

多款婚恋交友App存在注册门槛低、吸金“套路”多、信息真假难辨等乱象,相关专家建议,应进一步压实互联网企业主体责任,加大监管力度。

分级分类监管 让市民实现看“脸”选药店

山东淄博高新区计划在今年年底前完成全区123家药品零售企业风险等级分级评定工作,在药店张贴分类分级公示牌,为消费者购药提供可量化、可视化的等级参考

□ 本报记者 何玲

“有了这个官方的等级划分,我们就更放心了。我们进药店时就先看公示牌,风险等级为A、B的就可以放心买药了。”山东淄博市民王女士买完药品后欣慰地说。

近期,为贯彻落实《山东省药品零售企业分级分类管理办法》,淄博高新区市场监管局近日开展了药品零售企业风险等级评定工作,将药店零售企业分为A、B、C、D四个风险等级,并在药店醒目位置粘贴分类分级公示牌,这意味着市民今后可看“脸”选药店。

药品零售企业分为四级三类可差异化配备执业药师

据了解,《山东省药品零售企业分级分类管理办法》在经营分类的基础上,将每类药品零售企业门店分为A、B、C、D四个风险等级。

其中,A级:质量管理状况良好,一年内未受行政处罚的;B级:质量管理状况基本符合要求,一年

内受到警告、被责令改正违法行为的,因违反《药品管理法实施条例》第七十五条的规定受到行政处罚的;C级:质量管理状况较差,一年内因实施同一违法行为被连续警告、公告两次以上的,被处以罚款、没收违法所得、没收违法财物的;D级:质量管理状况差,一年内被依法撤销行政许可证明文件的,提供虚假申请材料或者以欺骗、贿赂等不正当手段骗取行政许可证明文件的,拒绝、逃避、阻挠执法人员依法进行监督检查或者拒不配合执法人员进行调查的,违法行为构成犯罪的。

此外,根据企业设置条件与药品经营范围、经营规模的适应程度,核定的经营范围从小到大分为一类、二类 and 三类,相对应的企业分别简称为一类店、二类店和三类店。不同类别的药店可差异化配备执业药师。一类店应当配备至少1名药师或药师以上职称的药学技术人员,仅经营乙类非处方药的一类店,各设区的市级市场监管部门可根据

辖区实际情况会同行政审批部门,试点简化审批手续、适当放宽准入条件;二类店应当配备与经营范围、经营规模相适应的至少1名执业药师和1名药师或以上职称的药学技术人员;三类店应当配备与经营范围、经营规模相适应的至少1名执业药师和2名药师或以上职称的药学技术人员。

“药品零售企业分级每3年为一个记分周期,根据检查结果确定其风险等级。工作中,我们结合日常监督检查、飞行检查、行政处罚等情况,将药品零售企业分为A、B、C、D四个风险等级。消费者可以根据药店内悬挂的公示牌对药店进行选择。”淄博高新区市场监管局器械科工作人员介绍说。

看“笑脸”选药店 监督检查频次按级调整

在高新区一家药店内,一块标有“A”的绿色公示牌悬挂到药店醒目处。记者注意到,在“A”下面是一个笑脸标志,这表示该药店质量

管理状况良好。

高新区市场监管局器械科工作人员拿着一张《淄博高新区药品零售企业风险等级评定表》说:“这张表上有被检查单位、注册地址、法定代表人/企业负责人、许可证编号等信息。而且许可管理、经营场所、人员及制度管理、计算机管理系统、储存陈列、连锁管理等所有要检查的内容都反映在这张表上。我们依据这个分数和实际情况评出药店的风险等级,并在药店张贴醒目的分类分级公示牌,让消费者更加直观、更加放心地选择药店和药品,这样能够更好地保障消费者用药安全。”

同时,根据药品零售企业分级情况,高新区市场监督管理局将有针对性地制定检查计划,适

当调整监督检查频次,等级评定为B级、C级的,将适当增加监督检查频次和抽检力度,等级评定为D级的,将其作为高风险企业,进行高频次监管,并加大针对性抽检力度,对其主要负责人进行约谈,这样将更好地督促企业提升管理效能。

从事“互联网+”药品零售行业的郑先生表示,分级分类监管将更好地保障消费者用药安全,提高药店监管的针对性和有效性,有序规范药品零售市场。

据了解,淄博高新区计划在今年年底前完成全区123家药品零售企业风险等级分级评定工作,并在药店张贴分类分级公示牌,为消费者购药提供可量化、可视化的等级参考。

信用分级分类监管 进行时

相关链接

山东淄博高新区：尽快建立企业家容错纠错机制

本报讯 记者何玲报道 近日,山东淄博高新区市场监管局召开优化营商环境大讨论反思大提升部署动员会议,并下发了《高新区市场监管局优化营商环境大讨论大反思大提升工作方案》。会议要求,聚焦整顿和规范市场秩序,全面实施信用风险分类管理,尽快建立企业家容错纠错机制,对企业经营中的非主观轻微违规,积极指导帮助企业纠错改错,落实好市场监管部门“首次不罚”“首次轻罚”清单事项。

会议强调,加快全面提升服务质效。一方面,对于“三小”备案、办理健康证、企业年报、异常名录移出、专利申请、商标注册等事项,坚持“一次告知、一表申请、一次踏勘、一次办结”,做到“一件事一次办好”;另一方面,要持续优化服务效能,大力压缩工作时限,让数据多跑路、企业少跑腿,实现监管执

法服务事项更快更优。

会议要求,全面推进依法行政,切实规范市场秩序,严格规范执法检查,严肃查处各类破坏市场秩序和营商环境违法违规行为,依法严厉打击侵犯知识产权、制售伪劣商品等违法犯罪行为,为项目建设和企业生产经营创造良好市场环境。

此外,要加快转变作风效能,按照构建“亲”“清”新型政商关系的要求,坚持和完善干部联系服务企业制度,坦坦荡荡与企业打交道,真心实意帮助服务企业发展,决不能把干净清白与担当作为对立起来。要进一步畅通政企联系渠道,定期组织召开企业家座谈会,面对面听取意见建议、征集困难问题,现场进行解疑释惑、协调解决,营造尊重企业家、爱护企业家、支持企业家和服务企业家的良好环境。



辽宁沈阳市开通跨境电商“9610”出口业务

近日,沈阳市商务局、中国邮政集团有限公司辽宁省分公司在辽宁沈阳共同举办“沈阳市跨境电商‘9610’出口业务开通暨项目签约仪式”。沈阳“9610”出口通关业务顺利开通,实现了沈阳跨境电商进口、出口双向通道全面打通,使沈阳邮政口岸成为东北地区唯一一个具备“三关合一”功能的口岸。“9610”是海关监管代码,全称“跨境贸易电子商务”,跨境电商“9610”出口模式适用于跨境电商零售出口业务,近年来已逐渐成为跨境电商企业出口的主流模式。图为工作人员在工作中。

沈殿成 摄

诚信杂谈

□ 杨光

线下闲聊提到椰枣,隔天就能在手机App刷到关于椰枣的视频;下载App尚未开始使用,个人信息已经被采集并传播;使用App时就被请求开放隐私授权,选择拒绝就无法继续使用……近日,央视新闻曝光了手机App超范围收集个人信息、私自共享给第三方等违规操作问题。

报道提到,多数“精准推送”源于被App采集的用户浏览、通话、定位等个人信息。未搜索便出现相关信息,可能是因为该用户的好友搜索了该物品,App推测该用户也属于产品目标人群。而因为大量收集个人信息,手机App已成为信息泄露、倒卖链条的重要源头,电信诈骗往往就依托于这些从非法渠道获取的个人信息。

只有更有效地制止App违规

采集用户个人信息的行为,才能保护好用户信息及人身财产安全。近年来,针对App的各项隐私政策不断细化、规范,《网络安全法》对网络运营者收集、使用个人信息须遵守合法、正当、必要原则,遵循公开收集、使用规则,明示目的、方式和范围,经被收集者同意等作出详细要求,并规定了责令改正、罚款、没收违法所得、停业整改等罚则。《App违法违规收集使用个人信息行为认定方法》进一步明确了认定标准。令人遗憾的是,App超范围收集个人信息、私自共享给第三方的行为依旧屡禁不止,从近年的违规App榜单中可见一斑。

究其原因,监管仍存在较大提

升空间。在实际操作中,责令整改、罚款等处罚措施往往未对一些违规App产生触动,“这次错了,下次还敢上榜单”的情况比比皆是。同时,工信部2019年底通报的41家存在侵害用户权益行为的App企业名单中,腾讯QQ、高铁管家12306火车票、每日优鲜等赫然在列,但很多用户并不会因为其上榜而放弃使用,“示众”失去批评意义,一些“家大业大”的App无疑更加放松自我约束。

把监管落到实处,可以从几个方面努力。首先,加强App上架环节的审核。如央视曝光的某款社交类App内嵌第三方工具包,一被安装就开始悄悄向外传输数据,而且绕开了“征求同

意”环节,较难被觉察。因此,有必要在App上架之前的预审、机审和人工审核阶段加强审查,一经发现此类情况,须禁止上架。对于曾因App产品违规被记入信用档案的单位和个人,在审核其开发的App时也要更加谨慎。

其次,鼓励网民发挥投诉、举报作用。很多人都有过这样的经历:App收集个人信息前征求意见只是走过场,不同意就不能用,最后不得不“被同意”其收集与服务明显无关的信息。事实上,法律赋予用户的不仅是被告知的权利,更是自主决定的权利。监管机构在完善投诉、举报App渠道的基础上,还应当及时反馈调查处理结果,让人们对维

权更有信心,从而更好地发挥广泛的监督作用。

再者,加大对违法违规App的惩处力度。一方面,接到举报时需要迅速反应、应罚尽罚,不让App运营者存有侥幸心理;另一方面,处罚要有后续。如责令整改,监管部门就需要在整改期限结束后予以查验,仍不合格的给予关闭网站、吊销资格证或执照等更严厉的分。涉嫌犯罪的,宜交由司法部门追究刑事责任。

最后,虽然无法寄希望于App自律,但还是要提醒App的经营者,“精准推送”往往使人感到的不是便捷,而是厌烦甚至恐惧——谁想生活在“楚门的世界”,在众多App面前毫无个人隐私可言?

诚信快讯

市场监管总局：“刷单”等7类行为将被查处

本报讯 为加强网络直播营销活动监管,促进直播营销新业态健康发展,依据《电子商务法》《反不正当竞争法》《产品质量法》《食品安全法》《消费者权益保护法》等相关法律规定,市场监管总局起草了《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”),向社会公开征求意见。

征求意见稿明确,自然人、法人或其他组织在网络直播营销活动中为商品经营者提供直播服务,直播内容成商业广告的,应根据其具体行为,按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。其中,网络平台经营者在符合情形的情况下被要求按照《电子商务法》规定履行电子商务平台经营者的责任和义务,在进行直播营销活动进行宣传推广时,也应按照《广告法》规定履行广告发布者或广告经营者的责任和义务。

在规范广告代言方面,征求意见稿提出,不得利用不满10周岁的未成年人在网络直播营销活动中开展广告代言活动。不得委托因在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满3年的自然人、法人或者其他组织,在网络直播营销活动中开展广告代言活动。

此外,“刷单”等7类网络直播营销违法行为将被依法查处。按照征求意见稿的要求,针对网络直播营销中“刷单炒信”、平台责任落实不到位等问题,将重点查处虚构交易、擅自删除或编造用户评价、对平台内经营者侵害消费者合法权益行为未采取必要措施、未尽到资质资格审核义务、对消费者未尽到人身和财产安全保障义务等违法行为。

(张楠)

银保监会:强化车险手续费真实性管理

本报讯 银保监会近日向各地银保监局和各财险公司下发《关于规范车险市场秩序有关意见的通知》(以下简称《通知》),要求从垫付手续费、考核指标等多个维度,全面整顿市场。

“近一段时间,销售人员垫付手续费、手续费不入账等违法违规问题出现明显反弹,特别是有些基层财险机构默许甚至纵容销售人员垫付手续费,承诺向销售人员垫付的手续费支付利息。”《通知》中明确指出。

针对这类情况,《通知》提出,将“三管齐下”集中打击手续费垫付行为。首先,财险公司要对垫付手续费情况开展自查自纠,摸清基层机构销售人员垫付手续费情况,有序化解存量风险;其次,监管部门要对垫付问题突出、默许甚至纵容销售人员垫付手续费的机构和人员严肃追责;最后,强化手续费真实性管理,严格防范手续费合规风险和财务风险。

银保监会有关部门负责人分析,通过车改,会将车险预定附加费用率进一步下调,消费者实际签单保费将明显下降,因此,行业整体保费规模将出现阶段性下降。

业内人士表示,财险公司当前给分支机构下达的业务考核指标将明显不适合车改。如果按照当前指标考核,分支机构将有很大的经营压力,而这也就是催生违规“冲规模”行为的最大动机之一。

为了让保险公司提前做好“降规模”准备,《通知》要求,财险公司及时调整优化对分支机构的考核指标,提高合规指标和质量效益指标的考核权重,防止脱离市场实际盲目追求保费增速和市场份额。

(谷城)

《中国信用》编辑部
责任编辑:何玲
新闻热线:(010)56805031
监督电话:(010)56805167
电邮:crd_xyzhg@163.com