

## 广告屏蔽软件广受欢迎,却屡屡被诉不正当竞争

## “杀不死”的屏蔽软件和“管不住”的开屏广告,谁才是无辜者?

本报记者 邵亚章

近日,一款名为“李跳跳”的广告屏蔽软件宣布无限期停止更新,原因是收到了某互联网公司的律师函。律师函称,该软件干扰浏览器的运营模式和盈利模式,涉嫌不正当竞争;“李跳跳”则称,软件属于公益性,不存在侵权行为。

互联网企业称受到“侵害”,屏蔽软件表示自己“无辜”。类似的“剧情”在互联网领域已多次上演,各方争议不断。广告屏蔽软件究竟是否违法?互联网广告究竟该怎么管?记者近日就此进行了采访调查。

## “李跳跳”们是否违法?

某互联网公司给“李跳跳”的律师函称:该软件通过屏蔽、过滤浏览器广告服务,吸引用户下载使用,使其不正当地取得竞争优势,干扰浏览器的运营模式和盈利模式。该行为涉嫌违反不正当竞争法相关条款,构成不正当竞争。

在收到律师函后,“李跳跳”公众号发文表示,“李跳跳”是一款公益性质的单机应用,没用于盈利,不存在控告中说的经营行为。该软件利用系统权限帮用户自动点击广告跳转按钮,无入侵和破坏,不会对第三方应用的完整性产生影响,因此也不存在侵权行为。

北京市闻达律师事务所律师范泽华认为,如果从“李跳跳”本身是免费软件来看,其并非用于交易、以盈利为目的的商品或服务,不宜认定为反不正当竞争法中规定的“经营者”。同时,按照其所述的工作原理和技术特征,软件本身的功能不应被认定为不正当竞争行为。

在中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍看来,类似于“李跳跳”的广告屏蔽软件

## 阅读提示

近日,一款名为“李跳跳”的广告屏蔽软件宣布无限期停止更新,广告屏蔽软件是否违法争议再起。同时,如何规范和治理互联网广告乱象问题也引发热议。专家表示,就个案而言,广告屏蔽软件违法与否有待法院认定;长远来看,法律的不完善与市场的发展成熟共同作用,将更好规范净化互联网广告市场。

构成不正当竞争行为。“之所以很多APP的功能和业务能免费使用,很大程度上需要通过广告的分成来获取利润。广告屏蔽软件一定程度上阻断了互联网公司的盈利模式,涉嫌妨碍或者破坏其他经营者网络产品的正常使用。表面上是维护了用户的权益,实际上剥夺了用户免费使用的权利。”

中国传媒大学文化产业管理学院法律系教授郑宁表示,所谓的不正当竞争行为,是指经营者在生产经营活动中,违反反不正当竞争法规定。是否构成不正当竞争,需要判断“李跳跳”是否是经营者,是否从事了违法行为,以及是否造成了扰乱市场竞争秩序,损害其他经营者或者消费者合法权益的行为的后果。这有待监管部门或者法院在个案中认定。

## 是什么催生了“李跳跳”们?

类似于“李跳跳”的广告屏蔽软件被诉并非个案。就在今年8月,“叮小跳”“大圣净化”“一指禅”等多款同类软件陆续收到律师函,被要求下架软件、停止更新。

而此前,已有多款广告屏蔽软件,被法院判定违反商业道德,有损社会公共利益,破坏互联网企业商业模式完整性,构成不正当竞争。但各种广告屏蔽软件仍层出不穷,最主要的原因在于用户巨大的现实需求。

在各类手机APP开屏广告让用户不堪其扰、防不胜防的市场环境中,广告屏蔽软件应运而生。不少软件因能有效帮助用户跳过广

告而广受欢迎。

然而,这也戳中了互联网企业的要害。“广告是很多互联网企业的主要收入来源,很多软件、应用是免费提供给用户使用的。要维持生存,就需要靠广告。”郑宁表示。

据了解,广告投放是当前手机APP流量变现的主要方式,某些APP开屏弹窗广告带来的收入可高达其总广告收入的80%。

记者了解到,互联网广告费用结算包括按照展示、行动、效果等方式。为了获得更高的广告收益,一些手机APP打起了歪主意,通过缩小或隐藏关闭键等方式,延长展示时间,诱导用户点击。

还有一些APP为了提高向用户展示的精准度,还在技术手法上做出了文章。今年5月,中国消费者协会发布了《中国消费者权益保护状况年度报告(2022)》,其中提到,一些APP软件以“摇一摇”方式推送的开屏广告,实际上是商家以诱导方式诱使用户进入广告页面,变相强迫消费者观看广告的行为。

对用户来说,面对APP频繁推送、乱跳转、无法关闭等广告乱象的困扰,下载使用广告屏蔽软件是最简单且行之有效的手段。不少网友表示,这正是“李跳跳”们层出不穷并不断迭代更新的原因所在。

## 多部门齐发力重拳整治

“合法广告是企业的正当商业模式,本无可厚非。但是过滥的广告和不合理的展现方

式会影响用户的体验,甚至侵害用户的知情权、选择权等权利。”郑宁表示。

近年来,针对互联网广告乱象,相关部门不断加大整治力度。今年1月,中国广告协会与中国通信标准化协会发布了《移动互联网应用程序广告行为规范》,其中明确,广告展示素材中不应出现虚假的“关闭”“X”“跳过”等诱导或者误导用户点击的素材内容形式。需要一键关闭的广告,应当在广告中显著标明“关闭”“X”“跳过”等标志,同时针对启动屏广告的时长以及“关闭键”大小做出明确规定。

今年2月,工业和信息化部发布《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》,要求开屏和弹窗信息窗口提供清晰有效的关闭按钮,保证用户可以使用,或利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等易造成误触发的方式诱导用户操作。

市场监管总局修订发布的《互联网广告管理办法》,已于今年5月1日起施行。其中明确规定,以弹出等形式发布互联网广告,广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志,确保一键关闭,不得出现没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告的开屏广告,不得出现关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等,为关闭广告设置障碍等情形。

面对“管不住”“关不掉”的互联网广告,法律法规的要求越来越明确和细化。但规范净化互联网广告乱象,不能仅仅依赖法律与监管。

范泽华表示,消费者的偏好、网络服务提供市场的充分竞争,这些对目前开屏广告生态有直接的影响。法律的不断完善与市场的发展成熟共同作用,才能让互联网广告更加清朗。

## 我国贸易投资数字化水平不断提升

数字经济国际朋友圈不断扩大

本报讯(记者北梦原)记者日前从商务部举行的新闻发布会上获悉,为促进数字经济和数字贸易发展,商务部多措并举推动商务领域数字化发展,我国贸易投资数字化水平不断提升,数字经济国际朋友圈不断扩大。

数字贸易与货物贸易、服务贸易共同构成贸易强国的三大支柱。近年来,我国大力发展数字贸易,推动出台促进数字贸易改革创新发展的政策措施,不断做强做优做大数字服务出口基地。2022年,我国可数字化交付的服务进出口总额达3727亿美元,同比增长3.4%,居全球第五位。

内贸流通数字化转型也在加快推进。据介绍,商务部强化示范带动作用,累计创建170家国家电子商务示范基地;大力发展农村电商,深入推动数商兴农;积极推动网络消费,全国实物网上零售额占社会消费品零售总额已超过26%。

为进一步提升贸易投资数字化水平,我国多次修订外资准入负面清单中的数字经济相关内容,推动有条件的自贸试验区对接国际高标准经济规则开展先行先试。

目前,我国已与18个国家签署数字经济投资合作备忘录,一批数字企业成功出海。在我国已签署的21个自贸协定中,有10个设置了电子商务或数字经济专章,数字经济国际朋友圈不断扩大。

## 侵占耕地挖湖造景、非法采矿等

## 自然资源部曝光56个违法违规典型案例

本报北京9月10日电(记者杨召奎)记者今天从自然资源部获悉,为严格保护耕地,严守生态保护红线,督促各地坚决纠正严重违法违规行为,自然资源部日前集中公开通报56个违法违规重大典型案例。

据介绍,2023年国家自然资源督察机构开展例行督察发现,一些地方在2020年9月10日《国务院办公厅关于坚决制止耕地“非农化”行为的通知》明确“六个严禁”后仍顶风冒进耕地挖湖造景、占用永久基本农田种植破坏耕作层的绿化装饰草皮,一些地方政府及其部门非法批地、违法征地、主导推动违法占地,有些市县“大棚房”问题反弹,补充耕地不实,侵占生态保护红线违法占地建设、非法采矿;全国土地卫片执法发现,一些地区2022年以来违法占用耕地问题突出,且截至今年6月底仍未整改落实到位,涉及耕地面积较大。

国家自然资源督察机构开展例行督察和全国土地卫片执法还发现,有的地区2020年7月3日以后新增农村乱占耕地建房问题时有发生,有的截至今年6月底仍未整改落实到位,涉及耕地面积较大,与新增农村乱占耕地建房“零容忍”的要求不相符。

自然资源部表示,这些违法违规行为严重冲击耕地保护红线,危害国家粮食安全,破坏生态环境。各地要坚决守住耕地保护红线和生态保护红线,采取“长牙齿”的硬措施,坚决遏制各类耕地“非农化”、防止永久基本农田“非粮化”,夯实粮食安全根基。

(上接第1版)

新时期,职工队伍和劳动关系变化在不断变化,加强源头参与的同时,各级工会强化劳动法律监督,在维护职工合法权益、促进企业健康发展、推动构建和谐劳动关系等方面发挥出积极作用。

同样是在2021年,全总印发了《工会劳动法律监督办法》,进一步规范 and 加强工会劳动法律监督工作,明确提出工会重点监督用人单位恶意欠薪、违法超时加班、违法裁员等问题,充分发挥工会劳动法律监督在督促用人单位规范用工、贯彻落实劳动法律法规、推动构建和谐劳动关系等方面的作用。同时,各级工会还积极推行落实劳动用工法治体检、“一函两书”制度等,丰富监督手段,加强监督组织和监督队伍建设,推动劳动领域风险隐患化解在基层、解决在前端。

聚焦劳动争议调处,全总与人社部等部门联合印发《关于进一步加强劳动争议调解仲裁完善多元处理机制的意见》《关于进一步加强劳动争议协商调解工作的意见》等文件。各级工会配合做好根治欠薪工作,联合开展“法院+工会”劳动争议多元化解试点工作,加快推进工会劳动争议调解组织建设。

与此同时,结合职工群众的法律服务需求,各级工会持续开展法律援助工作,并将法治宣传融入每一次和职工群众打交道的过程中,完成了“七五”普法规划确定的各项目标任务,做好“八五”普法工作。

特别值得关注的是,在法律援助工作中,一个响亮的品牌正发挥出重要作用,被职工群众熟知:全总自2017年起联合司法部和国家律师协会组织开展“尊法守法·携手筑梦”服务农民工公益法律服务行动,已累计组织律师志愿者5.7万人次编成2.1万支服务分队,服务农民工2900多万人次。开展实地公益法律服务活动7.3万场次,线上普法宣传活动0.9万场次,调处劳动争议案件14.1万件次,办理法律援助案件10.1万件次,援助农民工29万人次,帮助挽回经济损失超过40亿元。



## 重庆金鳌寺车辆段启动联调联试

日前,中铁二十二局建设的重庆轨道交通18号线金鳌寺车辆段启动联调联试,为年底通车奠定基础。该车辆段可同时满足56列轨道列车停放,是全线最大的“轨道列车4S店”,目前已入库29列电客车。

重庆轨道交通18号线全长29公里,是连接重庆南北区域的交通大动脉。9月6日,该线路开始不载客试运行,进入开通运营前的最后阶段。 本报通讯员 唐海洋 摄

打造特色功能区  
点亮夜经济

9月7日,浙江舟山,沈家门海鲜夜排档灯火璀璨,店家热情招待着每一位来体验的顾客。

沈家门区域滨海沿线夜间经济作为当地最具代表性的地标性夜间经济集聚区,已成

为游客夜间消费打卡地。

近年来,当地通过各具特色的“深夜食堂”,提供多样化产品和服务,满足市民多元化、个性化、品质化的夜间餐饮需求。

本报记者 蔚可任 摄

## CPI由负转正,物价数据改善释放出何信号?

## 经济观察

本报记者 北梦原

国家统计局9月9日公布的物价数据显示,市场需求正在稳步回暖。

据统计,8月全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.1%,环比上涨0.3%,涨幅比上月扩大0.1个百分点。在经历了5个月的环比负增长之后,连续两个月实现环比增长,同比增速也重回正增长区间。同时,工业生产者出厂价格指数(PPI)同比下降3%,降幅比上月收窄1.4个百分点;环比上涨0.2%,今年以来首次转正。

CPI由负转正,PPI降幅持续收窄,物价数据的企稳回升,显示随着经济运行整体好转、政策效应持续显现,国内需求持续恢复。同时,这也印证了我国经济不具备长期通缩的基础,此前市场对物价下行、经济通缩的担忧情绪得到缓解。

从结构上来看,8月CPI由负转正,主要

动力来自非食品价格,尤其是服务价格的上涨。在暑期消费需求的带动下,8月,服务价格同比上涨1.3%,涨幅比上月扩大0.1个百分点,其中飞机票、旅游和宾馆住宿价格分别上涨17.6%、14.8%和13.4%。家庭服务、医疗服务、教育服务等价格亦稳中有升。

同时,市场需求改善、油价止跌回升,推动工业消费品价格改善。8月,工业消费品价格下降0.8%,降幅比上月收窄1.1个百分点,其中汽油价格下降4.6%,降幅收窄8.9个百分点。

在服务需求释放与工业消费品降幅收窄的带动下,非食品价格由上月持平转为上涨0.5%,影响CPI上涨约0.41个百分点。

PPI方面,国家统计局城市司首席统计师董菊娟解读称,PPI环比由降转涨,同比降幅收窄,主要受部分工业品需求改善、国际原油价格上涨等因素影响。

从趋势上来看,不少机构和专家分析认为,随着物价数据的企稳,下一阶段市场需求的进一步恢复,一系列政策的持续发力以及市场预期的升温,供求关系将继续改善,物价

将逐步回升。

在居民消费价格方面,随着需求旺季的逐步到来,食品价格或将继续回升;同时,随着国庆、中秋等节假日的临近,服务价格仍有望得到支撑,旅游出行“旺季更旺”的特征或将延续,CPI数据有望继续改善。在上游工业品出厂价格方面,随着工业领域供需的逐步改善,加之上年高基数影响的缓解,PPI数据有望得到进一步修复。

尽管物价数据的改善以及各项经济数据指标的回暖已经明确显示出市场需求改善迹象,但也应看到,当前物价水平仍保持低位运行。8月,在服务价格和部分大宗商品价格回升的同时,商品价格整体仍显低迷;扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%,涨幅保持稳定,但仍处于1%以下区间。

不少专家和机构认为,面对物价企稳、拐点若现,市场消费信心仍需进一步提振,政策仍应保持积极,着力于扩内需、稳信心。

## 8月快递市场规模保持增长态势

本报讯(记者甘哲)记者日前从国家邮政局获悉,经测算,8月中国快递发展指数为361.5,同比提升16.2%。当月,快递行业运行较为平稳,市场规模持续保持增长态势,航空快件运输体系进一步完善,协同发展能力有所增强。

8月,快递发展规模指数为400.9,同比提升10.6%。从分项指标看,8月快递日均揽收量在3.5亿件左右,周业务量持续上升,预计快递业务量将同比增长15%左右,业务收入同比增长9%左右。

快递服务质量指数为573,同比提升27.1%。从分项指标看,快递服务公众满意度预计为82.8分,同比提升0.5分。重点地区72小时准时率预计为84.4%,同比提升6.2个百分点。8月,在强降雨天气影响下,部分网点运行受阻,快递业落实防汛救灾各项措施,迅速恢复重建。

快递发展能力指数为208,同比提升3.6%。快递企业进一步提升现有枢纽能级,加快打造新枢纽,持续推进分拣处理场地与园区建设。同时,综合运输能力增强,出海业务能力提升。

快递发展趋势指数为68.9,同比提升1.9%。在湖鲜、海鲜消费黄金季与中秋假日经济推动下,预计行业将实现良好发展。

## 报告显示AI人才需求旺盛

本报讯(记者杨召奎)脉脉高聘近日发布的《2023泛互联网行业人才流动报告》(以下简称《报告》)显示,大厂招聘规模收缩,“新一线厂”崛起正在重塑行业人才竞争格局。数据显示,2023年泛互联网行业人才供需比持续走高,但AI人才仍然稀缺,薪资连续3年逆势攀升。算法研究员以0.47的人才供需比位居人才紧缺度榜首,平均两家公司争夺1位人才。

《报告》显示,“新一线厂”异军突起。因业务发展势头强劲,招聘需求显著增长,并愿意为人才支付更高的薪酬回报,“新一线厂”在人才市场上的关注度和吸引力大大增加。从人才求职意愿来看,大厂也不再是很多从业者的首选,超1/4互联网人希望去高速发展的千人规模企业。

从人才流动结果来看,千人规模企业连续两年吸纳5年以上经验人才比例超过大厂。2022年,5年职龄人群流入千人规模企业的比例为28.72%,超越大厂的23.72%,2023年上半年5年职龄人群流入千人规模企业的比例依然领先大厂,高出3.56个百分点。

从不同岗位的人才供需比来看,高技术人才保持了紧缺态势。今年上半年,泛互联网行业最紧缺的岗位主要集中在AI方向。算法研究员以0.47的人才供需比位居人才紧缺度榜首,平均两家公司争夺1位人才。AI技术的爆发也推动了人工智能工程师、自然语言处理、深度学习等AI方向人才的招聘需求,这3个岗位的人才供需比分别为0.61、0.66、0.73,人才供不应求。