

购物节营销 消费者频遭“短信轰炸”

大量106开头短信骚扰消费者；工信部拟规定在发送商业信息之前，征求用户同意

618、双11、双12购物节……伴随着五花八门的购物节一同到来的，还有若干年前为大众所熟悉的“短信轰炸”。只不过，这次卷土重来的“短信轰炸”则是披上了“网购营销”的外衣，让消费者不堪其扰。电商平台表示，官方平台未给商家提供类似的服务，系商家自主行为。运营商称，可以开通“短信炸弹”应急防护服务。

哈尔滨工程大学人文学院法学系讲师、黑龙江五洲律师事务所兼职律师韩晋表示，工信部已就相关规定征求意见，拟规定短信息服务提供者在发送商业信息之前，应该征求用户同意。

购物节消费者收到商家密集促销信息

在刚过去没多久的双12购物节，在消费者忙于“剁手买买买”的同时，也有不少人手机上收到了大量的商户促销短信。然而，这样的促销短信以量大、发送时间段集中等特点变成了一种“短信轰炸”，让人不堪其扰。

一名市民向新京报记者表示，今年双12购物节期间，其从11月26日便开始收到商家发送的106开头的相关促销信息，一直到12月12日，她至少收到了85条商家发送的促销短信，其中有一半以上的短信是在12月9日至12月12日期间集中发送的。

这些促销短信也是有一定格式的：“【某某某店】双12开抢！……详情请点击链接……回复T退订”“【某某某店】今晚0点开抢！叠加200减25……戳……回复T退订”……

“还好我的手机是有自动短信骚扰拦截功能的，要不然这小一百条短信这么集中地发给我，我可受不了。”该市民说，“非常讨厌商家发送的促销短信，有的时候回复退订也没有用，还是会发。再说，那么多店铺给你发，怎么能一个一个回复得过来。”



“双12购物节”期间，一名消费者收到各种店铺发来的促销短信。手机截图

一条短信三分九 委托第三方发送

一名从事淘宝行业5年多的商家阿华告诉记者，其经营的店铺便购买了给顾客发送促销短信的服务。“购买的是淘宝卖家版提供的第三方服务，可以在各种节日发送各种短信……”阿华介绍，这种服务类似一个第三方插件。

短信发送的价格也不尽相同。阿华介绍，他使用的第三方平台是一个叫“淘小蜜评价”的平台，利用其给顾客发送短信的价格最低大概三分九一条。

实际上，商家发送类似的促销短信，顾客的反应“并不好”。阿华说，其店铺客服总能收到顾

客的投诉。“碰到这种情况，我们一般都会先跟顾客道歉，然后不再给他发了。”阿华说。

经记者试验，多数店铺都采取跟阿华家一样的处理方式。当记者询问另一家店铺客服为何会收到相关短信时，客服回应称，只要是在其店铺消费过的VIP都会自动发送，并道歉称“不好意思打扰了”；还有店铺则表示，“如果担心的话，我这边让售后不要发了”。

“其实，靠短信拉来的顾客是非常少的。”阿华说，他也觉得总给顾客发这样的打扰短信不太

好，但作为商家，他还是希望进行相关的宣传和推广。

针对阿华介绍的发送短信第三方平台，记者登录淘宝卖家账号发现，在淘宝网卖家中心营销中心界面中输入“短信群发”“短信营销”等关键词后，界面显示出近十种相关产品，其中便包括上述店家提到的“淘小蜜评价”。

该服务界面上介绍，其提供“短信营销”服务，“让营销短信飞起来”。其服务包括：双十一促销、店铺上新、聚划算通知、节日关怀、冲冠……

淘宝客服：无相关服务 系商家自主行为

淘宝官方客服表示，官方平台并未给商家提供类似的服务。“店铺发短信这种情况，淘宝官方是核实不到的，是商家的自主行为。”

另外一名淘宝官方客服告诉记者，其确实不太了解淘宝卖家版会提供相关第三方服务的情况，其将记录并交由相关部门作进一步的处理。

“作为淘宝官方的话，我们肯定是不支持这种行为的，如果之后核实到会进行处理，我们平台之后也会对这类问题加大管控。”该名客服表示。

运营商：可提供短信屏蔽服务

中国联通客服人员表示，可为用户开通联通“短信沃盾”功能。开通该功能后，用户可免受1065和1069开头号码的“短信轰炸”。

该工作人员表示，目前，该功能系免费的。然而，用户开通“短信沃盾”后，“短信轰炸”拦截只适用于服务开通当时至当晚12时，如想继续开通的话，需要再联系当地联通客服热线人工服务协助开通该业务。

此外，该工作人员表示，如果实在“不堪其扰”，用户可编辑相关短信至12321，向网络不良与垃圾信息举报受理中心进行举报。

中国移动客服人员表示，若用户面临此类问题，可以开通“短信炸弹”应急防护服务。

在该服务开通界面上，记者看到，用户可根据自身需求免费开通1至7天的短信拦截服务。当用户开通此项服务后，系统将在防护有效期内对所有发往用户的

除手机号外所有端口类（包含端口、固话、国际号码）短信进行全量拦截。

移动客服人员提醒称，用户开通“短信炸弹”应急防护服务后，将无法收到发送给其的相关验证码等必要短信，可能会对用户正常使用其他业务造成影响。该客服建议，若不想再收到商家发送的此类促销短信，可以选择回复短信进行退订或者对该号码进行拉黑。

106平台提供者应控制信息发送数量

韩晋指出，“短信轰炸”可能涉及几个行为主体，包括消费者、商家（商业短信息服务提供者）、106平台提供者（电信基础运营商）、主管部门以及司法机关。

他指出，消费者有权利拒绝营销广告或信息，可以采用发送特定信息内容，“例如，我们经常看到的有些短信明确告知‘退订’的方式。”

商业短信息服务提供者发送此类信息应该谨慎，而且要保证消费者拒绝接收的权利。

106平台提供者应该对发送信息的数量进行控制。

工信部门应该积极出台相应行政法规，指定“良法”“良策”，合

理规范电信运营商、服务商的市场经营行为。

韩晋指出，今年8月，工信部就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定》（以下简称《规定》）向社会公开征求意见。该征求意见稿第三章商业性短信息和商业性电话管理第十六条指出，任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。

韩晋表示，如该《规定》通过，我们可能会收到电信公司发来的征求短信询问用户“是否同意接

收商业性短信息”，如果客户明确表示同意，电信公司才可以向客户发送；如果客户不同意，电信公司就不能发送任何商业性短信息。

此外，韩晋指出，“短信轰炸”也隐藏着另一个问题——用户手机号如何被商家获取。“很多用户并没有向商家获取。商家留过自己的手机号，如果相关人员通过非法手段收集、获取并使用用户手机号等个人隐私信息，司法机关也应该对此种行为及时给予立案调查，对侵犯公民个人隐私的违法犯罪行为依法严肃处理。”

（徐美慧 郭薇）

关注
关注

回
应

专家
说法