

新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115

总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582  
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份  
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷  
股份有限公司

安徽财经网  
www.ahcaijing.com

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



《安徽画报》微信



掌中安徽  
APP客户端



星报官方微博

安徽人的生活指南

## 非常道

### 吃饭的时候千万不要大笑

人们常言“吃饭的时候千万不要大笑”，这其实是有一定科学道理的。

我们吃进去的食物和吸入的空气都会通过咽部，其中，空气通过喉进入气管，而食物则是进入食道。呼吸时，会厌软骨像抬起的盖子，使空气畅通无阻；吞咽时，又会像盖子一样盖住喉口，以免食物进入气管。有的人偶尔边吃饭边说笑，吞咽时会厌软骨来不及盖下，食物进入气管，就会引起剧烈咳嗽。当异物阻塞人体气管或咽喉造成气流受阻时，就会发生窒息，进而可能造成不可逆的伤害。 @科普中国

## 微声音

### 乐玉成：美国有些人一个劲地打中国牌

中国外交部副部长乐玉成7月8日在北京表示，中方无意干涉美国大选，倒是美国有些人一个劲地打中国牌，指责中国干涉美内政、影响美大选，这对中国很不公平。当天，乐玉成在中国人民外交学会和美国亚洲协会共同举办的中美关系视频对话会上作上述表示。他指出，中美谁也改变不了谁，不要将中美关系意识形态化。 @中新社

## 热点冷评

### 治理手机APP“偷窥”更需监管支起“防火墙”

□ 木须虫

近日，媒体曝光的手机APP“偷窥”乱象调查显示，有的APP能够在十几分钟内访问照片和文件两万多，其中涉及移动教学软件“优学院”、办公软件“TIM”等多款产品。手机APP窃取用户隐私为何屡禁不止？作为用户，如何保护个人隐私？面对一系列疑问，科技日报记者采访了相关专家。(7月8日《科技日报》)

大数据是信息产业下一个风口，已经是不争的事实。大数据的力量在于将碎片与模糊的信息，加以整合分析，形成理性与规律性的结论，被精准地运用。如今，手机越来越能读懂你的心——拿着到手的新包来一张自拍，打开购物网站就会出现相关产品推送；正在APP中浏览一款最新车型，销售人员就打来咨询电话……

从中，不难发现手机APP对于“偷窥”为何有着深深的“癖恋”，无非是“利”字当头。个人信息也是一种资产，本身具有一定的价值，更会带来衍生的价值，在某种意义上来说，属于利益链的最前端。谁掌握了用户信息，谁就掌握了用户资源，就能够实现精准推广、精准营销甚至是精准诈骗。

说APP“偷窥”，在于其与黑客窃取个人信息有性质的区别，在正当与不正当、合理与非法之间存在大量的模糊地带，其获取信息的手段、利用信息的目的，相对比较隐蔽，不易察觉。如，报道中提到的有的APP能够在十几分钟内访问照片和文件两万多，若非专业人士通过专业技术，很难发现“偷窥”的痕迹。这是APP之于用户在渠道与数字技术上的壁垒所致，成为用户个人维护个人信息安全难以逾越的障碍，至于平台将这些信息用来干什么，纵是侵权也无法举证。

事实上，APP“偷窥”现象愈演愈烈，说明之于用户信息安全的保护，并非简单制定个规范靠商家遵循、用户监督，一边有利益的冲动，另一边有无法逾越障碍。将APP收集使用个人信息最终还是要纳入到法治的轨道内规制和调节，让APP固守在信息服务的范畴，而非窃用户信息谋利，走邪门歪道，立法的步伐还需提速。同时，针对网络的监管与执法亦需适应与配套，一方面是建立APP信息安全的规则体系、违法违规的认定标准及处罚办法；另一方面建立APP信息安全的审查、监测机制，及时预警和处置，对发现存在严重违法违规行为的APP强制下架，真正为用户支起防火墙。

## 网红踩踏丹霞地貌：“恶劣示范”需严惩

□ 陈广江

时评  
Shaping  
Guiding

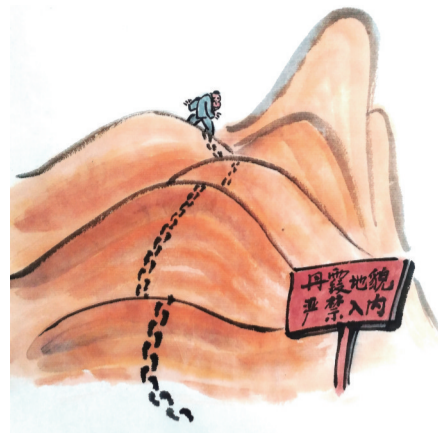
近日，一网红博主拍视频称，带外国游客进入陕西省靖边县龙洲丹霞地貌景区，并通过当地村民引导进入“禁止入内”区域，在丹霞地貌上随意行走。记者从靖边县龙洲派出所警务室获悉，目前警方已找到三名游客，并口头传唤三人，案件仍在进一步调查中。(7月8日《北京青年报》)

一个坐拥百余万粉丝的网红博主，带领外国女游客违规进入景区，蹂躏上亿年时间才能形成的丹霞地貌，并拍摄、发布视频疑似炫耀，如此匪夷所思的行为到底是蠢还是坏让人“傻傻分不清”。不管是蠢还是坏，抑或二者兼有，涉事网红的行为都是一个“恶劣示范”，理应依法重罚。

如此粗野丑陋的行为与恢弘壮美的丹霞美景形成了强烈、鲜明的反差，更引发了网友极大愤慨。面对网友“明知故犯”的质疑，该博主通过微博解释称，不是为了炫耀，也无意破坏地貌，而是“没有考虑太多”，误解了警示牌的内容，并表示诚恳接受批评和提醒。

但这种“轻飘飘”的解释恐怕难以服众。众所周知，丹霞地貌的形成需要上亿年，且极为脆弱，属于不可再生资源，是大自然留给世人的珍贵遗产。一名知名旅行玩家、网红博主，如果连这点常识都不懂，未免太“业余”了。违规踩踏丹霞地貌，与其说无心之失，不如说对自然、对规则缺乏应有的敬畏。

现实中，破坏丹霞地貌的事情屡见不鲜。破坏丹霞地貌现象之所以屡



可耻的脚印 王恒/漫画

禁不止，很大程度上是因为违法成本太低，处罚流于形式，形不成震慑效应。类似破坏景区环境的现象，不单单是一个关于素质和文明的问题，还涉嫌违法《旅游法》《治安管理处罚法》《风景名胜区条例》等法律法规。法律法规没有“牙齿”，任性游客得不到应有的惩罚，类似问题就不会消失。

江西三清山“巨蟒峰”损毁案就是最好的案例。2017年4月，三名驴友为攀爬巨蟒峰，在山体打入了26根岩钉，对名胜古迹造成了严重损毁。今年5月，该案二审宣判，涉事三人不仅被判刑，还要赔偿600万元。该案是全国首例故意损毁自然遗迹入刑的刑事案件，也是全国首例检察机关针对损毁自然遗迹提起的生态破坏环境民事公益诉讼案，向社会传递了一个强烈的信号。

破坏人类赖以生存和发展的自然资源和环境，应成为旅游领域的一条“带电的高压线”，每一位游客必须坚守的底线。名气越大，责任越大，网红博主应倍加爱惜自己的羽毛才对。否则，必将付出沉痛代价。

## 时事乱炖

### 电视开机广告，莫成生活中的“牛皮癣”

□ 汪昌莲

为什么智能电视开机就有广告？这些广告从哪儿来？凭什么硬闯进观众的视线？为什么还关不掉？现在，不少购买了智能电视的消费者都有这种疑惑。伴随智能电视走进千家万户，长短不一、预先植入、无法“一键关闭”的开机广告问题日益成为困扰广大消费者的痛点。(7月8日央广网)

智能家电已成为时下热门话题，智能化成为家电产业未来发展的重要方向之一。公开的数据显示，到2020年整个智能大屏，特别是OTT这一块运营价值会达到600亿。智能电视的普及，让随意点播视频、回放都不再是难事，大部分电视用户购买智能电视，也就是为了方便点播节目。然而，打开任何一台智能电视，都会有短则几十秒、长达几分钟的广告，并且不能跳过、不能关闭、不能快进。

事实上，开机广告是近年来随互联网电视发展而出现的新商业形式，在销售电视硬件不赚钱的背景下，开机广告成为当下电视厂商重要的利润来源。部分互联网公司，为了抢占电视市场，依靠低价吸引消费者购买，通过开机广告、或者提供其他增值服务

来盈利，带来的结果却是，整个行业的利润率越来越薄。

问题是，互联网广告，不能够强制消费者收看。智能电视的开机广告，属于《广告法》第44条规定的互联网广告范畴。在使用互联网服务时，广告页面自动弹出，应该标有显著标识，确保可一键关闭。不能强制用户观看开机广告。

可见，不能让开机广告，沦为生活中的“牛皮癣”。首先，既然强制消费者收看开机广告，是一种违法行为，有关部门就不能放任不管，应出台针对性规定，从源头上清除这种影响生活品质的“牛皮癣”。同时，电视企业应主动摒弃开机广告商业模式，在产品功能和售后服务等方面，获得消费者认同，回归硬件盈利的商业模式。退一步讲，即便电视企业仍然自带开机广告，但应该给消费者知情权和选择权，让消费者能够自主设置是否观看开机广告，不能强制用户收看。这就要求，互联网电视如果植入开机广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。同时，如果有的用户确实不需要开机广告，可通过售后服务，维修人员上门直接取消开机广告。