



PPMG  
凤凰出版传媒集团

国内统一连续出版物号  
CN 32-0104

邮发代号  
27-67

主办  
江苏凤凰出版传媒集团  
出版  
江苏现代快报传媒有限公司

地址  
南京市洪武北路55号置地广场  
邮编  
210005  
网址  
现代快报网 www.xdkb.net  
传真  
025-84783504  
24小时新闻热线  
025-96060  
本报员工道德监督电话  
025-84783501

今日值班  
王磊  
头版责编  
王娟  
版式总监  
沈明

零售价每份1.5元

# 强制要求下载App,不惯这毛病

最近,工信部很忙。这是拜某些App所“赐”。

前些日子,工信部发布《关于进一步规范移动智能终端应用软件预置行为的通告》的征求意见稿,要求生产企业应确保除基本功能软件外的预置应用软件均可卸载,并提供安全便捷的卸载方式供用户选择。这一新规,对准的是一些App“霸屏”还不让人卸载的问题。

但如今的一些App真不是省油的灯。近日,有网友和媒体反映部分网站在用户浏览页面信息时,强制要求下载App问题。不仅如此,用户不下载App就不给看或者不让看全文的问题也很典型,相信很多用户都遭遇过这样的尴尬。对相关问题,工信部反应迅速,立即组织核查,并

提高App下载率,靠的还是“自身硬”。依靠好的内容、好的服务来打动消费者并进行实力“圈粉”,才是长久之计

召开行政指导会,督促相关互联网企业进行整改。

工信部会议要求,用户浏览页面内容时,未经用户同意或主动选择,不得自动或强制下载App;无合理正当理由,不得要求用户不下载App就不给看,或者不让看全文;不得以折叠显示、主动弹窗、频繁提示、降低体验等方式强迫、误导用户下载、打开App,或跳转至应用商店,影响用户正常浏览信息。可见,工信部给出的要求很具体,很有针对性,而且作出了延伸性规定。这对于解决App存在的典型性问题,消解用户

痛点,具有显著意义。

但和之前问题有所不同的是,此次发现的问题,表现出App和网站的合作性质。如果不是网友上网浏览网页遭遇障碍的话,这种合作可能还难以为人察觉。其实,这也是

一些App的惯用“技法”,以跨界长袖善舞,来规避风险。App通过这类要流氓的方式,得到了点击率和下载率,网站也从中获得好处。唯一“倒霉”的是用户。当然,一些网站和App本就是“一家子”,合谋起来更是轻车熟路。对这一倾向,予以及时严厉的遏制,是必

须的。但也应该看到,打击此类歪风,必须常态化、制度化。否则就可能今天出这个幺蛾子,明天出那个幺蛾子,无休止。

就此而言,在消费者不断发出吐槽声音、提醒予以整改的另一面,是监管必须更到位。

同时,我们看到,这类现象越来越多见,也说明相关领域的竞争之激烈。App为了取得导流的主动权和“优先权”,不惜把霸王条款作为门槛,逼迫用户就范,长远看不是公平、公正的“生意”,这不是“笼络”用户,而是把用户往外推。

提高App下载率,靠的还是“自身硬”。依靠好的内容、好的服务来打动消费者并进行实力“圈粉”,才是长久之计。现代快报评论员 戴之深

## 我说

## 广告不“辣”眼睛才对路

近日,深圳一些居民住宅小区和商业楼宇电梯与大堂的广告框平面及视频广告里出现有低俗嫌疑的画面和内容,在网络上引发关注。目前,深圳市市场监督管理局已立案调查,相关违法线索移交涉事企业所在地监管部门。截至2月20日,相关视频广告已被责令整改。(3月3日《深圳特区报》)

近年来,电梯广告的“野蛮生长”,无序发展,已成为一些地方小

区居民的“心病”。尤其是电梯广告涉成人、低俗的内容,对未成年人价值观的错误引导,恶俗扰民的表现形式,以及破坏生活环境的张贴,让小区群众苦不堪言。

执法部门在严格查处电梯违法广告的同时,更应寻求治本之策。民法典明确规定:业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权,对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。

广告不“辣”眼睛才对路。当业主感到自己受到电梯广告的骚扰,或者是遇到虚假广告,自身权益受到不法侵害时,应当向物业管理方、业主委员会进行反映,也可以向当地的房产管理局物业管理处、街道办事处等职能部门进行投诉,来维护业主的合法权益。

小区公共空间,是由无数的“私”构成的“公”。小区公共空间,属于全体业主所有,如果业主不同意,

如果不经严格的程序,任何单位或者任何人投放广告,都是有悖现行法律的侵权行为。总而言之,小区投放广告,应由业主说了算。

当然,要想真正规范小区投放广告的行为,有赖于业主增强主动维权意识,充分发挥业主委员会的主观能动性。同时,更需要职能部门严格监管,对触犯法律的,进行严厉惩治,决不手软,从源头上打击小区乱投放广告的行为。河北 吴睿鹤

# 省市体彩携手联动“寻人”

还剩4天,体彩7位数500万得主终于现身领奖

3月3日一早,体彩7位数第22002期淮安500万大奖得主终于现身江苏体彩兑奖大厅,领走了属于自己的大奖。而这距离该期兑奖截止日仅剩4天,与弃奖一步之遥,可谓既惊险又幸运!

## 丈夫买彩中奖 妻子代领500万

1月4日,体彩7位数第22002期开出特等奖1注,奖金500万元,花落淮安3208008077体彩网点。3月3日,中奖者因为工作原因无法前来南京,委托妻子王女士代为领奖。仔细查看她带来的中奖票,是一张10元的单式票,购于1月4日17点多。票面共有5注号码,其中第二注号码“3071582”,精准击中7位数第22002期开奖号码,中得1注500万元头奖。

据王女士介绍,丈夫是有着多年彩龄的体彩忠实购彩者。用她的话说,“我记得我们刚结婚那会,他就开始买体彩了。”谈及本次购彩过程,王女士表示,丈夫现在买大乐透玩法居多,而且为了省事,经常进行多期投注,过一阵子再去网点统一兑奖。1月4日那天,他去淮安3208008077体彩网点,按照习惯买了大乐透多期票,同时顺便投注了一张10元的7位数彩票。买完票,他就把这事抛之于脑后。直到再次去网点购彩,拿出彩票验奖,他才得知自己中了7位数500万,并且已经临近兑奖截止期,再不去领奖,差一点就成了弃奖。王女士说:“当时,他就在网点给我打电话,说中了500万,我都不敢相信,以为在开玩笑。”

## 省市体彩联动 急寻大奖得主

随着7位数第22002期兑奖截止日期越

**体彩 江苏7位数**

第 22002 期 2022年01月04日开奖  
110328-372636-020510-737807 108001 BrHq3w

单式票	1倍	合计10元
① 1 3 4 3 0 1 0		
② 3 0 7 1 5 8 2		
③ 9 5 3 1 3 7 9		
④ 1 8 5 4 3 0 5		
⑤ 2 8 4 7 4 1 8		

感谢您为公益事业贡献 3.50元  
上期大乐透大奖单注920万,本期奖池11亿  
淮阴区鞠通路511号  
08-008077-101 00050 22/01/04 17:51:22

中奖票样

来越近,大奖得主迟迟未现身领奖,本着对中奖者负责的态度,2月23日起江苏体彩通过官微、官网以及《扬子晚报》《现代快报+》、江苏电视台体育休闲频道发布信息,寻找7位数第22002期淮安500万大奖得主。与此同时,淮安市体彩中心也在《淮海晚报》、FM105《每天体彩》专栏节目、淮安电视台新闻综合频道播出的《有事报道》“体彩乐园”栏目以及淮安体彩官方微信,开展寻人宣传;并制作海报,张贴在中奖网点醒目位置,还在当地体育馆大屏全天候不间断播放寻找大奖得主的海报画面。

对此,王女士深表谢意,一直不停地说着感谢。同时,也提醒广大彩友,根据《彩票管理条例》规定,彩票的兑奖期,是自开奖之日起60个自然日内,购彩后要记得及时兑奖,以免造成遗憾。

## 彩市公告牌

## 江苏的体彩亿元大奖,投注都有哪些共同点

截至3月3日发稿前,苏州大乐透1.17亿大奖得主仍未现身南京领奖。在此之际,我们不妨回顾一下亿元大奖得主的投注特点,看看这些“亿元俱乐部”成员都有哪些共同点。

### 共同点之一:倍投

毋庸置疑,要想中得亿元大奖,倍投是亿元必备的投注利器,因为国内上市的所有彩票单注都有封顶,即便单注动辄千万元之上的大乐透也是概莫能外,所以中得亿元大奖首要条件就是必须倍投。细数江苏目前6位亿元大奖得主都用上了倍投,倍数最大的当属江苏体彩最大奖,即2012年大乐透12074期苏州2.56亿大奖,该票用了单式50倍倍投,倍数最小的是2019年大乐透19026期盐城1.20亿大奖得主,当时他其中投注的一张为复式“5+6”追加5倍票,该票即中得1.1亿大奖。而此次苏州大乐透1.17亿大奖得主用了10倍的单式追加票。

### 共同点之二:追加

追加投注是大乐透独有的投注方式,在2元基本投注的基础上,多花1元进行追加投注,可多得80%的浮动奖金。这句耳熟

能详的宣传语直接把大乐透追加投注优势展现得淋漓尽致。江苏这6位亿元大奖得主投注的都是大乐透,用上追加的共有三位,分别是2016年大乐透16085期苏州2.23亿、2019年大乐透19026期盐城1.20亿大奖以及今年大乐透22015期1.17亿大奖。

### 共同点之三:复式

复式投注在大乐透中是普遍存在的,也是技术型彩友最喜爱的一种投注方式,在大奖得主中也经常能见到,如上文所提到的两位江苏大乐透亿元大奖得主均采用了这种技术型投注方法。在全国范围内,复式中得亿元大奖的就更多了,如2011年大乐透11101期湖北2.48亿大奖得主、2013年大乐透13017期广东1.83亿大奖得主、2019年大乐透19146期山东1.44亿元大奖得主。

总结一下,无论是采用倍投、追加还是复式投注方式,彩友们都有自己的喜好,都要根据自身的情况量力而行,切不可盲目跟风,能中大奖最好,不中奖开心一乐无伤大雅。

版权  
声明

现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

①任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权;②本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权权益的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任;③欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师