

# 网上购物遇不明链接要谨慎点击

## 中消协发布消费提醒,呼吁经营者、监管方、消费者多方共治



近日,一些消费者反映在使用互联网应用时,遭遇不明链接跳转导致的消费问题,这些问题不仅影响了消费者的正常使用体验,还严重侵犯了消费者的合法权益。从付款链接与实际付款内容不符,到应用软件中弹窗诱导消费,再到个人信息被过度索取,不明链接跳转已成为互联网消费领域的一大顽疾。为此,中国消费者协会日前发布消费提醒,呼吁经营者、监管方、消费者多方共治。

□本报记者 杨琨

### 消费者正常使用网络权益应有效维护

什么是“不明链接”?“不明链接”一般会以仿冒正规网站的形式出现,诱使浏览的用户进行信息输入与授权,从而使不法分子窃取用户的个人信息,威胁其财产安全。

你是否也曾在互联网某些页面看到过这样的“馅饼”?一条八卦新闻、一个微信红包、一次游戏邀请、一个待扫的二维码、一次视频链接……那些怎么也关不掉的“弹窗广告”经常让人防不胜防,关闭按钮也较为隐蔽。

日前,恰逢“双11”销售旺季,广东省的陈女士收到一条声称是某电商平台的优惠信息,点击链接后,账户资金被迅速转走。警方调查发现,该链接系诈骗分子伪造的虚假优惠页面。无独有偶,广东省消费者郑女士在购物时,被平台上的“扫码送礼品”为由诱导扫描二维码,结果账户资金被转走。

近期,中国消费者协会收到一些消费者反映,不明链接跳转导致相关消费问题,包括:付款跳转链接与跳转后付款内容不同。某些应用软件中,弹窗提示消费者付费提升音质画质等服务质量,点击后却显示更高价位套餐或续费会员;某些应用软件中,弹窗提示低价的内容,点击付费链接后,页面却以不明显、较小字体勾选了“将以正常价格自动续费”。

针对上述情况,中国消费者协会认为:消费者自主选择权应受到尊重。消费者正常使用网络权益应有效维护。经营者应切实落实“一键关闭”。经营者不应无底线收集消费者个人信息。

### 某些购物软件对个人信息过度索取

日前,一些消费者在网上冲浪时发现:一不留神就点到了软件下载;模糊提示用户可升级服务,打开后却是高价套餐续费界面;说好的广告“一键关闭”,连跳多次就是没有返回选项;弹窗提示低价的内容点击付费链接后,页面却以较小的字体勾选了“将以正常价格自动续费”。

一些消费者反映,不明链接跳转导致的相关消费问题。这些不明链接跳转虽然形式多样,但是侵权路径大同小异,都违背了消费者的真实意愿,侵犯消费者的知情权、选择权,给消费者带来很大困扰。该治一治那些恼人的弹窗链接了。

有消费者反映,链接点击后强制跳转到广告链接,甚至多次跳转无法回到初始页面。某些应用软件在开启页面推送广告时,存在没有关闭选项按钮、需要计时才能关闭或者默认手机晃动直接打开广告链接等问题;某些购物软件或购票软件需要转发他人助力,点击链接后反复跳转到购物、返现等无关页面,且难以回到初始页面。

另外,在特殊场景植入无关链接,影响消费者体验。某些阅读软件强制要求观看视频广告和个别支付软件利用领取优惠券,诱导点击弹出与本次支付服务无关链接。

一些链接对个人信息进行过度索取。某些购物软件对消费者个人消费习惯进行分析,推送消费者可能感兴趣的购物链接,将推送信息窄化、标签化,形成“信息茧房”。

### 经营者应切实落实广告“一键关闭”

针对上述情况,中消协认为:消费者自主选择权应受到尊重。《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利;消费者有权自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一种服务。消费者点击链接后跳转的界面与消费者的点击意图不符,是某些平台经营者不顾消费者的需求而强制弹出无关链接的行为,损害了消费者的自主选择权。尤其是在点击付款链接后,其实质付款内容与链



■恼人“弹窗”。新华社发 王鹏 作

接描述不符,启动弹窗欺骗诱导消费者,不仅违背消费者真实意愿,还有可能进一步导致消费者损失。

另外,消费者正常使用网络权益应有效维护。《中华人民共和国广告法》第四十四条规定,利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。不论是强行弹出无关链接、影响消费者应用软件的正常使用,还是无序设置弹出、难以实现永久关闭,都给消费者带来了很大的困扰,侵犯了消费者正常使用网络的权利。

经营者应切实落实广告“一键关闭”。《中华人民共和国广告法》第四十四条、《互联网广告管理办法》第十条都明确规定了互联网用户一键关闭的权利。应用软件推送的广告链接不管以什么形式导致消费者无法一键关闭都违反了法律法规的相关规定,平台经营者的互联网广告链接弹出应当探索良性发展模式,而不是以无视法律规定,牺牲消费者权益的方式牟取不当利益。

经营者不应无底线收集消费者个人信息。《中华人民共和国个人信息保护法》第十条规定,任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。应用软件无底线收集、搜索、分析消费者的上网行为数据,量身定制广告链接,强制提供个性化服务并进行精准推送,是对消费者点击习惯、兴趣爱好、网络行踪的不法收集和高度聚焦分析。此类行为涉嫌滥用消费者信息,限制了消费者视野和自由选择,并存在规训消费者自由意志的可能性。

### 消费者面对不明链接要谨慎

针对目前不明链接跳转存在的问题,中消协建议经营者,不能因为不明链接所能带来的巨大经济利益而无视消费者的合法权益,不能泛滥使用大数据对消费者进行非法分析。应当认真自查,主动整改,恪守自愿、平等、公平、诚实信用的原则,讲道德,守底线,遵守法律规定承担应尽义务和责任,保障消费者的知情权、选择权和隐私权,切实维护消费者合法权益。

建议监管方遵循多管齐下、多措并举的治理方式,建立完善、科学、合理的管控机制。加强监管,定期或不定期开展整治行动;建立红黑榜单模式,对经营者进行红榜激励、黑榜加压;进一步提高科学技术管理能力,主动就不明链接跳转问题进行捕捉与整治。

同时,中消协提醒广大消费者,在面对不明链接时提高警惕。要尽量不点击链接,在不小心误触或被强制弹出不明链接后,仔细甄别跳转后的信息内容,不要盲目进行操作,可以直接将软件进行关闭。广大消费者在遇到此类问题后,可及时向相关部门进行投诉和举报,用好手中的监督权。

日前,河北省消保委也提示消费者,要警惕不明链接,保护个人信息。

不要轻信来历不明的电话、短信和邮件,不要轻易点

击不明链接、扫描二维码或安装非官方正规渠道 APP 或软件,遇到情况需向官方网站查看或通过官方客服咨询,谨防个人金融信息、联系方式泄露。不要将信用卡、身份证件或第三方支付软件出借他人使用,不告知他人信用卡密码、短信校验码等,通过正规途径办理个人金融业务,妥善保管个人信息。

消费者购物时,请选择正规电商平台或实体店进行,避免使用非官方 APP 或网站;收到优惠、订单异常等信息时,务必通过官方渠道进行核实;要保护个人隐私,谨慎处理个人信息,不点击陌生链接,切勿随意填写银行卡密码、短信验证码,更不要根据对方指示开启屏幕共享。

资讯

## 电视行业用户满意度测评结果公布

本报讯(记者 杨琨)11月6日,中国质量协会发布2024年电视行业用户满意度测评结果,满意度得分为85分(满分100分),较过去3年稳定的83分水平有显著提升。

今年,中国质量协会第13次组织开展了电视行业用户满意度监测。本年度共监测10个主流电视品牌,其市场占有率达90%以上。中国质量协会指出,今年满意度提升主要得益于品牌形象、感知质量和感知价值的全面提升,同比分别提升1.5分、1.3分和1.5分。用户忠诚度为85分,同比提升3分,用户抱怨率为4.1%,同比下降了2.8%。

中国质量协会指出,在国家以旧换新政策助力下,电视行业迎来了画质大幅提升与大屏化趋势的迅猛发展,同时深度整合AI技术,优化了用户的智能化体验;行业全面取消开机广告,有效整顿了内容收费乱象,使电视操作更加便捷……结合品牌形象的塑造与市场策略的强化,共同推动了用户满意度迈上新台阶。

测评结果显示,8K、4K 高清电视以更清晰、逼真的画质体验赢得了用户好评。今年,8K、4K 高清电视的用户满意度均为85分,同比分别提升1分和2分。在感知质量和感知价值方面,8K、4K 高清电视用户也分别给予了更高的评价,同比提升显著。8K、4K 高清电视用户感知质量同比分别提升1.4分和1.1分,感知价值同比分别提升1.7分和1.5分。

85英寸及以上更大尺寸电视表现出色。今年,85英寸及以上电视用户满意度得分为86分,高出行业平均水平1分。在画面色彩、图像显示、音响效果、外观设计、操作简便性等关键维度上,85英寸及以上电视的得分均高于87分,为用户提供了更优质的视听享受和更便捷的操作体验。

在产品体验方面,电视行业取得显著进步,多维度满足了用户需求。今年,电视的画面色彩、音响效果、外观设计、图像显示等核心指标的得分同比提升均达到2分。内容运营方面,包括片源丰富度、播放流畅度、会员价格合理性等在内的各项指标同比提升1.7分,表明“套娃”收费现象得到了有效治理。此外,智能功能稳定性及使用方便性提高1.3分,与其他设备互联互通能力提高0.8分,操作简便性提高0.6分,护眼效果也获得了0.7分的提升。

测评结果显示,用户对电视智能功能寄予了更高的期望,期待电视不再仅仅局限于传统家电的角色,而是能够全方位融入家庭生活的各个层面,包括软件下载、个性化内容推荐、游戏在内的多媒体交互体验、语音控制以及健康提醒等功能更加智能和便捷,以打造更加美好的智慧生活体验。