

注册账号要同意商家推送,有消费者一天收到数十条“双11”促销短信

谁来监管疯狂的促销短信?

本报记者 周 悅

“双11”购物节还没到,涵盖促销、广告信息的促销短信已经来了!有消费者一天收到数十条促销短信,许多消费者表示不堪其扰。

这些促销短信是谁发的?合法吗?谁来监管?消费者该如何拒绝?《工人日报》记者对此进行了调查。

短信群发每条三四分钱

最近,家住北京市朝阳区的王女士发现,收到的促销短信明显比平时多了。“最多一天收到了30多条,多数是我以前购买过商品的商家发来的,内容几乎都是关于‘双11’的优惠活动。手机每隔一会就响,只能调成静音。”王女士无奈地说。

除了促销信息和网店链接,还有一类促销短信的内容包含了可以领取超级红包的“淘口令”。淘宝店主李先生介绍:“如果‘双11’那天用户用超级红包下单,发出口令的人会得到一笔佣金。”而王女士对这一解释表示不太愉快:“有种被人利用了的感觉。”

据了解,从10月21日到11月11日,用户每天可以领取3个超级红包。这些发送红包短信的号码中,有些并非来自淘宝官方,而是第三方短信营销平台。

记者在网上搜索“双11短信营销”“双11短信推广”等关键词,找到提供不同类型服务

的网站,包括短信文案设计、短信推广、短信群发等服务。其中,一家网站提供的短信群发价格在每条0.03元~0.04元不等。在10月25日~11月25日期间提供的短信套餐中,包含1万条短信发送服务的“短信体验包”售价为390元;包含300万条短信发送服务的“短信高级包”售价为10.8万元。

选择退订仍收到促销短信

工信部2015年公布的《通信短信息服务管理规定》中明确指出,未经用户同意或者请求,不得向其发送商业性短信。那么,电商平台的卖家为何还频繁给消费者发送促销短信呢?

记者浏览淘宝的隐私政策时发现,其条款包括“淘宝平台会将‘与交易有关的必要信息共享给相关商品或服务的提供者’”以及“向您提供更便捷、更符合您个性化需求的信息展示、搜索及推送服务,我们会根据您的设备信息和服务日志信息,提取您的偏好特征,并基于特征标签产出间接人群画像,用于展示、推送信息和可能的商业广告”。

在注册淘宝账户时,用户必须选择同意这些条款才能成功注册。而有不少用户表示,自己在注册各类账户时,都没有仔细阅读条款的习惯,并不知道包含这些内容。

淘宝同时在隐私政策中明示:如果不想接受发送的商业广告,“可通过短信提示回复退订或我们提供的其他方式进行退订或关闭”。

记者注意到,促销短信的末尾通常会有“回复T或TD退订”。然而,有多位不堪其扰的消费者反映,很多时候即便按照短信内容里的退订方式操作,还是会收到该号码的促销短信。

一些隐私条款有缺陷

陕西恒达律师事务所高级合伙人赵良善表示,依据《通信短信息服务管理规定》,只要经用户同意,就可以发送商业性短信。但是一些电商平台的隐私条款,以默认的方式,允许电商平台发送商业性短信。看似征得了用户的同意,但是该隐私条款本身具有缺陷性和非法性。

根据《消费者权益保护法》第二十六条规定:“经营者在经营活动中使用格式条款的,应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容,并按照消费者的要求予以说明。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。”

赵良善认为,包括淘宝在内的一些电商平台的隐私条款未在显著位置标注,并且含有一些不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

有排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任的内容,应认定为无效条款。

针对一些消费者选择退订,却仍能收到促销短信的现象,赵良善指出,这一做法违反了《消费者权益保护法》第十条规定:“消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。”《消费者权益保护法》第二十六条规定:“经营者不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。否则条款无效。”他建议,如消费者遇到类似事件,可向电商平台客服投诉,协商处理。如协商不成,向当地消费者协会投诉,或向当地法院提起诉讼,要求电商平台承担相应法律责任。

那么,促销短信泛滥究竟该由谁来管?有业内人士认为,对于促销短信的治理,目前为止还没有显著的示范性制裁案例,同时还需要明确执法者,也就是说由谁来执行处罚。

上述业内人士表示,促销短信的治理一直是难点,判定无据是其中一个方面。对运营商来说,没有办法对海量信息进行识别。而且在短信内容没有违法违规的情况下,运营商没有权限擅自进行拦截。

据悉,工信部等13部门在2018年联合发布的《综合整治骚扰电话专项行动方案》就明确规定要求各相关互联网企业全面清理“呼死你”“网络改号”“短信轰炸机”等软件,规范通信资源管理,加强源头治理。

工信部重拳整治App侵犯用户权益现象

记者11月4日从工信部获悉

工信部即日起开展信息通信领域App侵害用户权益专项整治行动

此次专项整治行动面向App服务提供者两类主体对象

重点整治违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息、不合理索取用户权限、为用户账号注销设置障碍等四个方面的8类突出问题

整治工作分为企业自查自纠、监督检查和结果处置三个阶段时间为2个月

新华社发(边纪红制图)

前三季度我国服贸逆差减少1200多亿元

新华社北京11月4日电(记者于佳欣)

记者4日从商务部获悉,今年前三季度,我国服务进出口总额超4万亿元人民币,其中,服务贸易逆差持续收窄,同比减少超1200亿元。

商务部数据显示,2019年前三季度,我国服务进出口总额达40228.0亿元,同比增长3.0%。其中,出口14208.4亿元,增长9.4%;进口26019.6亿元,下降0.2%。

值得注意的是,我国服务出口增速高于进口增速9.6个百分点,推动服务贸易逆差下降至11811.1亿元,同比减少1288.8亿元,下降9.8%。

服务贸易逆差自今年以来持续收窄,一方面得益于服务贸易出口的快速增长,同时也与进口下降有关。

前三季度,我国服务出口占服务进出口比重为35.3%,同比上升2.1个百分点。其中,软件和信息技术、金融等服务业快速发展以及整体营商环境的持续改善,促使知识产

权使用费、电信计算机和信息服务、金融服务等生产性服务出口快速增长。

1月至9月,我国服务业增加值同比上升7.0%,为服务出口快速增长提供良好基础。商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊说,在贸易摩擦背景下,我国服务贸易出口能保持快速增长态势,十分难得,这得益于我国出台的一系列促进服务业开放和服务贸易创新发展的政策,并不断优化营商环境,提升了我国服务产业的国际竞争力。

在服务贸易的出口中,知识密集型服务贸易增长强劲,前三季度,进出口达13702.2亿元,同比增长11.0%,高于服务进出口整体增速8个百分点,个人文化娱乐服务、电信计算机和信息服务、金融服务等表现亮眼。

服务贸易进口的下降,意味着占其大头的旅行支出有所减少。李俊认为,这一一定程度上与国内扩大进口、跨境电商迅速发展,以及人们出境旅游消费更加理性有关。“这也是我国经济结构优化调整的结果。”

二手车出口需注意“标准”差异

本报记者 杨召奎

日前,商务部、公安部及海关总署联合发布《关于加快二手车出口工作有关事项的通知》。这是自今年4月《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》发布之后,三部门再次发布有关二手车出口相关文件。利好政策给二手车出口带来了新机遇,但业内人士也指出,我国二手车出口尚处于起步阶段,面临不同国家认证标准不一、二手车出口比较成熟的国家的竞争以及如何完善售后服务体系等问题。

随着国内二手车交易量逐年扩大,环保标准日益提升,开展二手车出口的呼声日渐高涨。全国工商联汽车经销商商会会长李响表示,如果放开二手车出口,按照每年出口100万辆、均价6万元/辆计算,将实现600亿元出口额。

中国汽车流通协会副秘书长罗磊则指出,二手车出口业务的开展,能够激活国内汽车市场的存量,改善汽车存量较大的局面。二手车市场活力增强,也会拉动新车市场的消费。

今年4月,商务部、公安部、海关总署联合下发《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》,明确二手车出口的有关要求和工作任务。5月,三部门又共同召开二手车出口专题会议,正式启动二手车出口工作,并确定了首批开展二手车出口业务的地区为北京、天津、上海、台州、济宁、广东、成都、西安、青岛、厦门等地。

在业内人士看来,《关于加快二手车出口工作有关事项的通知》的发布,对二手车出口企业来说无疑是再次迎来了政策利

好。该通知进一步简化工作流程与转移登记手续,二手车出口许可由“一车一证”改为“一批一证”,全国通关一体化模式,均可为出口企业减轻成本,创造更加便利环境,激发二手车出口业务潜力的释放。

车好多集团联合创始人祝孝平表示,从出口市场数据来看,发展中国家和地区汽车需求巨大,对二手车进口市场需求占比为60%~80%,如非洲、东南亚、中东、南美等地区。其中,“一带一路”沿线国家和地区占主要部分,加上其大部分城市与中国同为左舵车、千人汽车保有量较低、对高性价比二手车需求旺盛等特点,“一带一路”沿线国家必将成为我国二手车出口的关键市场之一。

不过,也有专家指出,由于二手车出口手续繁琐,车况复杂,各国认证标准不一等因素,再加上一些二手车出口比较成熟的国家的竞争,二手车出口仍面临一些挑战。

中国汽车流通协会“行”认证办公室副主任李鸿表示,要制订二手车出口检测规范,由第三方检测机构出具检测报告,确保出口产品质量与安全,并且要进一步将国内二手车认证标准与国际接轨,减少二手车出口的流程。还有专家提醒,二手车出口到当地后如何完善质量保障和售后服务体系也是重要内容,需要主机厂和经销商共同做好二手车出口的售后服务工作。

深度观察

《中央定价目录》再修订 定价项目缩减近三成

国家发展改革委11月4日就《中央定价目录》(修订征求意见稿)公开征求意见

根据修订征求意见稿,具体定价项目减少到16项,缩减近30%

此次修订对2015年发布的《中央定价目录》进行了全面梳理和修订

修订的主要内容包括



修订后的《中央定价目录》(修订征求意见稿)保留了

本报记者 黄仕强

“我们这些房子的牌子上都写着‘健康村’,‘健康’这两个字可是经得起考验的,我们这帮居民也算是这个工厂环保工作的参与者和见证者了。”10月24日,见记者正在盯着住房信息牌,住在“健康村”的王女士感叹道:“曾经,我们这里被戏称为‘炭黑村’呢!”

王女士口中的工厂就是中国石化集团重庆川维化工有限公司(以下简称川维化工公司)。该公司致力于天然气精细化工产品的研发生产,主要生产醋酸乙烯、醋酸、甲醇、聚丙烯醇等化工产品。那么,居住在该企业附近的居民为何不会谈“化”色变,反而大谈“健康”呢?

严把生产“环保关”

“我们公司地处长江上游、三峡库区的特殊位置,因此,为守住青山绿水,便作出了‘不让一滴污水流入长江’的承诺。”川维化工公司安全环保处副处长王峰说,建厂之初,公司就地修建了紧挨工厂的家属区,其中就包括了“健康村”。当时,工厂生产所产生的废气废渣等颗粒物随空气就飘到了家属区,“炭黑村”因此得名。

在下定决心“不让一滴污水流入长江”后,该公司便严把“环保关”,并想办法把炭黑村

这家公司在生产和管理上践行环保理念,严把环保关——

“炭黑村”变身“健康村”的秘密

“变废为宝”,将“健康”还给“健康村”。

该公司在生产研发方面深植“绿色清洁”之根,利用无苯醋酸乙烯原料优势和技术开发能力,实施VAE扩能改造项目,为包装、造纸、建筑、涂料等领域提供安全、环保、无毒害的绿色产品;充分发挥现有合资企业氢气资源优势,积极参与中石化与重庆市车用氢能推广应用试点工作,全力做好氢能源生产供应,为城市发展注入绿色动力,奉献清洁能源。

据统计,自2010年以来,该公司投资10亿余元实施了水体风险防控、一般固废处置场建设、锅炉烟气脱硫脱硝改造等污染治理项目,目前公司污染物排放浓度完全满足国家和重庆市最新排放标准。

筑牢污水“防控关”

不同于一般工厂的排污系统,该公司将排污管线拉出地下,拉上管道架,打造了一套

“阳光”排污管网体系,污水稍有滴漏都能够得到及时管控,真正实现了“污水上天,环保落地”,形成了“不让一滴事故污水进入长江”的一面防护墙。

然而,仅靠一面防护墙来防范水体污染风险并不现实。为此,该公司不断完善水体四级应急防控体系,筑牢了“四道关”:首先对装置围堰进行加固防渗,确保污水不出装置围堰;其次改造装置排污沟渠,新增雨污分流设施等,确保污水不出运行部;接着将污水总贮存能力提至3.8万立方米,确保污水不出厂区;最后一关则是提升污水收集储存能力,将公司事故池及事故罐总容积由2.57万立方米增加至6.45万立方米,满足江边罐区12小时消防历时及装置区8小时消防历时的污水收集需要,消除水体污染防控隐患。

同时,该公司还将污水处理场、环境在线监测系统等环保装置和设施纳入生产设备一

体化管理,每天开展环境监测工作、每天编制发布环保日报,检查跟踪环保设施运行情况。每天早会协调解决决环保工作存在问题,切实做好环保设施稳定运行工作,对环保设施的运行逐级负责,精心维护。

其中,污水处理场作为废水处理末端治理装置,包括预处理、生化处理、污泥处理、污水回用和散排气处理,共有1700吨/小时的处理能力,外排废水与重庆市环保局和集团公司总部实时联网监控。

“目前公司已完成了废水、废气、废渣提标改造,实现了废水‘清污分流’‘污污分流’和‘污污分治’。”王峰表示,全年污水处理场运行费用约4000万元,废水污染物总量减排效果明显。

“正是因为我们生产和管理上都牢牢践行环保理念,并采取了强有力的措施,曾经的‘炭黑村’才变成了‘健康村’。”王峰说。