

# 家校溝通的APP非下載不可嗎？ 有些竟然暗藏貓膩！

“各位家長，請按通知下載APP，成功下載後請回復。”在部分幼兒園和學校的微信群，家長不時會收到類似口吻的通知。隨後，微信群裏便是一連串的“收到，已下載”，消息提示音不絕于耳。

雖然響應得十分迅速積極，但也有家長心裏在暗暗打鼓：“這個APP有什麼用？我非下載不可嗎？”而在實際使用過程中，有的APP不但在功能上有“畫蛇添足”之嫌，家長還會因為填寫了個人信息而惴惴不安，生怕信息泄露。

家長  
咱也不會用 咱也不敢問

半年多前，幼兒園家長蘇鵬在班級微信群裏收到了一條要求下載某APP的信息。根據園方的說法，園方今後將通過這款APP發布通知，孩子上幼兒園的費用也將通過APP收取。

“收到消息之後，我和很多家長都一頭霧水。”蘇鵬表示，老師平時有通知都會在微信群裏發布，長期以來沒覺得有什麼問題，為何突然就要改用APP呢？而在收費方面，幼兒園此前每個月都是直接從家長的銀行卡中扣款，這次改用APP後，家長還得在APP中再綁定一遍銀行卡，感覺多此一舉。

更讓蘇鵬疑惑的是，雖然號稱要通過APP發通知，但家長們下載安裝後，園方後續的通知消息還是通過微信群發布，這款APP最終祇被當成了收費工具。每月月初，園方都按照上個月孩子的請假缺勤天數退還一定的學費，相比起以前直接把錢打回銀行卡裏，用了APP後，錢祇能退到APP賬戶，而APP居然沒有提現功能，蘇鵬總是看着賬戶裏的一兩百塊錢幹瞪眼。“直到現在我也沒搞清楚為什麼要用APP，我也不敢問，祇能聽幼兒園安排。”

遇到類似問題的，還有小學家長白晶。一個多月前，她收到了學校發來的通知，要求全體家長下載一款反詐APP，下載並註冊之後，還需要向學校報告。“說是最近電信網絡詐騙案件高發，讓家長必須下載。”

雖然知道學校是出于提醒家長的好意，但白晶不太理解的是，如果真的是要讓家長加強防範，比起下載APP，明明通過開家長會的方式更為直接，但學校並沒有這麼做。而且在下載APP的通知發布之後，學校再沒有針對這款APP有過任何的使用培訓。

APP裏的功能很多很雜，白晶自己也不太能摸索清楚。“感覺像應付差事一樣，光是下一個APP不知道怎麼用，那有什麼意義呢？”

校方  
應用不好用 老師挺為難

對於家長的不解，長期處理學校行政事務的吳老師表示，有時學校確實會接到上級部門通知，要求家長下載某個APP。“一般來說，學校都會告知家長這個APP有什麼作用，如果家長對功能不太清楚，也會有專門的老師負責解答。”

而為了更好地與家長溝通，學校也會嘗試使用一些專用APP。吳老師表示，在微信群尚不普及時，他所在的學校就使用過一款信息類APP用于發布通知，但後來才發現，APP的家長端在使用時居然需要收費，接到家長反饋之後，沒過多久就停用了。

“後來改用了微信群，學校跟家長的溝通比以前方便了不少，但還是會出現問題。”有班主任向吳老師反映，有時在微信群裏發通知，會遭到家長的私下反對，“比如有一個比賽，班裏有學生得獎了，本來是好事，老師在群裏發一個結果通知，個別沒得獎的孩子家長就會不樂意。”甚至有些時候，得到表揚的孩子家長也會給班主任發信息，表示不願意讓孩子在班裏出風頭，希望老師不要再公開表揚。

除此之外，老師在群裏發通知時，家長們還得一個個地接龍回復，表示看到了信息。微信裏一時“提示音四起”，老師和家長都倍感壓力。“有時候通知比較重要，老師得時刻盯着群，看看是否每個孩子家長都回復了。有的家長看到消息了却没回，老師還得單獨發信息或者打電話確認。”

去年，學校嘗試使用了另一款家校溝通APP，之前遇到的問題有了一定緩解。新APP能夠把通知單獨發送給每一個家長，通過系統還能看到家長是否閱讀了信息。雖然功能上方便了老師，但因為新APP并不如微信那般普及，有些家長在使用上還是有困難。“我們甚至把孩子都培訓會了，但家長還是說不會用，最後老師又得在微信裏發一遍，工作量也增加了。”

軟件  
廣告藏其中 想用先授權

除了使用上不如微信簡單，有些打着“家校溝通”旗號的APP和小程序甚至還暗藏着貓膩。記者點開了一款號稱“專門為家校班級群打造”的接龍小程序，在操作教程頁面，居然看見了一款保險廣告。退出再點進去，頁面中又變成了一款小遊戲的廣告。還有的小程序，每次點進去就會先看到廣告，隨後才是功能界面。

而另一款名為“XX家校通”的APP，在安裝頁就要求使用者提供包括位置、相機、存儲、設備信息在內的11項權限授權，如果拒絕則無法使用。註冊成功之後，記者發現該APP除了有家校溝通功能，還另外搭載了網課服務，而且還會彈出收費網課的彈窗廣告。

記者嘗試下載了多款家校溝通APP，其中祇有少部分可以直接使用，大部分APP都需要進行一定程度的授權，有的APP在使用時甚至還要填寫學生的身份證信息。而在部分APP的用戶評論區，也有家長反映APP存在更新難，頻繁閃退等技術性問題。

事實上，工信部曾經發布過多次《關於侵害用戶權益行為的APP通報》，其中就出現了部分教育類APP的名字。根據通報，這些APP涉及過度索取權限、私自搜集個人信息、超範圍收集個人信息、不給權限不讓用、私自把信息共享給第三方等問題。

在家長白晶看來，既然是學校要求安裝的APP，應該不會涉及信息被運營方泄露給他人的問題。但即使不主動泄露，信息也有被人惡意盜取的風險。“作為家長，心裏總歸是不踏實。如果能不用這些APP最好，如果非要用，至少別要求家長在APP中填太多的個人信息。”

正說  
使用軟件前 應徵詢家長意見

在家校溝通方面，究竟應該使用微信群，還是使用專門的APP？在教育專家範佩芬看來，這要根據幼兒園、學校和家長的需求來具體分析。“如果家長普遍認為微信群已經够用，就沒有必要再多下載一個APP增添負擔。”

範佩芬認為，如果微信群不能滿足溝通需要，必須要借助其他APP，最根本的原則是不能收費，否則很容易引起家長的反感。而在APP的功能上，幼兒園和學校也應該事先充分了解，到底它能做哪些事，比起微信

有怎樣的優勢，“不能以創造新奇為目的去使用APP，也不能祇站在為園方校方節約精力的角度。如果使用APP之後，反而會造成家長一方的不便，那還不如不用。”

事實上，針對教育APP的使用問題，教育部等八部門曾經印發了《關於引導規範教育移動互聯網應用有序健康發展的意見》。其中提到，教育APP的選用應當充分尊重教職工、學生和家長的意見，並嚴格選用標準、控制數量、避免造成不必要的負擔。但有家長表示，學校發布通知要求家長下載APP時，並未事先徵詢家長的意見。

“事先徵求家長意見，也是幼兒園和學校負責任的體現。”即使意見徵集通過，到了實際使用階段，幼兒園和學校仍然應該主動詢問家長的意見，及時聽取家長的反饋，“有些問題，是在實際使用當中才發現的。如果APP確實對家長造成了困擾，幼兒園和學校應該及時停用，回歸家長更能接受的溝通模式。”



理性追星，別讓打錢  
時的笑變成維權時的淚。

粉絲經濟是門好生意，但也容易成爲一筆糊塗賬。近日，“樸燦烈原吧主”登上熱搜，有網友爆料，韓國組合EXO成員樸燦烈的中國後援會“樸燦烈吧”的原吧主卷了上千萬跑路。

粉絲經濟頻頻“爆雷”，到底誰的鍋？律師在接受記者採訪時表示，跑路粉絲或涉嫌兩種刑法罪名，而平臺亦無法完全撇清責任。

數萬人買明星周邊 吧主卷款  
跑路？

記者了解到，長期以來，很多粉絲都通過“樸燦烈吧”來購買偶像專輯和周邊產品。但近期，該後援會一直未發貨，甚至有幾年前買的東西也沒發貨。據粉絲初步統計，商品金額高達上千萬元。

據樸燦烈超話粉絲大咖發文稱，“樸燦烈吧”原吧主還曾到處借錢，應援實際金額也與集資金額不符，懷疑是拆東牆補西牆。

6月30日，該吧主曾發文回應資金去向問題，但被粉絲質疑“做假賬”，不少人要求其貼出轉賬記錄，但該吧主並未回復。

當天，韓國Apple Music代理商也發文，稱從今年3月份開始被“樸燦烈吧”拖欠各類墊付款130萬元，對方先後以16種借口拖延至今。

隨着事情發酵，不少被欠錢、未收到貨的粉絲開始自發組織報警或找律師處理。

在粉絲交易平臺o! what上，

## 明星後援會卷款跑路！誰錢多？誰人傻？誰負責？

記者看到“樸燦烈吧CHANBAR”的店鋪有數百件商品，銷量最高的超過150萬件。在最新的商品中，“OST專補款”銷量較高，超過2萬件，某雜誌五月刊銷量也達1.74萬件，“補郵抽抽樂”銷量超過3.6萬件。由此預估，在此事件中，涉及粉絲數量要達到數萬人。而根據粉絲反映的情況，其中有不少還是未成年人。

粉絲未收貨錢已被提走 平臺  
無法退款退貨？

由於粉絲和“樸燦烈吧”的交易通過o! what平臺來進行，事情發生後，不少粉絲希望通過平臺來退款，但卻發現平臺上並沒有退款渠道。

記者在o! what平臺上看到，不少商品都顯示不支持退款、不可退換等。而在商品頁面，o! what平臺聲明，若商品屬於非自營商品，為商家預售或定制商品，資金均預先支付給商家，商家自行承擔商品質量和發貨義務，以及服務履行義務。平臺不參與商品制作、銷售、倉儲、物流、售後環節，亦不收取任何服務費，亦無法承擔資金監管或其他保證義務。

7月5日，北京市朝陽區市場監管局針對此事發布情況說明。說明稱，全星時空o! what平臺入駐商戶“樸燦烈吧CHANBAR”已于6月25日鎖定交易。該商戶鎖定交易前，全星時

空公司已按合同約定向“樸燦烈吧”全額打款。“樸燦烈吧”實際負責人暨此次明星周邊收款人唐某某挪用部分款項未向供貨商支付，導致供貨商拒絕發貨。

對此，北京市朝陽區市場監管局緊急約談全星時空公司。該公司承諾，將組織消費者向北京、張家港、成都三地警方報案，幫助粉絲共同維權。7月4日，該公司向青島某供貨商先行支付部分費用，正在陸續發貨中。

7月5日晚，韓國Apple Music代理商發文稱，經過協商將由o! what平臺擔保，將目前已在倉庫的貨進行發貨。此外，雙方還達成合作，所有在代理商處訂購周邊的粉絲團，都將由平臺官方公對公打款。

o! what平臺也表示，將啓動全面的從功能到機制的綜合迭代。不少網友呼吁，希望“買家不確認收貨就把全部錢直接交到商戶”這點得到改進，以及希望增加退款退貨按鈕。

律師解讀：  
跑路粉絲或涉嫌兩種刑法罪名 平臺無法完全撇清責任

在該類事件中，各方應承擔怎樣的法律責任？北京天馳君泰律師事務所娛樂法律師徐曉丹表示，當出現掌握資金的粉絲卷錢跑路的情況，該種行爲將涉嫌兩種刑法罪名：詐騙罪和侵占罪。

具體定何種罪，則應根據行爲人的主觀意圖來界定。如果行爲人在集資之前已經具有非法占有集資款的目的，採用虛構事實的手段，欺騙粉絲出資，則可能構成刑法上的“詐騙罪”。如果行爲人是在集資之後，擅自挪用了所募集的款項，甚至占爲己有拒不歸還，則可能構成刑法上的“侵占罪”。

侵占罪屬於刑事自訴案件。自訴案件，包括告訴才處理的案件和不需要偵查的輕微刑事案件。所謂告訴才處理，必須先由被害人或其法定代理人提出控告，否則，法院不予受理。

徐律師表示，從本案件來看，縱然平臺方先發布了“免責聲明”，但依據我國相關法律規定，平臺方亦無法完全撇清責任。根據《電子商務法》第二十七條、第三十八條、第八十三條規定，若平臺方在知道或應知經營者出現問題但未採取措施的，應與經營者承擔連帶責任；並且會承擔相應的罰款甚至停業整頓等行政責任。

粉絲遇見此類事件時，該如何維權？徐律師建議，粉絲應及時向警方報案或向法院提起刑事自訴或者民事訴訟（要求返還款項并賠償損失）。在報案或訴訟時，需要向公安機關、法院出具打款記錄、聊天記錄等相關證據，並盡可能提供跑路的粉絲的相關身份證明。

徐律師也提醒粉絲，在應援“愛豆”之前，需要確認集資人的身份信息和地址，并要求集資人將所有集資款放在專門賬戶管理，保留所有的用款記錄和款項流向，包括但不限於合同、發票、收據等形式，能夠做到公開透明爲宜。

觀點：  
粉絲經濟頻頻“爆雷”，平臺  
監管應跑在前頭！

近年來，粉絲集資成爲飯圈常態，但熱鬧背後有着重重隱患。俗話說，財帛動人心。一面是粉絲被裹挾着花錢金銀，一面是巨額錢款去向不明，管理人員不透明，監督機制不完善。在這種看似寬鬆的粉絲經濟中，便產生了許多鑽空子的別有用心之人。

當“跑路事件”發生後，由於維權成本高、損失金額不大、怕影響偶像形象等等，很多粉絲都選擇不了了之。一些未成年人粉絲，也因為怕父母責怪，選擇自己咽下苦水。

他們正是利用粉絲的這一心理，屢屢突破道德和法律的底線。粉絲被騙，一方面應勇敢拿起法律武器。同時也更應警醒，理性追星，別讓打錢時的笑變成維權時的淚。

勿讓粉絲經濟變成糊塗賬，監管也應跑在前頭。相關平臺應承擔起相應責任，粉絲可以“憑良心幹活”，但平臺却不能置身事外，任由良心變壞心。