规定,如果商家在销售猪肉等食材时,依托灯光掩盖了可能存在的质量问题而不告知消费者,对消费者产生误导,则涉嫌侵犯消费者权益。

经商之道,诚信为本。这种依靠“美颜灯”营造出来的虚幻假象,已经引发了消费者的反感,等消费者走出超市,本来光鲜亮丽的商品现出原形,难免给人一种上当受骗的感觉,所以还是希望商家把这样的小聪明收起来为好。

## 非常道

## 董明珠,如果都去做抖音,没有实体经济支撑,你能行吗?

格力董事长董明珠说:“现在我们通过互联网,很多年轻人在搞抖音,有人跟我讲,我们搞一个自媒体在上面发表发表就可以发财。我想,如果我们都去做抖音,我们都去做互联网,没有实体经济的支持,你能行吗?制造业的崛起才能真正改变世界。” @电商报

## 微声音

## 每年洗1次牙 心血管疾病风险降低14%

《欧洲心脏杂志》发表的一项涉及25万人的队列研究显示,每天多刷一次牙的人,心血管疾病风险低了9%,而且那些每年刷牙超过1次的人,心血管疾病风险则降低了14%。研究发现,患有牙周病、龋齿或牙齿脱落的人,心血管事件风险更高。而每天刷牙次数越多,以及每年至少洗牙一次,则会降低心血管病风险。

@生命时报