

无需插卡即可通话发短信？腾讯争抢运营商蛋糕？

实测微信“微小号”，并没有那么香

月租10元的虚拟号码，非腾讯首创

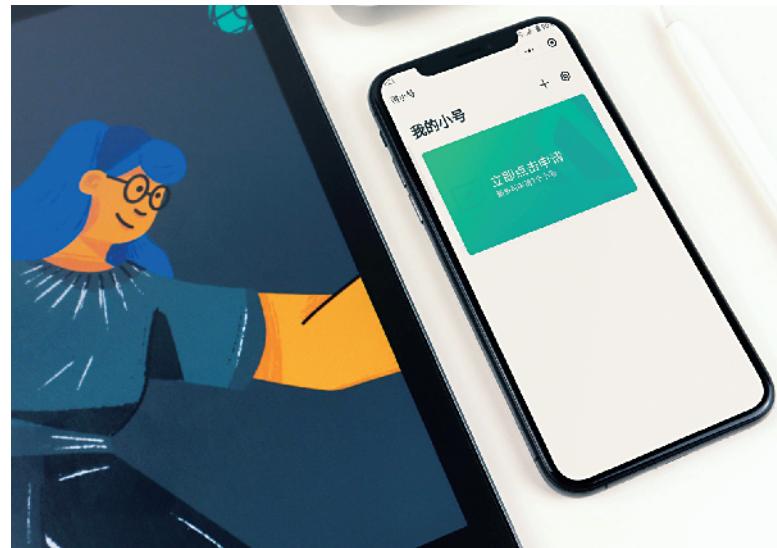
作为国内即时通讯行业第一大巨头，腾讯几乎每次在该领域的动作，都能激起通讯业界的一阵波澜，“微小号”也不例外，尤其是它还直接涉及传统运营商的两项核心业务——语音通话和短信。在“微小号”低调发布后，有媒体惊呼，“‘互联网大佬’腾讯正式加入通讯市场争抢运营商蛋糕”，事实真是如此吗？

据记者了解，“微小号”是腾讯公司3月29日上架的一项小程序，根据其官方介绍资料，该产品支持一机多号、保护隐私、话费共享，用户无需依托SIM卡就可以进行通话、发短信。而“微小号”所针对的使用场景，是不少用户手机号码泄露后从此垃圾短信、骚扰电话没完没了的现实困扰。

记者实际体验了“微小号”的申请流程，大概是这样的：第一步要绑定手机号（目前仅限联通），绑定之后需要身份认证，然后选号（167号段），跟着支付10元的月功能使用费，接下来就能拨打手机了，拨打时对方显示是你选定的虚拟号，并且对方拨打该虚拟号时你也能正常接听。简单来说，就是让用户免去营业厅的麻烦，每月10块钱用两个号码，一年24个电话号。

值得留意的是，微小号除了月功能费外，并非就像平时拨打微信语音电话般完全免费了（走流量通道），而是需要共享所捆绑本手机号的通话资费的，超出部分也会在主号计费。

看到这里，大家可能已经察觉，微小号和市面上早已公开提供的运营商一卡多号服务、阿里小号等，并没太大



区别，主要作用也都是防止骚扰、保护隐私，难怪有网友把微小号称作“沃小号的阉割版”了。

利多弊多？尚有待观察

有网友透露，目前微小号中提供的手机号由虚拟运营商“话机通信”提供。公开资料显示，话机世界通信集团股份有限公司（原话机世界数码连锁集团股份有限公司，简称话机世界集团），法定代表人赵伯祥，注册资本7780万元，证券代码：831354，总部位于浙江杭州，在浙江、安徽等地拥有500多家直营门店，主要经营增值电信业务，移动通信转售业务，通信设备及配件的销售等业务。2018年7月，工信部向与中国联通公司首批签约的15家企业发放了移动通信转售业务经营许可证，其中包括话机世界通信集团。

既然同是虚商的移动转售业务，不少网友已经马上吐槽腾讯的此项业务收费太贵：“移动的‘和多号’才5块钱一个月”、“阿里小号一年才20元”。

另一方面，在某些“羊毛党”社区，已经开始热烈讨论如何用微信这个新功能来薅一笔了，比如有人说，“用小号注册网约车，打车后不付费”。记者的实际测试也发现，微小号提供的虚拟手机号，目前是可以用来注册微信、美团等软件的，也能享受由此带来的一些新用户福利。只不过，微小号如果因为这样的“福利”流行起来，似乎也违背了它的初衷。

尽管如此，记者仍然劝谕大家不要薅这样的“羊毛”。关于用手机小号乘网约车逃单的问题，此前已经有律师指出，乘客使用虚拟手机号码注册打车软件账号，并用来打网约车，下单并被接单之后，乘客与司机的合同关系就已经

腾讯今年3月底低调推出了一项类通讯业务“微小号”，由于可以让用户不用再办SIM卡，就能获得一个虚拟手机号并接听/拨打电话、收发短信，较有效地满足了一些特定场景下用户对保护隐私、拒绝骚扰的需求，在刚过去的清明小长假期间获得了不少的追捧。

不过，正如很多新生事物一样，“微小号”的问世，同样也带来不少新的用户投诉，还有就是相关业界的疑虑。

■新快报记者 郑志辉

成立；当司机履行了义务后，乘客拒不付费，这种行为构成合同违约，必须承担相应的民事责任。

就算只是不断用微小号提供的新号来薅一些互联网服务的新单羊毛，网络服务供应商仍然可以根据所捆绑的本手机号实名信息追溯到真实用户，由此降低对应用用户的信用评分等的，也不是件太好的事情。而且，记者相信，国家监管部门以及网络服务提供商们，也会很快出台针对性措施来应对这一新情况的。

综合以上种种，再考虑到它还存在每个月仅能发送10条短信、必须联网使用、暂不支持办理增值业务及其他数据业务等的限制，微小号也没有乍一看时那么的“香”了。至于说“争抢运营商蛋糕”，更是无稽之谈，其本身就是移动转售业务的一次代理行为而已。

电视开机广告播放10秒后才能关闭 法院：乐视电视侵犯消费者选择权



据悉，江苏高院下发的二审判决书显示，本案不仅直接涉及众多不特定消费者权益，也间接影响数十家智能电视生产企业的利益，还可能对未来智能电视行业的发展产生引导作用。

据了解，2019年7月起，江苏省消保委开展针对智能电视开机广告专项整治行动，对存在开机广告且不能关闭的七家智能电视品牌企业（海信、小米、创维、夏普、海尔、长虹、乐视）进行长达一年的约谈、跟踪和监督，要求企业提供

开机广告“一键关闭”功能，保障消费者的选择权。

江苏省消保委发现，尽管乐视电视所在的乐融公司表示作出了整改，但不符合整改要求：要求是开机广告播放同时提供一键关闭功能，即开机广告播放时可以立即关闭、随时关闭，但乐融公司提供的一键关闭功能，是在15秒开机广告剩余最后5秒时才弹出，也即开机广告播放10秒后消费者才能关闭。江苏省消保委认为，乐融公司未能积极整改，故于2019年12月12日，提起消费民事公益诉讼。

2020年11月，南京市中院一审宣判，乐融公司智能开机广告侵犯消费者选择权和公平交易权，考虑到乐融公司以前销售的老旧机型受技术限制等原因，判令乐融公司对判决生效之日起销售的智能电视设置开机广告一键关闭功能。

乐融公司随后上诉称，乐融提供了可选择设置全家福、旅游照片等作为开机视频或观看电视广告的功能，且提供一键关闭功能，已经充分保护了消费者的选择权。并且，《广告法》第43条（又称“垃圾广告”条款，任何单位或者个人未经当事人同意或请求不得以电子信息向其发送广告等）明显落后于社会生活实际情况，一审法院无视智能电视产业

的发展现状和客观情况，适用该规定处理对乐融公司过于苛刻，导致利益严重失衡，系适用法律错误。

二审争议焦点遂集中在两处，一是乐融公司销售的智能电视在播放开机广告时为消费者提供照片、视频及开机广告等可供选择的服务，是否限制了消费者的选择权，二是乐融提供的一键关闭功能是否符合《广告法》规定。

关于第二个争议焦点，江苏省高院援引《广告法》第44条第2款规定（利用互联网发布广告，不得影响正常使用网络。在互联网页面也弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭）认为，法律并不禁止广告经营者通过互联网等方式向消费者推送广告，但应当保障消费者的拒绝权（选择权），上述规定已经充分考虑互联网特点，平衡了广告经营者的商业利益、信息流通利益和消费者权益。



一起了解更多3C前沿资讯

新快报讯 记者陈学东报道 日前，江苏省高级人民法院对于此前的“江苏省消费者权益保护委员会对乐视电视生产企业提起的开机广告公益诉讼案”经二审终审维持原判，支持江苏省消保委认为乐视电视强行植入开机广告且不可关闭侵犯了消费者权益的诉讼主张，判令乐视电视所属企业乐融致新电子科技（天津）有限公司（简称“乐融公司”）自判决生效之日起销售的智能电视设置开机广告一键关闭功能。