责编/徐昆 组版/高彬 审读/李纪英 邢州报

# 弹窗广告为何“越关越多”？




看视频不到两分钟，广告接连弹出；点击“关闭”，却被带入下一则广告；扫码交费，跳转页面即推送不相关的视频订阅套餐……尽管有关法规已明确弹窗广告应“一键关闭”、不得诱导点击，但不少用户感觉广告“越关越多”。关不掉的弹窗背后，症结何在？

## 点进去容易，退出来难

“我就想听会儿戏，几分钟的视频怎么一直让我点东西？”一位80岁老人告诉半月谈记者，他用手机观看戏曲视频，不到两分钟，正在播放的内容便被广告打断。“好不容易点中叉，又跳出另一条广告。”

广告是明确的商业信息，不应变成越来越难辨认的“交互陷阱”。“内存严重不足”“发现大量垃圾”“系统需要更新”“立即清理”……这些页面套着系统提示的外衣，用红色感叹号、进度条、倒计时等方式制造紧迫感，诱导用户点击。而一些广告混进新闻、视频和通知信息中，用户需仔细辨认才知道究竟是正常功能还是商业推广。

“摇一摇”“扭一扭”则是另一种陷阱。一些广告利用手机陀螺仪、加速度传感器识别晃动、转动等动作，并将其设为跳转条件，用户走路时晃动手机、从桌上拿起手机甚至乘车时遇到车辆颠簸，都可能触发广告跳转。

无孔不入的弹窗广告从何而来？北京理工大学计算机网络攻防对抗研究所所长闫怀志介绍，即使用户没有打开App，广告也可能通过其他渠道出现在手机上。

例如，一些App接入手机厂商提供的系统级推送服务，即使App未在前台运行，其服务端仍可发起消息，由厂商推送通道送达用户手机。此外，广告可通过系统级或手机厂商控制的入口触达用户，这类展示不以用户打开某个App为前提。以快应用等应用平台为例，它可以免安装运行，并能在运行过程中向用户展示弹窗广告。




## 一路伸向隐私和钱包

调研过程中，半月谈记者偶然碰到这样一个场景：手机扫码进行停车交费时，操作过程中页面突然跳转，新页面在视觉设计上与交费页面非常相似，并要求用户填写手机号。半月谈记者输入手机号后，才发现相关操作并非停车交费，而是“被订阅”了无关的视频套餐，且产生了相应扣费。

闫怀志介绍，二维码通常只是通往交费页面的入口，风险还可能出现在扫码后的页面和跳转环节。一些交费系统接入第三方平台后，交费页面中可能嵌入优惠券、红包等广告入口。用户点击后，就会被带往其他应用或订购页面。如果用户没有识别出“货不对板”，就会开通付费服务，平台则持续产生收益。

对一些广告主而言，一次用户点击并不是终点，真正有价值的是引导订阅、收集个人信息等后续环节。一些App接入第三方软件开发工具包（SDK）后，SDK可能参与广告展示、用户识别、效果统计等。如果平台没有清晰说明收集信息的目的、方式和范围，用户很难判断自己的信息究竟被谁收集、用于何种用途。

受访专家认为，隐私风险的关键并不仅是用户是否点击了“同意”，而在于“同意之后发生了什么”。即使App本身正常上架、系统不存在漏洞，如果用户在不了解数据流向的情况下授权，相关信息仍可能进入后续的广告匹配、用户画像和效果归因环节。

2025年8月，工信部通报23款存在侵害用户权益行为的App及SDK。通报显示，一些App及SDK存在“超范围收集个人信息”“信息窗口乱跳转”等问题。北京嘉潍律师事务所合伙人赵占领表示，一些弹窗乱象已经超出传统广告内容监管范畴，诱导跳转、流量劫持、违规收集信息等行为与技术手段深度结合，可能同时涉及广告监管、消费者权益保护、反不正当竞争、个人信息保护等多个领域。

## 法已禁止仍“可为”？

广告变现本身无可厚非，但消费者也有对打扰和诱导说“不”的权利。弹窗广告的衍生乱象为何屡禁不止？一名业内人士向半月谈记者透露，行业测算显示，一个拥有百万日活的App，如果保持较高广告展示频次，日广告收入可达数万元。对于某些终端设备而言，硬件本身能够留下的利润空间相对有限，厂商会更加重视设备售出后的持续变现能力，一些手机厂商通过预装应用、广告及增值服务等获取后续收益。

在这样的商业机制下，流量、点击和转化都有可能被折算成收益。一些产品设计因此不再只是争夺用户注意力，而是开始通过诱导、误触等方式获取更多可被计价的用户行为。

根据广告法和《互联网广告管理办法》，弹窗广告未按规定显著标明关闭标志、确保“一键关闭”的；在其他法律、行政法规没有规定的情况下，利用虚假的系统更新、报错、清理、通知等提示欺骗、误导用户点击广告的，相关广告主体可被处以5000元以上3万元以下罚款。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，违法收益高、成本低，同时对违法行为的发现、取证和处罚存在一定滞后性，一些违法行为难以受到有效震慑。

闫怀志认为，法律明确禁止诱导跳转，但针对利用手机晃动、转动等动作诱导广告跳转的问题，还需要进一步细化相关技术判定标准。除了触发方式翻新外，违规广告还借助技术手段规避审核：部分落地页托管于第三方域名，内容可动态替换，同一广告素材也可跨平台轮换，导致审核所见页面与用户实际访问页面不一致。

一条广告的背后，可能涉及广告主、广告平台、App运营方等多个参与者。“交易链条拉长后，责任认定和追查的难度随之增加。”朱巍建议，进一步明确程序化广告各环节责任，不能把辨认复杂广告产业链的成本转嫁给消费者。对于老年用户，不仅要减少容易造成他们误触的弹窗和跳转，还要把适老化要求进一步落实到不同终端、不同应用场景和具体广告交互中。

据《半月谈》

地址：邢台市信都区邢州大街3056号 联系方式：3129908 广告电话：3129961 印刷：邢台新闻传媒中心印务部 地址：邢台市襄都区阳光路1号 邮编：054000 全年定价：228元 零售每份1元