

2020年12月22日
星期二
编辑/江亚萍
组版/李静
校对/陈文彪

市场星报

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



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



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
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

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

广告“一键关闭”应成APP标配

■ 苑广阔

坐拥12亿用户的微信,近日被上海消保委点名批评:广告关不掉,个性化广告推荐关闭流程设置繁琐等。微信方面对此作出最新回应,十分重视各方的反馈和意见,将持续优化产品体验。该回应迅速登上微博热搜。(12月21日《海南特区报》)

其实不止是微信,很多网友在使用各种APP的时候都会发现,里面的广告不但五花八门,而且好像对自己很了解,可以称得上是精准投放。这其实没啥奇怪的,因为这本身就是一种大数据分析的结果,是这些手机APP通过大数据分析用户的爱好、特点、消费水平等等基础上,给用户量身定制的广告。但是,这些个性化广告的存在,对于部分手机用户可能有用,但对于大部分手机用户,就是在浪费精力和时间。而且,大量广

告挤压了手机页面空间,反而让一些有用的信息被压到下面去了。

按照业内人士的说法,消费者是有权利拒绝这种个性化广告推荐的。而拒绝的最好方式,就是这些APP能够具备广告“一键关闭”功能。可以说,手机APP的“一键关闭”功能,可以有效平衡APP方和用户的利益,毕竟有人会因为各种原因不会选择关闭广告,这就顾及到了APP运营方的利益,而对于不需要这些广告的用户,则可以自行关闭,这又照顾到了用户的利益。

但是到了现实中,要想关闭APP广告,简直难于上青天。上海市消保委近日发布了《APP广告消费者权益保护评价报告(2020)》。报告通过对600多款主流手机APP广告行为进行分析发现,58%的APP含有广告,其中69.7%的广告没有“关闭键”。而即便一些带有关闭键功能的APP,也存在关闭程序繁琐复杂,关闭时间过长等问题。比如以全国拥有12亿用户的

微信为例,要想关闭它的个性化广告推荐,竟然要一步不差地走完11道关卡,而且即便成功关闭以后,“有效期”也只有半年,半年之后,个性化推荐广告又会如期出现。

首先从技术上来说,APP难道不能带有“一键关闭”广告的功能吗?当然不会,那么要想“一键关闭”广告,一定要经过10个以上的步骤才行吗?当然也不是。说到底,还是这些手机APP的开发运营者,出于自身利益的考量,人为增加了用户关闭广告的难度,或者根本就不设计广告的关闭键,让你无论如何都关闭不了。

如此做派,未免有些霸道而且不合情理。尤其是在消费者权益保护意识越来越强,期待使用各种APP的体验越来越好的前提下,APP广告不能关闭、关闭过程太繁琐等问题,必然招致用户的反感。当然了,在“店大欺客”的原则下,用户的反感未必能够促进一些APP的改进,那么不妨由各地消保委,在现行法律法规下,通过民事公益诉讼等方式,来促进问题的解决。

时事乱炖

“35岁”不该是职场招聘一道坎

■ 吴学安

自从过完34岁生日,在北京一家文化创意公司工作的许瑶就开始担心,自己会不会在一年内失去现有的职位,“公司基本没有35岁以上的人。”许瑶的担心,也是不少企业职工的担心,因为公司对外的招聘公告往往是“35岁以下”,公司内又鲜见35岁以上非管理层员工。一旦迈进35岁门槛,就不禁担心自己的未来职场生涯,“35岁焦虑症”也随之而来。(中工网12月17日)

人到35岁,如果总是接触到对自己排斥的招聘信息,这个人就容易有心理恐慌,比如说害怕被老板解雇、担心被社会淘汰。以前在单位,工作到35岁的都是工龄十几年的中年骨干了,但现在往往入职的都将近30岁了,很多人到了35岁还是刚适应的状态。“35岁现象”表面上是个人职业发展的困境,而从深层次来看,也和职场生态、社会舆论等外部环境分不开。

事实上,与其说是35岁门槛,不如说是试错和适应的窗口缩短了,以前都是10多年的时间供一个员工成长到35岁,现在没



坎 王恒/漫画

几年就到了“35岁门槛”。

事实上,我国劳动力的整体年龄早已越过“35岁门槛”。有数据表明,1985~2018年间,中国劳动力人口的平均年龄从32.23岁上升到38.39岁,其中城镇38.37岁,农村38.42岁。

所谓的35岁底线,多是用人单位造成的。

如果招聘员工都有年龄限制,那么就会慢慢影响到这一年龄的人的心理,这是一种形而上学的风气。招聘人才应着眼于人才的文化、业务、道德水准,尤其在下岗职工

中,中年人居多,其中不乏可用之才。招聘中苛刻的年龄限制,不利于寻觅真正的人才,也不利于人才公平公正的竞争。

35岁无论从工作熟练程度,还是解决疑难问题的创造力及身体条件都处于黄金阶段,这一年龄段的员工,大多正是处在从精力到工作经验日趋成熟阶段,事业处在上升期,但是此时,却把他们拒之工作的大门外,或者让他们退出主流社会,这是对人才资源的浪费。

曾几何时,“4050”存在下岗再就业难题。而“35岁”也是职场上一道真实的门槛。

虽说,“打铁还需自身硬”,职场中人提升自我技能增加含金量是跨越35岁门槛真招实法。但面对类似“35岁现象”所体现出来的不合理用工限制,需要充分运用劳动法、劳动合同法等法律武器,靠政府有关部门、社会、用人单位形成合力,在改变职场生态、社会舆论等方面,为个人职业发展提供更加优良的条件,营造“物尽其用、人尽其才”的社会用人新风尚。

热点冷评

让每个人都有底气去“温暖整个冬天”

■ 斯涵涵

一个多月前,上海肇嘉浜路上,63岁的王老伯在参加完同学聚会后,刚出饭店门就倒在了路上,老人们手足无措时,一个男孩子挤入人群,在等待救护车到达的五六分钟时间里,持续对王老伯进行心肺复苏,抢回了老伯一条命。男孩不愿意告诉大家自己姓名,匆匆离开。住院26天后,王老伯出院,凭着当时校服上的“格致”二字,和一起聚会的老同学找到了上海市格致中学,老师们一眼认出老人们拍摄照片上的孩子是高一(7)班男生盛晓涵。

这个“温暖了整个冬天”的少年刷屏了。但值得赞誉的,不仅是挺身而出之勇敢,更是他施救过程的专业有效。

面对突发状况,有的人不敢轻易伸援手,也可能担心施救不当反惹麻烦,但未必没有善心。只是,如果缺乏急救常识、急救技能,有善心也无法化作行善的能力。而行善本身,是既需要热

心、也需要能力的一件事,甚至是一件专业的事。

急救知识并非只是专业救护人员才需要的技能,而且还是公众在关键时刻挽救自己和他人生命的“法宝”,急救能力一定要经过专业的学习和培训。发达国家的急救能力培训非常普及。有媒体报道,法国的急救培训普及率为其总人口的40%,德国更是高达80%;在美国,仅接受过心肺复苏技术培训的人数就占总人口的三分之一。而在我国,急救技能普及率仅为1%左右。

每个人都可以成为“15岁少年”,我们除了倡导向少年学习,更可开展一些实实在在的行动——更有效地提高公众急救知识的普及率,更多地让人们掌握必备的知识技能、建立必备的反应意识,让“第一反应就是去帮忙”成为一种习惯,让所有有志伸出援手的人有底气、有信心、放下后顾之忧。

来源:《解放日报》

微声音

高血压≠不能动 科学运动有益降压

高血压是一种常见的慢性病,也是心脑血管病最主要的危险因素。暨南大学附属第一医院心外科副主任医师陆华指出,在高血压的防治中,除日常口服药物外,患者的日常护理尤为重要。但有一些高血压患者认为运动后人的心脏跳动会加快,导致血压升高,提高高血压的发病率。因此,很多患者得了高血压后不愿意运动,这种想法是不对的。适当运动可以达到一定的降压效果。

陆华指出,高血压患者可以每周运动五天以上,每天参加至少30分钟以上的中等强度运动,如走路、慢跑、骑行或游泳等动态有氧运动。据统计,这种运动介入平均可以使得患者收缩压降低7mmHg,舒张压降低5mmHg。

同时,额外的阻抗训练也可以进一步降低血压。研究表明,阻抗训练以及等长训练的降压效果或许会比有氧运动更有效。因此,推荐高血压患者每周可以进行两到三天的阻抗训练。但上文提及的运动都是中低强度的运动,如果高血压患者需要进行高强度的运动,那运动前对其进行心血管评估是非常必要的。

来源:《广州日报》