

国家互联网信息办公室有关负责人表示,《办法》旨在规范网络市场秩序,维护人民群众合法权益,促进新业态健康有序发展,营造清朗网络空间。

《办法》针对社会舆论广泛关切的消费者权益保护问题进行了多处强化。

直播营销平台应当及时处理公众对于违法违规信息内容、营销行为投诉举报;消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务,发生争议时,相关直播营销平台应当积极协助消费者维护合法权益,提供必要的证据等支持;直播间运营者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务,不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。

《办法》分四部分,分为总则、对直播营销平台的要求、对直播间运营者和直播营销人员的要求以及监督管理和法律责任。具体内容包括直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施等。

国家互联网信息办公室有关负责人就《办法》相关问题表示,《办法》提出直播营销人员和直播间运营者为自然人的,应当年满十六周岁,要求直播间运营者、直播营销人员遵守法律法规和公序良俗,真实、准确、全面地发布商品或服务信息。

《办法》对直播间运营者和直播营销人员的直播营销行为划出8条红线。

直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动,应当遵守法律法规和国家有关规定,遵循社会公序良俗,真实、准确、全面地发布商品或服务信息,不得有下列行为:违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的;发布虚假或者引人误解的信息,欺骗、误导用户;营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品;虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量

造假;知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为,仍为其推广、引流;骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人,侵害他人合法权益;传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等;其他违反国家法律法规和有关法律规定的行为。

此外,突出直播间5个重点环节管理,对直播营销活动相关广告合规、直播营销场所、互动内容管理、商品服务供应商信息核验、消费者权益保护责任、网络虚拟形象使用提出明确要求。

《办法》还要求,直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员服务机构开展商业合作的,应当与直播营销人员服务机构签订书面协议,明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。

《办法》一方面针对网络直播营销中的“人、货、场”,将“台前幕后”各类主体、“线上线下”各项要素纳入监管范围,另一方面明确细化直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等参与

主体各自的权责边界,进一步压实各方主体责任。

《办法》明确建立直播间运营者账号,分级管理制度和黑名单制度。

《办法》明确直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。

《办法》强调平台应当依法依规开展安全评估、履行备案手续、取得相关行政许可,具备维护直播内容安全的技术能力、制定平台规则公约的管理能力,要求平台制定直播营销商品和服务负面目录,认证并核验直播间运营者和直播营销人员的真实身份信息,加强网络直播营销信息内容管理、审核和实时巡查,对涉嫌违法违规的高风险营销行为采取管理措施,提供付费导流等服务需承担相应平台责任,建立健全未成年人保护机制,加强新技术新应用新功能上线和使用管理,建立直播间运营者账号的分级管理制度和黑名单制度,建立健全投诉、举报机制。此外,《办法》还对平台协助消费者维权、协助依法纳税等方面提出了细化要求。

《办法》注重事中警示和强调事后惩处。

《办法》强调通过直播链接购买商品或服务,发生争议由平台提供证据支持。

国家七部门建立健全线索移交、信息共享、会商研判、教育培训等工作机制,加强对行业协会商会的指导,对严重违法违规的直播营销市场主体名单实施信息共享,依法开展联合惩戒。

同时,《办法》完善了民事、行政和刑事责任法律衔接的体系化规定。违反本办法,给他人造成损害的,依法承担民事责任;构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不构成犯罪的,由网信等有关主管部门依据各自职责依照有关法律法规予以处理。

(据国家网信办)

多项“全国首创”政策促外贸复苏 北京锻造跨境电商特色监管模式

□ 袁璐

在首都机场,创新的全自动化跨境电商货物分拣系统让现场的人由衷感叹精准监管“跑”出新速度。

设施一流、功能齐全、安全高效、服务优质和通关便利的现代化口岸是加快北京全产业链开放、推动全环节改革的重要支撑条件。在支持跨境电商新业态发展过程中,北京推出全国首创且唯一的跨境电商医药进口试点,锻造出一套免税、保税、跨境电商政策叠加的特色监管模式,推动北京跨境电商业务爆发式增长。

创新政策拉动免税消费回流

“为了吸引消费回流,服务北京国际消费中心城市建

设,我们首创了‘免税、保税、跨境电商’政策相衔接的改革试点。”利用免税政策及综保区保税政策,免税品经营企业实现了“线下免税品销售+线上跨境电商销售”的多元化经营模式。

开拓了跨境电商渠道后,符合要求的客户群体得以在线上购买跨境电商商品。该试点让免税品行业销售渠道单一、



北京海关所属首都机场海关关员在监管现场为跨境电商企业人员提供政策咨询和通关业务指导

退运处置困难等难题迎刃而解,有力促进了消费潜力释放。

自2020年3月正式启动试点以来,截至2021年3月,该模式下已验放商品价值超过33亿元,试点企业及消费者反应热烈,试点企业已恢复至疫情之前85%的销售水平。

让消费者尽享正规“网上药店”

一直以来,很多来自境外的进口药品,只能在医院或是实体药店中才能购买到,“网上药店”的药品种类不全,无法满足消费者的需求。

2019年12月31日,北京海关放行首

票跨境医药电商清单,第一次打通了我国跨境医药产品零售进口的合法正规路径。自试点以来至今,北京海关已验放跨境电商医药商品价值逾5000万元,让消费者尽享更先进、更安全、更便捷、更实惠的正规国际医药产品。

助力中小企业“走出去”

从北京申报到口岸装船离境,如今完成跨境电商B2B出口全流程一体化通关只需几小时。全国首批启动跨境电商B2B出口改革试点落地北京海关,对于支持市出口企业具有重要促进作用,开启了外贸出口企业规模化“卖全球”的跨境电商贸易新征程。跨境电商B2B出口试点自2020年7月正式实施以来,北京海关已验放跨境电商B2B出口商品货值约6.8亿元。

全国首条“一带一路”快速铁路跨境电商运输线和全国首批跨境电子商务零售进出口退货试点,也让北京在支持跨境电商新业态全面发展方面走在全国前列。自上述两项业务开展以来至今,北京海关放行快速铁路运输跨境电商货物5.6吨,清单13.6万票,验放跨境电商零售进出口退货商品价值超过350万元。