

应尽快将APP是否续费的选择权还给消费者

杨召奎

近日,央视财经频道点名了多个APP存在自动续费问题,引发舆论热议。

所谓APP自动续费,简单来说,就是消费者本想只开通一个月会员却在第二个月被自动扣费,或者是只想低价体验两天会员服务却在体验后被平台自动扣了一个月会员费。而在这一过程中,一些APP不仅没有显著提示,而且还故意将自动续费等关键信息以小字、字体淡化等方式显示,误导消费者。

从消费者权益保护法来看,消费者享有自主选择商品或者服务的权利,因此APP是否续费的选择权在消费者手中。自动续费问题涉嫌侵犯消费者的选择权、知情权。同时,这一问题也涉嫌违反电子商务法,该法第十九条规定,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。

APP自动续费问题也引起多个监管部门重视。市场监管总局制定的《网络交易监督管理办法》明确指出,网络交易经营者

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5日,以显著方式提请消费者注意。

今年2月,工业和信息化部发布的《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》规定,采取自动续订、自动续费方式提供服务的,应当征得用户同意,不得默认勾选、强制捆绑开通。在自动续订、自动续费前5日以短信、消息推送等显著方式提醒用户,服务期间提供便捷的随时退订方式和自动续订、自动续费取消途径。今年7月,工业和信息化部新闻发言人、总工程师赵志国表示,将重点整治用户反映突出的欺骗误导下载、强制自动续费等痛点问题。

然而,从央视财经的报道来看,一些APP对相关部门的要求置若罔闻,依然在自动续费问题上采取默认勾选的方式,而且很多APP也没有在自动续费前5日以短信、消息推送等显著方式提醒用户。更令人气愤的是,在被自动续费后,消费者往往面临投诉无门、退款难等问题。

一些APP虽然宣称会员服务可随时取

消,但现实是购买容易取消难,有的APP退订入口字小难找、层层设卡操作复杂,而且没法在APP里取消,还要进入第三方支付软件操作。有的APP为了防止用户取消会员服务甚至提前数天自动扣除下个周期费用,让消费者防不胜防。

这些APP之所以敢无视相关法律法规及有关部门的要求,主要在于其违法成本低,而消费者维权成本高。

因此,要将APP是否续费的选择权还给消费者,还需要有关部门加大监管以及处罚力度。对于消费者大规模投诉或被媒体曝光的APP,有关部门要主动出击、从严处罚、公开曝光,以形成震慑,不能仅仅止于约谈。同时,还要建立线上线下一体化的消费维权渠道,提升消费纠纷解决效率。此外,依照相关规定,可要求第三方支付平台在默认代扣前5天对消费者实施显著提醒,让消费者自主选择退订或续订,并提供便捷的退订入口。

对于APP来讲,与其绞尽脑汁算计消费者,倒不如从优化服务出发,带给用户更好的会员消费体验,提高用户的黏性,让用户自愿续费才是长远发展之道。

张丽

这个暑期,逛博物馆成了一件热门的事;随之而来的,是约不上门票的大量吐槽。可喜的是,近期多地博物馆宣布调整开放时间,取消周一闭馆惯例。如近日陕西历史博物馆发布公告称,在暑期实行周一不闭馆;杭州则调整52家市属国有博物馆的开放时间。据不完全统计,南京、沈阳、呼和浩特、成都等地的知名博物馆也对开馆时间做了调整。

博物馆是文物藏品的守护者,是文化空间的建设者,也是连接历史与未来的纽带,是传承文明与弘扬文化的殿堂。伴随文旅行业的强劲复苏,博物馆已经成为青少年研学的首选,也是成年人向往的学堂。但不可否认的是,前一段时间各家博物馆整体上准备不足,在预约制度、讲解服务和秩序维护上,与参观需求的激增并不匹配。

也许有人还记得博物馆曾经门可罗雀的情景,博物馆工作人员也表示,还真没怎么遇到这样大的人流。为什么现在无论大人孩子都这么喜欢去逛博物馆?一方面是展览和陈列主题更加鲜明,布置更加符合观展感受,藏品介绍也更加立体;更重要的原因是,公众保有对传统文化的热情,对文物的好奇和对历史的求知欲。各地博物馆延时开放释放出的善意,无疑是公众参观热情的一种回应和呵护。

博物馆天天见的呼声日益高涨,对博物馆的发展也是良好的机遇。当然,打破周一闭馆惯例、延长开放时间等举措,意味着博物馆人力和物力的更大投入,意味着管理方式和思路的调整。对温度已经升起来的博物馆热,如何保温、加温,考验各地博物馆的管理智慧和水平。

国家发改委发布的《关于恢复和扩大消费的措施》,国家文物局印发的《关于加强博物馆暑期等节假日开放服务工作的通知》,都明确提出要引导博物馆延长开放时间。各地博物馆的种种革新举措,是对政策的积极响应。不过,暑期眼瞅着就要过去了,也有游客担心,刚刚打开的大门会不会又要关上?

博物馆延时开放能够成为假期惯例,无疑是社会新的期待。其实,不仅仅在假期,根据展览内容和观众需求,及时调整开放时间和预约制度,在不妨碍展品休息的前提下,让中华文明的灿烂瑰宝获得更多展示,让更多人直观地穿越古今、对话先贤,让博物馆社会效益最大化,也有利于传承和普及中华文化。

博物馆『延时』,可否成假期惯例

多措并举促就业

拓展岗位资源、开展夏季招聘、加力落实稳就业政策。记者从国务院国资委获悉,国资央企统筹国家所需、企业所能,多措并举促进高校毕业生就业。截至目前,今年中央企业、全国国资监管系统国有企业招收高校毕业生人数均已超过去年同期水平。随着国企夏季招聘陆续开展,预计今后一段时间招聘量还会有所增加。

新华社 王鹏 作

“专业代骂”骂不赢不要钱? 网络暴力必须严惩

宋学敏

专业代骂,骂不赢不要钱。强势跟帖,刷屏骂人。今年8月初,在互联网某平台上多条提供代骂服务的留言引起了网警的注意,湖南省长沙市公安局雨花分局立即开展调查,发现该发布留言网民真实身份为李某东(男,22岁),在网络平台上替他人提供骂人服务,公然网暴侮辱他人,造成恶劣的社会影响。自2022年10月至今,李某东以100元一天的价格帮助客户在指定社交平台上对不特定人进行网络言语辱骂,非法获利近万元。目前,李某东已被依法行政拘留。

听说过代骂、代购,居然还有代骂?真是天下之大无奇不有,网友都惊呆了,不仔细看标题还以为是代骂,原来是代骂。其实,类似的代骂服务,很多年前就有了。早在2004年,在网络游戏中,玩家之间产生冲突后,一些人便做起职业代骂人,从而换取游戏中的钱币和宝物。后来,网络代

骂逐渐从虚拟世界走向现实。一时间,市场上出现了电话代骂、短信轰炸、QQ攻击、邮件骚扰、微博泄愤等多种方式,来对不明真相的当事人进行人身攻击。

针对网络代骂服务,有过多次整治。比如2016年,电商平台就对代骂问题进行过整改,将相关违法违禁、扰乱平台秩序的商品予以删除清理。然而,代骂服务非但没有销声匿迹,反而渗透到二手交易平台、社交平台上。在电商平台上,代骂一词已经被屏蔽,但搜索“专业吵架”“怼人”“报复”等关键词,还是会发现不少相关服务。为何屡禁不止?有需求就有供给,而且还提供私人定制。消费者可以主动提供主题,为代骂者提供灵感。有商家推出“文绉绉”或“喷脏话”两种吵架方式,由消费者自行选择,并承诺提供与被骂者之间的聊天截图,供消费者验收吵架成果。比如,来找李某东下单的人形形色色,下单理由也是五花八门,有的是因为情感纠纷,有的是因为玩游戏闹了矛盾,还有

商家为了利益恶意抹黑竞争对手。李某东接单后,常常对目标人物劈头盖脸一顿乱骂,采用粗鄙、恶心的话语侮辱他人,恶意进行人身攻击,再把骂人全过程截图发送给顾客,一单标价100元,一般一天即可完单。

这种需求和服务是畸形的、龌龊的,更是违反公序良俗和践踏法律红线的。代骂服务中购买服务者和商家承担着主要责任,轻则构成民事上的侵权,重则触犯治安管理处罚法,构成治安违法,情节如更严重,则有可能构成侮辱罪和寻衅滋事罪。而在代骂服务过程中,购买者必须提供对方微信号或手机号,交易才能成立。未经他人允许,擅自提供他人微信或电话号码,同样触犯了法律红线。

网络空间不是法外之地,网络暴力必须严惩。代骂一时爽,付出的代价却可能是惨痛的,千万不要轻信或参与代骂等灰黑行为。只有这样,我们才能共建一个清朗和健康的网络空间。