

“牛皮癣”咋就这么难治——

骚扰电话像“长了眼”，对你“了如指掌”

你是否有过这样的经历? 前脚刚下载某款炒股 App, 后脚就能接到各种荐股推销电话……现如今, 骚扰电话越来越智能, 像“长了眼”一样, 对你的需求“了如指掌”。

骚扰电话“命中率”越来越高, 背后有些什么猫腻? 骚扰电话为何像“牛皮癣”一样难以根治? 记者对此进行了调查。

骚扰电话对需求“了如指掌”

“我们这里有精选的几只股票, 推荐您了解下呢!” 接到这通电话后, 厦门市民老杨很生气, 直接挂断电话, 把来电号码拉入“黑名单”。

让老杨想不通的是, 现在的骚扰电话都像“长了眼”一样, 对自己的需求“了如指掌”。不久前, 老杨下载了一款炒股软件, 刚开始使用, 当天就接到了荐股电话。“对方是机器人, 说是有几只股票经过人工智能分析未来会有‘行情’。”老杨说, 此后类似骚扰电话层出不穷, 一天至少四五通, 多的时候十来通。

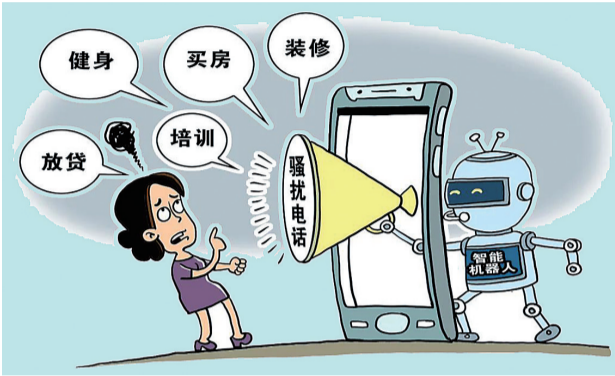
无独有偶。这类骚扰电话也让北京市民李先生不堪其扰。“不接怕错过工作电话或快递电话, 接了后也屏蔽、举报过, 但没啥效果。”李先生说, 这些由机器人拨打的骚扰电话会不停更换“马甲”来电, 即使“拉黑”也没用。

在黑猫投诉平台上, 有 400 余条有关“使用机器人向用户拨打骚扰电话”的投诉。有的用户反映“几乎每天都能接到一个由机器人拨打的骚扰电话”, 有用户表示注册某款 App 后, “就开始接到机器人拨打的骚扰电话”。

记者了解到, 利用人工智能

提供“精准客户手机号”。

一名商家向记者展示了其客户信息的采集渠道, 包括两家短视频平台和一家“达人种草”类平台, 每个客户的信息还包括其具体需求描述。当记者询问其数据来源是否合规时, 该商家表示: “您放心吧, 我们不会干违法的事”。



开展电话营销正大行其道。在网络上搜索“外呼电销”, 显示的搜索结果中大部分都是“人工智能外呼服务”。

“精准”骚扰背后的猫腻

现在的骚扰电话为何越发精准?

在某二手交易平台上, 记者使用指定关键词检索时发现, 一些商家在商品简介中声称可以

“通过此类渠道获得的用户信息有可能是用户‘授权’提供的。”中国电子技术标准化研究院网安中心测评实验室副主任何延哲举例说, 在一个二手车交易 App 里, 客户想要了解某部车的底价, 需填写手机号。如此一来, 平台、二手车商、第三方销售人员可能都会获取该联系方式, “仔细查看软件的用户协议, 会发现平台会要求用户‘授权’提供大量个人信息, 甚至是以‘捆绑’方式向多方提供。”

记者发现, 某“种草”类社交

App 的隐私政策提示, 该 App 会将用户个人信息与“商业合作伙伴”进行“必要的共享”, 这些“合作伙伴”包括但不限于平台第三方商家、第三方物流服务商、广告和统计分析类合作伙伴等。隐私政策还提示, 当用户选择参加相关营销活动时, 在“经过用户同意后”, 会将用户姓名、性别、通信地址、联系方式、银行账号等信息等与“关联方”或“第三方”共享。

“随着人工智能的使用, 个人信息攫取和电话拨打效率大大提升了。”网络安全专家荣文佳说。

如何治理骚扰电话“牛皮癣”

近年来, 国家有关部门通过多种手段治理骚扰电话取得一定成效。2023 年上半年, 共拦截垃圾信息超 90 亿次, 拦截涉诈电话 14.2 亿次和涉诈短信 15.1 亿条。工信部还推广“骚扰电话拒接”服务, 强化电信网络诈骗一体化技防手段; 印发《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》, 加强 App 全流程、全链条治理。

此外, 三家电信运营商已于 2019 年 10 月面向全国用户推出“骚扰电话拒接”服务, 用户可免费开通此项防骚扰服务。例如, 中国移动用户可以发送短信“KTFSR”到 10086, 或拨打

10086 转人工服务开通。截至 2023 年 6 月, “骚扰电话拒接”服务用户规模超 5.4 亿, 累计依据用户意愿提供骚扰电话防护超 460.3 亿次。

北京邮电大学教授曾剑秋表示, 骚扰电话根治存在难度, 其根本原因在于商业推销需求长期存在。“骚扰电话成本低、可变现, 这种经济利益驱使骚扰电话形成产业链, 骚扰新方式层出不穷, 给治理带来困难。”

根据个人信息保护法, 收集个人信息, 应当限于实现处理目的的最小范围, 不得过度收集个人信息。处理个人信息应当遵循公开、透明原则, 公开个人信息处理规则, 明示处理的目的、方式和范围。不得以个人不同意为由拒绝提供产品或者服务。违反该法规定, 构成违反治安管理行为的, 依法给予治安管理处罚; 构成犯罪的, 依法追究刑事责任。然而, 因为个人信息泄露方式多样化, 监管机构难以实现全面、及时、有效的监管。

专家提示, 就普通用户而言, 防范骚扰电话的方式主要有三种: 一是开启手机自带的“防骚扰”功能或使用电信运营商提供的“骚扰电话拒接”服务; 二是关注微信公众号“12321 受理中心”, 点击“我要投诉”填写相关信息; 三是遭遇骚扰电话“轰炸”时, 保留相关证据, 拨打 110 向警方报案。

据新华社

小病大修、层层加价、借机“宰客”……

根治家电维修乱象, 还需要哪些解法?

近年来, 消费者对家用电器维修服务乱收费的投诉频频发生。日前, 北京发布新规要求提供家用电器维修服务要明码标价。学者认为, 标明价格能解决不少关于收费的纠纷, 但整治家电维修乱象, 规定明码标价只是第一步。后续还应加强管理, 保障维修师的基本权益。

小病大修、层层加价、借机“宰客”……近年来, 家电维修领域的诸多乱象广受诟病, 让消费者叫苦不迭。为进一步规范家电维修乱收费行为, 日前, 北京市市场监管局发布《北京市家用电器维修服务明码标价规定》, 明确要求经营者履行明码标价义务, “收‘上门费’必须提前主动告知消费者, 不明码标价最高可罚 5000 元。新规的出台会对家电维修行业产生哪些影响? 家电维修服务还存在哪些症结? 对此, 记者进行了走访调查。

明码标价, 减少双方收费纠纷

“没有明确告知添加数量, 也没有任何记录维修前后的数据, 空调修完后告知我需要支付 4000 元的维修费”“电话联系师傅时, 以上门查看为由不告知具体费用”……在互联网投诉平台, 记者看到不少消费者反映, 家电维修收费没有明确标准, 未事先告知收取上门费。

近年来, 消费者对家用电器维修服务乱收费的投诉频频发生, 据江苏省消保委 2023 年 10 月发布的《江苏省家电维修服务满意度调查报告》显示, 近八成消费者在家电维修费用方面遇到过各种问题, 其中“收费标准不透明, 平台显示价格与实际收取价格有差异”是最常出现的问题。

2023 年 10 月, 北京市市场监管局发布《北京市家用电器维修服务明码标价规定》(简称《规定》), 对要求经营者履行明码标价义务进行了一系列规定。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为, 此次北京发布的新规, 保障了消费者的知情权、自由选择权、公平交易权, 标明价格能解决不少关于收费的纠纷。

从业者又如何看待此次新规? 在北京从事家电维修十余年的杨师傅表示, 个别维修师傅事先不说明价格, 维修完再报价, 从而引起与消费者之间的矛盾, 也带来了市场环境的混乱。“其实对这个行业来说, 诚信和口碑还是挺重要的, 我身边的大多数维修师傅想凭借自己的技术踏实挣钱。”

“小病大修”, 从业人员良莠不齐

“冰箱不制冷, 平台找的维修师傅上门说需要加雪种共

700 元。后来冰箱仍然不制冷, 找到品牌售后才发现实际是电子板坏了, 而冰箱此前根本没有加雪种。”广西南宁的一位消费者讲述了自己的经历。

记者采访了解到, 由于家电维修存在技能壁垒与信息不对

称, 消费者并不清楚故障严重程度, 除了收费纠纷, 还有不少消费者遭遇“小病大修”、虚假维修等问题。

对此, 朱巍表示, 整治家电维修乱象, 规定明码标价只是第一步, 后续还应包括维修师傅行



业组织也应引导行业自律, 联合生产商、销售等共同探索团体标准, 对不同品牌、型号等产品分门别类提供维修费用、更换零件的价格参考。

此外, 随着数字经济发展, 不少消费者通过互联网平台下

单预约上门维修, 便利的同时也暗含维修人员技术不过关、以假乱真的风险。

上海一位消费者在某维修平台上下单维修热水器, 师傅上门后修了半天也没修好。该消费者后来核实平台服务码时发现, 上门的师傅并不是平台显示

的派单师傅, 也没有维修证。“维修行业太乱了, 平台也没有进行管理。”该消费者表示。

加强管理, 提高维修工人待遇

记者注意到, 早在 2012 年, 商务部发布的《家电维修服务业管理办法》就规定, 服务人员坐地起价、隐形收费等行为明显有违价格明示原则, 可由市场监督管理部门等给予相应处罚。2022 年 7 月 1 日起施行的《明码标价和禁止价格欺诈规定》也有进一步明确。为何家电维修种种乱象还屡禁不止?

“大多数维修工人没有底薪, 还要自己缴纳社保, 而维修公司要利润和绩效, 这就逼着维修师傅想办法如何让一个单子能赚取更多费用。”杨师傅向记者透露。

张冬梅建议, 尽可能将维修工组织到工会中来, 尤其是将平台用工的劳动者, 同时也要考虑网上维修工分散的特点, 探索流动窗口工会、网上工会等灵活的人合方式, 用足用好行业集体协商手段。工会要积极推动行业集体协商制度, 引导行业协会、头部企业就行业计件单价、劳动定额等开展集体协商, 为企业和劳动者搭建理性有序的沟通交流平台。

据《工人日报》

据新华社

据新华社