

本报讯 国家市场监督管理总局近日发布《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》），为期一个月公开向社会征求意见。

针对“刷单炒信”、平台责任落实到位、售后服务保障不力、网络主播欺骗和误导消费者、售卖假冒伪劣产品、食品安全问题、价格欺诈等直播带货7类行为，《征求意见稿》明确了依法查处7类行为所依据的法律法规和相关办法，并要求厘清网络平台经营者、商品经营者、网络主播等有关主体的法律责任。

《征求意见稿》提出，严格规范网络直播营销行为，包括严格规范商品或服务营销、严格规范广告代言。如不得通过网络直播销售烟草制品、特定全营养配方食品；不得以网络直播形式发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品和特殊医学用途配方食品等法律、法规规定应当进行发布前审查的广告。自然人、法人或其他组织接受委托，在直播中以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明，直播内容构成商业广告的，应遵守广告代言有关规定。不得利用不满十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。

（赵文君）

本报讯 近日，证监会召开2020年系统中工作会议，明确了下半年资本市场监管工作的重点，涉及资本市场改革的多个方面。

证监会发布消息时表示，将保持IPO常态化，推进再融资分类审核。加快推进基础设施领域公募REITs试点落地，尽快形成示范效应。推进期货期权产品创新。

在完善资本市场基础制度体系方面，证监会将完善注册制度规则，增强信息披露针对性有效性，提高审核注册的质量、效率和透明度。健全市场化法治化退市机制，畅通多元化退市渠道。以更加市场化便利化为导向，稳妥推进交易结算制度改革。

在构建资本市场良好的可预期机制方面，证监会将以编制权责清单为抓手，全面清理“口袋政策”和“隐形门槛”，进一步整合规范备案报告事项。健全促进行业机构做优做强的制度机制，发展高质量投资银行和财富管理机构。

在严厉打击资本市场违法犯罪行为方面，证监会将持续加大对欺诈发行、财务造假、内幕交易、操纵市场等恶性违法犯罪案件的打击力度，推动建立打击资本市场违法活动协调机制，推动构建行政执法、民事追偿和刑事惩戒相互衔接的体系。抓好证券集体诉讼制度落地实施。多渠道、多平台强化执法宣传，传递“零容忍”的鲜明信号。

此外，证监会相关负责人表示将推动个人养老金投资公募基金政策加快落地，加强开放条件下监管和风险防控能力建设等。同时，加强风险研判，强化对杠杆资金的监测，防范和打击体系化、规模化场外配资，促进资本市场平稳发展。

（刘 慧）

合理配置监管资源 规范广告活动行为

福建省福州市积极探索“广告活动主体信用评价”监管模式，建立健全双随机抽查及科学、合理、规范的信用评价管理体系，确保监管资源合理配置，监管效能逐步提升

□ 本报记者 刘梦雨

近3年组织开展了共计6次广告活动主体双随机抽查及信用评价，共涉及3732家广告活动主体，抽查中共72家歇业，285家未在注册地址经营，182家未开展广告活动……近年来，福建省福州市市场监管局积极探索“广告活动主体信用评价”监管模式，注重从数据库、检查清单、实施流程等基础性工作入手，建立健全双随机抽查及科学、合理、规范的信用评价管理体系，确保了监管资源合理配置，监管效能逐步提升。

信用评价促进广告活动主体自律

如今，广告已成为我们生活的一部分。露天的大屏户外广告、地铁车厢门上的广告、每天红黄蓝外卖小哥身上的广告、浏览网页弹出的广告、打开微信朋友圈出现的广告……广告随处可见，但其真实性、可信度同样与人们的生活息息相关。

为规范广告活动行为，促进广告活动主体严格自律，《福州市广告活动主体信用评价管理办法（试行）》（以下简称《管理办法》）于2017年实施。作为福建省第一部涵盖广告主、广告经营者、广告发布者及广告代言人四类评估对象的规范性文件，《管理办法》载明了广告活动主体合法状况、信用履约能力、

信用安全性及发展性等信用评价指标，实行分类等级监管模式。其中，对广告经营者、广告发布者的信用指标评价实行动态跟踪记录，以年度为信用评价周期；对广告主、广告代言人，以实时公示其广告违法行为的信用信息为主。

《管理办法》明确了信用评价体系的系统化，既遵循广告活动真实、合法原则，又引入了主体的履约、发展因素，将指标分为四类，即广告活动主体合法状况、信用履约能力、信用安全性及发展性。

记者了解到，检查执法人员通过检查以下几项内容，从而获取信用评价指标，主要包括：主体合法性指标，包括营业执照、广告发布许可等法律法规规定的资格证书，检查不合格的，记5分。信用履约能力指标，包括未依法订立书面合同，每发现一起记1分；未建立广告业务档案管理制度，或档案保存不足两年的，记5分；未依法公布的广告收费标准、收费办法的，记5分；信用指标评价过程中，提供虚假资料的，一次记20分；信用安全性指标，该项指标主要根据对检查企业发布违法广告被立案查处情况，即广告违法率*100+违法广告条数数量*0.1+重大违法广告条数*5+违法广告处罚金额每5万元记0.5分。发展性指标，包括发布的公益广告数量不符合标准的，记5分。

根据记分情况，将广告经营者、

广告发布者相应地分为3级，即广告信用评分累计分值在40分~69分者，为警示级单位或自然人；广告信用评分累计分值在69分~99分者，为失信级单位或自然人；广告信用评分累计分值为100分者，为严重失信级单位或自然人。

全过程公开实现公平公正公开执法

为适应抽查监管工作对执法力量、专业能力要求，福州市建立了全市统一的检查对象名录库、执法人员名录库，并实时更新和动态调整。同时，针对广告主体分布不均、基层广告监管力量配置大致相当的特点，将广告双随机抽查比例调整为5.02%，按每个所片区2家~4家要求进行全市统筹，量化双随机抽查及信用评价工作任务，并按照拟定计划、抽取数据、实地检查、联合督导、信息公示、结果运用、健全档案等6个步骤实施。

福州坚持抽查电子化、程序固化留痕、抽查结果及时公示和运用，建立从抽查过程到检查结果应用的全过程公开模式，实现了公平、公正、公开执法。

在分级分类监管措施方面，对

信用分级分类监管 进行时

相关新闻

河南郑州开展“铁拳”行动 对虚假广告开展针对性检查

本报讯 记者刘梦雨报道 近日，郑州市市场监督管理局召开全市市场监管系统打击制售假冒伪劣商品“铁拳”行动电视电话会议。

此次“铁拳”行动将以制售假冒伪劣商品高发多发实体市场为重点，加大对车站、医院、校园周边、城乡结合部、农村古庙会等重点区域的执法检查力度，利用信息技术加强对网络销售行为的监测和排查，推进线上线下结合、产供销一体化执法，依法查处利用互联网销售假冒伪劣商品的违法行为。

根据要求，“铁拳”行动将重点打击口罩、防护服等与疫情相关防护用品的假冒伪劣违法行为；加强对注册商标专用权保护，严厉查处伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识以及未经商标注册人同意，

更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场等行为；围绕食品销售经营者食品安全主体责任落实情况开展全面检查，严厉打击销售来源不明、无标签标识、无生产者、无生产日期、无保质期、超过保质期、腐烂变质食品和保健食品等；围绕食品生产经营者食品安全主体责任落实情况开展全面检查，重点检查未取得食品生产经营许可或超出许可范围从事食品生产活动，生产未按规定注册、备案的保健食品，未经登记或超出登记范围从事食品生产的小作坊，生产非法添加非食品原料、非食用物质、药品和其他可能危害人体健康物质以及超范围超限量使用添加剂的食品，食品标签、说明书明示或暗示具有疾病预防、治疗及保健功能等行为。

直播营销也是信任营销

□ 黄福特

直播带货有了“行规”。不久前，中国广告协会发布并实施《网络直播营销行为规范》（以下简称《规范》）。这将进一步规范网络直播营销活动，为营造良好市场环境、促进网络直播营销业态健康发展，提供了制度保障。

近年来，网络直播在一定程度上拓宽了商品营销渠道，带动了直播经济。从最初卖食品、日用品，到如今卖房子、汽车等，再到地方干部直播带货卖当地农产品，网络直播

营销方兴未艾。有数据显示，2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元，预计2020年市场规模将突破9000亿元。可以说，直播营销便利了生活，增加了就业，带来了商机，活跃了经济。

直播营销超热的同时，也存在一些消费陷阱，损害了消费者权益，也影响到自身健康发展。比如，有些商家夸大其词，消费者收到商品后才发现，名品变赝品、好货变水货、价廉不物美；消费者遇到产品质量问题，售后服务却跟不上；有的直播平台或主播为制造

“火热假象”，不惜制造虚假数据、泡沫流量。中消协的统计数据显示，37.3%的受访者在直播购物中遇到过消费问题。保质保量、诚信经营，保障消费者权益，是直播营销必须坚守的底线。

无论技术如何迭代、渠道如何更新，直播营销仍是市场营销行为，都应坚持诚信经营的价值取向。正因如此，此次发布的《规范》明确规定“应当全面、真实、准确地披露商品或者服务信息”“严格履行产品责任，严把直播产品和服务质量关”“依法依规积极兑现售后承诺”。直

播营销越是红火，越应该筑牢诚信经营基石。对此，各方应该凝聚合力，共同治理。比如，直播平台要加强内容审核力度、完善诚信评价机制；相关监管部门要严厉打击虚假营销行为，提高侵权成本。直播营销不是“一锤子买卖”，更加重口碑、重质量，输出正能量，才能实现长远发展。

直播营销某种意义上是“信任营销”，呵护信任至关重要。在很多直播营销中，之所以出现“秒光”现象，一个重要原因在于消费者对主播的信任，而这种信任的建立非一日之

功，是长期培育的结果。有调研显示，消费者从直播间购买的产品如果出现一次质量问题，信心立即受损，如果多次遭遇质量问题，消费者将放弃关注。这提醒人们，直播营销要赢得消费者持久青睐，重在建立与消费者稳固的信任关系。从这个角度看，直播营销只有以信任为纽带，充分理顺平台、主播、商家、消费者之间的关系，才能持续激发市场活力。

直播营销健康发展，需要各方力量参与其中，明规范、建制度、立规矩，才能让消费者充分享受互联网红利，为直播经济赢得未来。



吉林长春推进智能审批激活市场活力

吉林省在全省推广建设的市场主体准入“e窗通”系统有效打破了信息孤岛，与公安、税务、社保、银行、海关等部门实现信息共享，一件件过去“难办”“耗时”的项目，变成了“瞬时”“秒批”的服务。图为市民在长春市朝阳区政务大厅通过企业开办智能审批系统办理业务。

新华社发（颜麟慈 摄）

诚信杂谈