

8月20日,十三届全国人大常委会第三十次会议表决通过《个人信息保护法》。该法律将于2021年11月1日起施行。《《个人信息保护法》》坚持和贯彻以人民为中心的法治理念,牢牢把握保护人民群众个人信息权益的立法定位,聚焦个人信息保护领域的突出问题 and 人民群众的重大关切。”全国人大常委会法工委经济法室副主任杨合庆表示。

本报讯 日前,国新办召开国务院政策例行吹风会,国家互联网信息办公室副主任盛荣华出席会议并介绍了《关键信息基础设施安全保护条例》(以下简称《条例》)有关情况。关于建立健全安全保护责任体系问题,盛荣华表示,要坚持综合协调、分工负责、依法保护,强化和落实运营者主体责任,充分发挥政府及社会各方面的作用,共同保护关键信息基础设施安全

盛荣华强调,贯彻落实习近平总书记关于“要筑牢网络安全防线,提高网络安全保障能力,强化关键信息基础设施防护”的重要指示精神,《条例》明确了相关方面的责任,一是关键信息基础设施运营者的责任。要夯实运营者主体责任,按照“谁运营谁负责”的原则,在《条例》总则部分对运营者责任作了原则规定,并设专章细化有关要求。

二是保护工作部门的责任。要落实保护工作部门的安全保护和监督管理责任,按照“谁主管谁负责”的原则,《条例》明确了保护工作部门对本行业、本领域关键信息基础设施的安全保护和监督管理责任

三是国家相关职能部门的责任。在国家网信部门统筹协调下,国务院公安部门负责指导监督关键信息基础设施安全保护工作,国务院电信主管部门和其他有关部门依照本条例和有关法律、行政法规的规定,在各自职责范围内负责安全保护和监督管理工作。此外,《条例》还明确省级人民政府有关部门依据各自职责对关键信息基础设施实施安全保护和监督管理,提出一系列保障和促进措施,共同构建关键信息基础设施安全保护的责任体系,进一步筑牢国家网络安全屏障。(央 视)

本报讯 国家市场监管总局近日发布关于规范新能源汽车检测收费的公告,要求不得就未真实提供的服务收取费用等。

国家市场监管总局在公告中提到,近期,该局组织对北京市、上海市、重庆市、深圳市、杭州市、济南市、武汉市、长沙市、成都市、昆明市、九江市等11个城市机动车检测收费情况进行了抽查,发现部分城市在纯电动汽车检测收费中不列明具体服务项目和收费标准,将不应收取的“尾气检测费”打包进年检费一并收取。为规范新能源汽车检测收费,维护机动车检测服务市场秩序,减轻群众负担,市监总局发布上述公告。

公告提出,各机动车检测机构要严格按照《价格法》《关于商品和服务实行明码标价的规定》等有关规定,规范价格收费行为。对于可分解为多个项目和标准的服务,应当明确标示每一个项目和标准,禁止混合标价或者捆绑销售。对机动车检测不区分环保检测、安全检测等具体服务项目,采取打包收费、“一口价”等收费形式的,属于捆绑销售,违反明码标价相关规定。

公告要求,各机动车检测机构要根据新能源汽车结构特点,设立真实合理的检测收费项目,列明服务内容,做到明码标价、诚信经营,不得就未真实提供的服务收取费用。

公告指出,市场监管部门要加强对机动车检测检验收费行为的监督检查,严肃查处哄抬价格、串通涨价、不明码标价等价格违法行为。

国家市场监管总局还在公告中提到,行业协会要加大指导力度,发挥好政策宣传、沟通协作、指导引导作用,强化行业自律。鼓励和支持群众积极监督价格违法行为,及时通过全国12315平台或者热线投诉举报。(中 新)

# 信用监管助力旅游市场“春回大地”

## 信用分级分类监管 进行时

□ 本报记者 岁正阳

当清晨的第一缕阳光洒在布拉拉宫金顶之上,绿草如茵的张掖山丹马场已万马奔腾;当小桥流水的江南弄堂尽展古色古香之时,大明湖心的层层荷包正含苞待放。山峰翠屏、深幽峡谷、海岸夕阳、沉淀绿踪……这个夏天,你“云旅游”了吗?

突如其来的疫情反弹,让不少人的暑期出游计划“被暂停”,原本火热的暑期旅游市场陷入低谷。但不可否认,今年以来,多个“旅游事件”成为舆论焦点,这也放慢了不少人出行的脚步。“导游强迫购物”“餐饮店漫天要价”“未经许可经营旅行社业务”等乱象备受诟病,成为旅游业高质量发展必须破解的难题。

为此,文化和旅游系统从不同层面寻求治标治本之策,在持续推进未经许可经营旅行社业务专项整治行动的同时,近年来更加注重市场监管长效机制,尤其是旅游市场信用监管体系的建设。文化和旅游部今年上线启用了旅游市场信用管理系统,要求各地进一步增强旅游

市场“黑名单”震慑力,提升监管效能。正如业界人士所说,相对于传统旅游市场监管“平均用力”模式,信用监管可以“精准施策”,能够更加有效地破解旅游市场乱象频发、复发问题。

### 有效监管 游客出行更放心

“这个监管平台太棒了,黑导游、黑旅行社再也逃不过我的‘法眼’。”来自北京的王女士说道,“我喜欢周末短期旅行,现在感觉出行更放心了,去景区游玩的时候,我不再担心被导游强制购物了。”

王女士口中说的监管平台是2018年8月28日正式上线的北京市旅游行业信用监管平台——“信用旅游”,这意味着北京建立起旅游行业企业和导游员公共信用信息“信用档案”。该平台基本实现了行业信用信息的“归集、查询、公示、监管、预警”五大功能,基于行业信用评价,对企业和从业者实施分级分类管理,让守信企业尽享便利,使失信企业“处处受限”。

自旅游行业信用监管平台上线运行以来,北京实现了导游、游客、

旅游企业和从业人员的多层次全方位监管,导游强制购物、甩团、辱骂游客等现象基本杜绝,旅行社服务质量明显提升,游客投诉量逐月降低,有效提升了从业企业和个人的诚信自律,促进旅游行业良性发展,净化旅游消费环境,优化营商环境,促进旅游市场秩序规范化健康发展。

据记者了解,目前黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、湖北、湖南、四川、海南相继参考北京市旅游行业信用监管平台,进行了信用监管平台的立项工作。

### 分类评价 “信用有价”市场氛围更浓郁

2020年7月,国内跨省游终于恢复开放,曾经一度陷入危机的旅行社线下门店开启了复苏模式。得益于此前领取的政府补助,浙江省义乌市恒风国际旅游有限公司顺利开启了“接单”模式。

“公司的信用等级是A级,符合政府的补助政策。信用真是可以转化为‘真金白银’呀!”浙江省义乌市恒风国际旅游有限公司负责人激动地说。

义乌市基于旅行社信用状况实施的守信激励政策是浙江省文化和旅游厅开展行业信用体系建设的一个缩影。近一年来,浙江省文化和旅游厅按照“制度化引领、平台化监管、模块化运行”的总体思路,建立

健全以《浙江省文化和旅游信用评价管理办法(试行)》为总指引的9项工作制度,在全国率先制定“旅行社信用监管评价指标模型”,每两个月开展一次旅行社信用分级评价,并出台了相应的守信激励、失信惩戒政策。

除了降低抽查比率,对于信用等级高的市场主体,浙江省文旅厅还不断创新信用应用场景。浙江省文化和旅游厅有关负责人告诉记者,“为了促进守信企业更好地发展,探索创建旅行社‘守信激励’应用场景,将行业信用评价结果作为旅行社申请质量保证金减半、重点项目招投标、参加涉外重大活动、‘省百强旅行社’评比等事项的重要依据。”浙江省文化和旅游厅还联合省级国有银行,积极探索开发针对信用较好旅行社的金融产品,如“信用特约旅行社”“旅行信用卡”等,营造“信用有价”市场氛围,不断优化文旅行业诚信营商环境。

同样实施差异化监管的还有山西。山西省以标准化引领旅游服务提质升级,制定并发布了《旅游企业信用管理规范》《旅游企业信用评价规范》两项地方标准,明确了旅游企业信用管理制度和信用评价指标,同时出台了《山西省旅游市场黑名单管理工作细则(试行)》,规范了失信黑名单列入、惩戒、修复和移出程

## 贵州绥阳:“70后”村医 守护村民健康30年

今年49岁的张涛,是贵州省遵义市绥阳县茅垭镇中坪村一名乡村医生。1991年,从卫生学校毕业的他,为解决村民看病远、看病难问题,回到家乡,从父亲手中接过了乡村医生的接力棒,做起了村民的“健康管家”,这一坚守就是30年。30年来,张涛作为一名党员志愿者,恪守“24小时上门服务”的承诺,服务周边几个村上万名村民。图为在绥阳县茅垭镇中坪村,村民向张涛(右)询问接种新冠疫苗事宜。

新华社发(王长育 摄)



□ 郭慧岩

日前,国家市场监管总局发布了《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》(以下简称《意见稿》),虽然目前还处于公开征求意见阶段,但也引发了不小“震荡”。

《意见稿》拟规定:经营者不得以返现、红包、卡券等方式诱导用户作出指定评价、点赞、转发、定向投票等互动行为,不得帮助其他经营者实施虚假或者引人误解的商业宣传行为。

监管部门终于出手了。《意见稿》中频繁出现的“不得”,让不少经营者胆战心惊,同时也让不少被虚假评论、虚假宣传搞晕的消费者看到了公平的希望。在持续的监管压力下,快递包裹里那些好评返现、返券的小卡片离“退出江湖”也可能不远了。

不知从何时起,“刷单炒信”成为不少网店经营者的常规操作。一般来说分为两种:一种是免费赠送商品,卖家给买家额外发个包裹,并表达希望获得好评的诉求;另一种是在快递包裹中放好评返现小卡片。

对于这些现象,尽管我基本都采取不理会的态度,但肯定会有不少人选择“收下”。“收下”意味着就接受了“规则”:为了获得返现,按照商家要求作出指定评价、点赞、转发等,哪怕这些操作与消费者的真实购物体验并不相符,甚至相反。知道真实情况的你下次或永远都不会再次光顾这家店,但因为你的“违心”操作,会让其他人受误

导、被欺骗。

为何经营者这么在意用户评价?通常,平台的排名和推荐基于销量、评论内容,而排名前后直接影响着页面曝光度,与营业收入高低息息相关。某平台卖家透露,如果不刷好评,店铺做起来的时间会很长,前期至少要投入20万元~30万元砸广告和研发等,然后还得等上半年,有好评后流量和排名才会拉高。

现在很多人网上购物都会把用户评价、交易信息等作为选择店铺的重要参考。这也促使经营者会想方设法将数据做得好看一些、将用户评价弄得“好听”一些。

这种“刷单炒信”等不正当竞

争行为,不仅欺骗了消费者,让投机取巧者得了利、诚信经营者吃了亏,更会影响网购市场的健康长远发展。防止这种行为肆意发展、蔓延,需要监管部门与相关平台形成合力。

截至2021年上半年,各级市场监管部门共查办“刷单炒信”、虚假宣传等各类不正当竞争案件3128件,罚没金额2.06亿元,这应该也只是冰山一角。打击“刷单炒信”没有完成时,需要保持高压态势,露头就打。

在国际上,前不久亚马逊也开始了大规模严打刷单的封号行动,其中不乏知名卖家。亚马逊回应封号事件时表示,卖家不可滥用评

论,还声明无论业务规模大小、所在何地,平台规则和政策会对所有卖家一视同仁。

虽然表面上看严打“刷单炒信”会对平台、市场交易产生一定的影响,但这是为经营者“立规矩”、修复各方主体之间信任关系的必由之路,也是重申商业伦理、构建良性市场竞争环境的必要手段。

此外,消费者也不要因一些“小恩小惠”就“说谎”,只有实事求是作出客观评价,才更利于倒逼经营者提供更优质的商品与服务。舍弃卡片上的“小恩小惠”,消费者将维护好更长足的权益,毕竟,谁都不愿忍受一个充满谎言的网购环境。

# 好评返现小卡片退出江湖还远吗