

App,我的时间用哪了?

《半月谈》颜之宏 姚政宇

工信部前不久发布《关于App违规调用通信录、位置信息以及开屏弹窗骚扰用户等问题“回头看”的通报》，指出多款知名视频软件仍利用开屏弹窗信息骚扰用户。

用户的时间就意味着流量、意味着收益。长期以来，某些App不买会员下载就限制成“龟速”，买了会员还得“被迫”看开屏广告、弹窗广告，强制占用用户时间。究竟是什么力量让这些App敢于“顶着用户来”？为什么“用脚投票”的市场规律在这个问题上失灵了？

用户时间被强占

“一个1分钟的搞笑短片，还非强制我看半分钟的广告。”近日，杭州白领胡先生收到朋友发来的一条视频链接，却因不得不观看长达半分钟的广告直接关闭了链接。

作为资深影视迷，为了支持正版影视资源，胡先生购买了部分视频网站的会员，但这似乎并没有给他带来更好的用户体验。“我已经买了两个App的会员了，有时候边吃饭边看剧，冷不丁还是会跳出广告。”胡先生说，购买会员的时候平台宣称会员有“免广告特权”，后来才发现原来会员和非会员的区别，在于能不能手动跳过广告。

“请不要在广告中插播电视剧。”在某平台播出的电视剧弹幕里，这样的反讽不在少数。观众在观剧中，非会员用户被强制要求观看开播前60秒至90秒不等和剧中10秒到20秒不等的各类广告。



除视频App强制占用用户时间外，一些网盘工具也被网友冠以“时间杀手”的外号。“现在许多资源都通过百度网盘传输，不买会员没有下载速度，正常工作都没法开展。”上海一家广告公司的负责人王女士告诉记者，对于非会员用户，百度网盘在下载资源时速率只能到达100多K每秒，下载一个文件有时需要一天一夜。不得已，王女士只能每年花费300余元购买了会员。

记者尝试后发现，在100M的普通家用宽带的WiFi环境下，非会员用户使用百度网盘下载资源，速度在每秒100K上下浮动。使用普通浏览器的下载速度在每秒3M至5M之间，是使用网盘下载的数十倍。

“用脚投票”失灵了？

从市场规律看，用户在不喜欢某款App时，通常能以“用脚投票”的方式让其快速消亡，这在一定程度上限制了App运营者的不理性行为。然而，在强占用用户时间的问题上，这一市场规律似乎失灵了。

专家认为，App运营者垄断市场稀缺资源成为其和用户“对着干”的底气。“有的平台买下了热播影视剧或综艺的独家版权，如果你想看或抢先看，只能购买这家平台的会员。”新榜内容总监夏之南说，一些热门文化产品的版权是具有“排他性”的稀缺资源，平台正是利用这种稀缺性，尽可能地挤占公众注意力以获取商业收益。

有专家认为，App“强占用户时间”是为了覆盖其运营成本。2019年，百度网盘官方微博曾就“不买会员下载限速”一事公开回应称，当用户使用百度网盘上传或下载文件时，百度网盘需要为这些文件传输的带宽进行支付，用户传输时带宽越大，百度网盘所需要支付的成本就越高。对非会员限速，是为了控制整个产

品的运营成本，帮助产品更长久地“活下去”。

这样的逻辑本身没有问题，但支付多少时间成本才算合理？对于用户来说，这是一个不清楚的问题，且没有多少讨价还价的余地。“网盘在传媒行业使用率很高，甲方用它传资料，乙方也很难拒绝。”王女士认为，由于网盘类工具的上传和下载过程是双向的，当强势一方选择使用某一品牌的网盘工具后，弱势一方不得不迁就，在客观上放弃了对“强占用户时间”行为的抵抗。

需多方共同施策

“App运营者有通过弹窗广告牟取商业利益的需要，但推送应当符合法律法规的有关规定。”北京康达（厦门）律师事务所高级合伙人张翼腾说，广告法第44条规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。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。

在海外，App运营者在面向用户投放广告时往往采用一种名为“True View（效果广告）”的投放策略，即在广告播放几秒后用户对此不感兴趣，可选择跳过相应广告。如果用户选择跳过，则广告主将不会为此条广告支付投放费用。这种广告投放策略不仅可以更加精准收获客户群体，还能为用户省去“无效关注”时间。但是，这类广告投放策略在国内的长视频类App中并不流行。

“国内视频网站购买影视剧的独家版权后，根本不愁广告位卖不出去，也不愁没有用户关注。”夏之南认为，一些网站需要通过广告和会员会籍收入来填补其天价版权的购买支出，而“效果广告”的收入则很难维持相应支出。

夏之南提出，用户诟病的是一些平台利用独家资源“强制用户看广告”，或者利用“强制看过长广告来倒逼用户买会员，且买完会员还要看广告”的行为。因此，相关App运营者在提供差异化服务的同时，至少应在“花钱不看广告”和“不花钱看广告”之间划清界限，以保证用户体验。

“强占用户时间的行为不仅伤害了用户使用网络服务的体验感，还可能构成垄断或不正当竞争。”资深互联网行业专家尹生建议，监管部门可适时开展调查，对违法违规的App运营者予以处罚，为用户营造体验感更佳的网络使用环境。

多平台售卖“假喷淋头”被消防点名

平台回应将对不合理关键词加强管理

《北京青年报》张月朦 温婧

近日，淘宝、京东和拼多多平台上多家店铺因售卖名为“应付检查假消防喷淋头”的物品，被@中国消防官方微博点名批评：“应付二字赫然在，违法当做噱头卖，生命安全成儿戏，最后你是把谁害？”

记者注意到，这些“应付检查假消防喷淋头”商品页面标明了“没有管道”“消防验收推荐”“消防喷头装饰”等“卖点”。

11日，有网购平台回应记者，将加强对此类不合理关键词的管理，一旦查实后会对有此类问题的商家进行处罚。随后多家网购平台均下架了相关商品。

现象：商家售卖“应付检查假消防喷淋头”

近日，中国消防通过官方微博点名部分网购平台，称其中不少商家明目张胆销售“应付检查假消防喷淋头”。

记者注意到，被点名的商家涉及淘宝、京东、拼多多等多家网购平台，其中很多商家在产品介绍中直接标明“应付检查假消防喷淋头”。在这些商家展示的产品中，大部分消防喷淋头显示为应付消防检查，仅有一个喷淋头，没有消防管道。

11日，记者以消费者的身份询问了五个在产品介绍中明确写有“应付检查假消防喷淋头”的拼多多的商家，其中一名商家称，店里所售卖的消防喷头并不是假

的，均是正规生产的消防器材，厂家按箱配备合格证书，作用真实有效。但该商家表示，“喷头本身是真的，但没安装整套消防喷淋系统，就起不到作用”。

多名商家均表示最好不要只买喷淋头，还应该安装水管，一名商家劝说道，“建议您还是安装管道配套使用，我们售卖的产品都是可以直接正常用的，毕竟消防无小事，这样不安全。”但这名商家也透露，确有部分消费者以“应付检查”为目的购买该喷头。

平台：对不合理关键词加强管理

11日，拼多多客服回复记者称，所有商品上架之前都会经过平台严格的质量检测，对于国家明令禁止销售的商品，平台会严格把控、禁止销售，一旦发现或接到举报会立即核实，若情况属实将按照规定进行下架处理并严厉处罚。

当记者询问“商家是否可以在商品介绍中以‘应付检查’‘定制假消防喷淋头’为噱头，误导消费者进入店铺最后达到增加销量”“这种表述是不是违法”等问题时，拼多多客服人员表示，商品上架或介绍商品时平台都有相关部门人员进行检查及审核是否符合标准，没有说商品本身没问题就不能管理其商品介绍的表述，对于这种不合理的关键词，平台也会加强管理，对“应付检查假消防喷淋头”的事情会向上反映，后续核实后会对有此类型问题的商家落实处罚。

当天下午，记者注意到，拼多多平台相关商家更改了商品介绍及产品封面图，此前的“应付检查”“假消防

喷淋头”等关键词均消失不见，取而代之的是“让你的吊顶更美丽——喷淋头装饰盖”“不锈钢免拆喷淋头装饰盖”等表述。

随后记者在淘宝、京东、咸鱼等平台搜索“应付检查”“假消防喷淋头”等关键词，均显示没有找到相关宝贝。据了解，一个完整的消防喷淋系统需要由消防泵、水池、主干管道、喷淋头、末端排水装置等部件组成，自动控制系统还包括信号蝶阀、水流指示器等部件，仅一个喷淋头无法达到喷水灭火效果。

说法：喷淋头少装漏装隐患大

销售安装假冒伪劣消防喷淋系统有何法律风险？应付消防检查安装无实际作用的喷淋头有何危害？

对此，记者咨询了一名消防业内专家。该专家介绍，喷淋系统的喷头都是根据使用面积严格计算的，会有详细规定多大的面积需要安装一个喷淋头，其中每一个喷淋头都代表一个消防水的流量，集中起来就是楼顶的消防水箱总量，其要保证每个喷淋头10分钟的用水量。该专家介绍，这10分钟的用水量就是等待消防泵启动、消防员到场的关键时间，也是控制火情大小的关键。“如果一个房间应该有喷淋头而没有喷淋头，在起火早期就没有喷淋头的提前干预，可能由小火变成大火。”

此外，专家介绍，喷淋头的消防检查与其他检查不同，弄破喷淋头可能导致水流出来而弄湿房间，因此喷淋头检查无法实际操作，一般通过喷淋管末端放水的方式检查。