

“直播带货”视频至少保存三年

——《网络交易监督管理办法》亮点详解

“直播带货”视频至少保存三年

“社交电商”“直播带货”等新业态新模式不断涌现,这类业态在参与主体、经营架构、交易流程乃至信息传播方式等方面均有别于传统的网络交易活动,在激发网络经济新活力的同时也产生了新的监管难题。

办法将当前新业态中最典型的平台性服务,明确归纳为“网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付”。网络服务提供者同时提供上述服务,就为网络交易提供了全流程的支持,应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述平台性服务开展交易的经营者,应当依法履行平台内经营者的义务。

办法要求网络交易新业态的经营者以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息,充分保障消费者的知情权。

参照网络交易平台对商品或者服务信息、交易信息的保存义务,结合网络直播特点,办法规定了直播服务提供者将网络交易活动的直播视频自直播结束之日起至少保存三年。通过上述规定,引导新业态各方经营者规范经营,强化网络消费者合法权益保护力度。

市场监管总局15日出台《网络交易监督管理办法》,将于今年5月1日起施行。市场监管总局网监司负责人表示,作为贯彻落实电子商务法的重要部门规章,办法对完善网络交易监管制度体系、持续净化网络交易空间、维护公平竞争的网络交易秩序、营造安全放心的网络消费环境具有重要现实意义。

设置个人信息保护专门条款

强化网络消费者个人信息保护是办法的一个突出亮点。当前,数据和流量成为网络市场竞争的关键要素,平台乃至较大规模的普通经营者都能通过滥用个人信息不当获利。针对部分网络平台、经营者过度收集个人信息问题,办法设置了个人信息保护的专门条款,规定网络交易经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意,不得强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。

同时,办法要求经营者在收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息时,必须逐项取得消费者同意。针对经营者尤其大型平台企业与自身关联主体之间共用个人信息的问题,办法明确规定经营者未经被收集者授权同意,不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

严禁平台强制“二选一”

近年来,部分网络交易平台对平台内经营者在其他平台开展经营等自主经营活动进行不合理限制的情况不断出现,即平台强制“二选一”问题,以及个别平台限制经营者只能使用其限定的自有或者合作方的快递物流服务的问题,持续引发社会普遍关注。

从实践情况来看,平台实施的限制行为隐蔽性强,给监管执法增加了难度。为此,办法规定了平台不得通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式,禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动,或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动;禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者;不得实施其他干涉平台内经营者自主经营的行为。这些规定对有效保障平台内经营者和消费者合法权益、维护平台经济良好竞争秩序、促进平台经济健康发展均具有重要意义。

五大举措进一步压实平台主体责任

压实平台主体责任,强化平台内部治理,对于保护消费者和平台内经营者合法权益,营造安全放心的网络消费环境,推进平台经济规范健康发展至关重要。

办法通过五大举措,对压实平台主体责任作出了一系列规定:

一是平台经营者应当对平台内经营者提交的信息进行核验登记,并每年两次向市场监管部门报送经营者身份信息;

二是平台经营者应当显著区分标记已登记和未登记的经营者,确保消费者能够清晰辨认;

三是平台经营者应当对平台内经营活动建立检查监控制度,对有关违法行为及时处置和报告;

四是平台经营者对平台内经营者采取警示、暂停或者终止服务等措施的,应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示有关信息;

五是平台经营者应当按照市场监管部门在监管执法活动中的要求,提供平台内经营者身份信息、商品或者服务信息、交易信息,并在技术方面积极配合市场监管部门开展网络交易违法行为监测工作等。(据新华社)

一年冒出2000多家,“量子企业”都是啥来路?

专家表示:量子科技到现在,还没有让老百姓可以用的产品,短时间内也做不到

面膜、肥料、风水……统统都能用量子理论包装

量子水、量子项链、量子烟盒、量子眼镜、量子手机膜……在电商网站上搜索,各类“量子商品”层出不穷,令人眼花缭乱。这些商品的共同特点是价格不菲、“功能强大”,其关于“科学原理”的神奇描述更十分“吸睛”。

“你的细胞每天都在损失能量!”一款量子面膜产品宣称,可以释放量子能量波,利用频率共振原理,与人体生物电和谐共振,改善微循环,深层滋养细嫩肌肤,“净亮肤色,紧致皮肤,让你变身‘冻龄’女神!”

记者发现,一些所谓的量子商品还纷纷不断提升“理论”新高度。

比如,华北某省一家化肥企业推出的“量子生物菌肥”声称应用了量子纠缠原理,“将量子能与农作物产生共振”,把大分子变为小分子,从而把肥料利用率提高到90%;还能利用振动原理,使害虫不能驻足产卵,从而达到驱虫功效。而华南某省一家“量子堪舆研究院”的创始人则自称,从量子理论中找到了风水的“科学依据”。“量子最大的特性就是具有波粒二象性,波就是阴阳风水中的‘阳’,粒就是‘阴’,这就是风水为什么会起作用。”他不无得意地表示,这使他“从理论高度上超越了同行,

“量子能量波与人体生物电和谐共振,深层滋养细嫩肌肤”“利用量子纠缠原理让庄稼多吸肥,害虫不能产卵”“量子的波粒二象性就是阴和阳,科学地解释了风水”……

作为创新产业的“明星”,量子科技近年来备受关注。“新华视点”记者近期调查发现,近一年来,全国各地冒出2000多家各类“量子企业”,将量子力学原理与化妆品、农业、食品、服装、汽车等传统产业“嫁接”。这些企业究竟是体现了产业市场潜力的新动能,还是蹭热点的“伪创新”?

达到了行业顶峰,“很多风水大师说得头头是道,但最后问为什么却说不出来,而我解决了根本性问题。”

别信忽悠,量子科技尚未进入大众生活

“面膜+量子能量波”“肥料+量子纠缠”“风水+波粒二象性”,这些宣传可信吗?

“量子能量波是生造出的词,量子纠缠、波粒二象性等确实是量子物理名词,但用在这里是生搬硬套,没有任何科学依据。”物理学博士、科大国盾量子技术股份有限公司总工程师唐世彪说,目前,真正的量子信息技术应用领域主要在量子通信、量子计算和量子精密测量,其他领域还没有实用化。打着“量子+日用品”旗号的,一般都是蹭概念、讲故事,甚至可能涉嫌诈骗。

如何辨识一件商品到底有没有用

到量子科技?专家表示,这要看它有没有用到量子的相干性、叠加性等特性,如果没有用上就是在蹭概念。一个更简单的方法是,记住现阶段量子科技还没有应用到大众生活就可以了。

中科院院士郭光灿表示,像量子水、量子鞋垫、量子眼镜等等,都是利用新的概念炒作,“量子科技到现在,还没有让老百姓可以用的产品,短时间内也做不到,不可能很快就达到能进入千家万户的水平。”郭光灿说,“量子是未来非常重要的一种新技术,会提高人类的生产力,但这需要一个很长、很艰苦的过程。”

多地查处以量子科技为噱头的违规企业

记者从天眼查等平台了解到,仅过去一年,全国就成立了各类“量子企业”2100多家,这些企业要么冠名以“XX量子公司”,要么在经营范围內注

明量子类产品。很多“XX量子公司”的主营业务与量子科技并无关系,比如量子建筑公司、量子物流公司、量子体育公司。

“量子是前沿科技,目前只有很少的企业具备研发能力。”安徽省科技厅相关负责人表示,安徽是全国量子科技企业最多的省之一,但目前也只有13家真正的量子企业,加上配套关联企业,也只有40多家。据了解,目前已有多地市场监管部门立案查处了以“量子科技”为噱头的违规企业,涉及违法广告、虚假宣传、营销欺诈等,涉嫌犯罪的移交公安机关。

安徽大学法学院副院长李胜利介绍,消费者权益保护法、广告法等法律中都明确,消费者因虚假宣传权益受损可索赔。一旦入了假量子的“坑”,可向市场监管部门反映,也可依法维权。“不能让‘李鬼’坏了‘李逵’的名声!”多位量子科技企业负责人表示,假量子产品和企业,对行业前景有负面影响。

“新行业出现一些泡沫是可以理解的,但如任由‘李鬼’炒概念、挣快钱,不仅败坏产业形象,还可能挤占市场和资源,逆向淘汰真正的量子企业。”中国科学技术大学教授、国家重大研究计划“半导体量子芯片”首席科学家郭国平说。

(据新华社)

