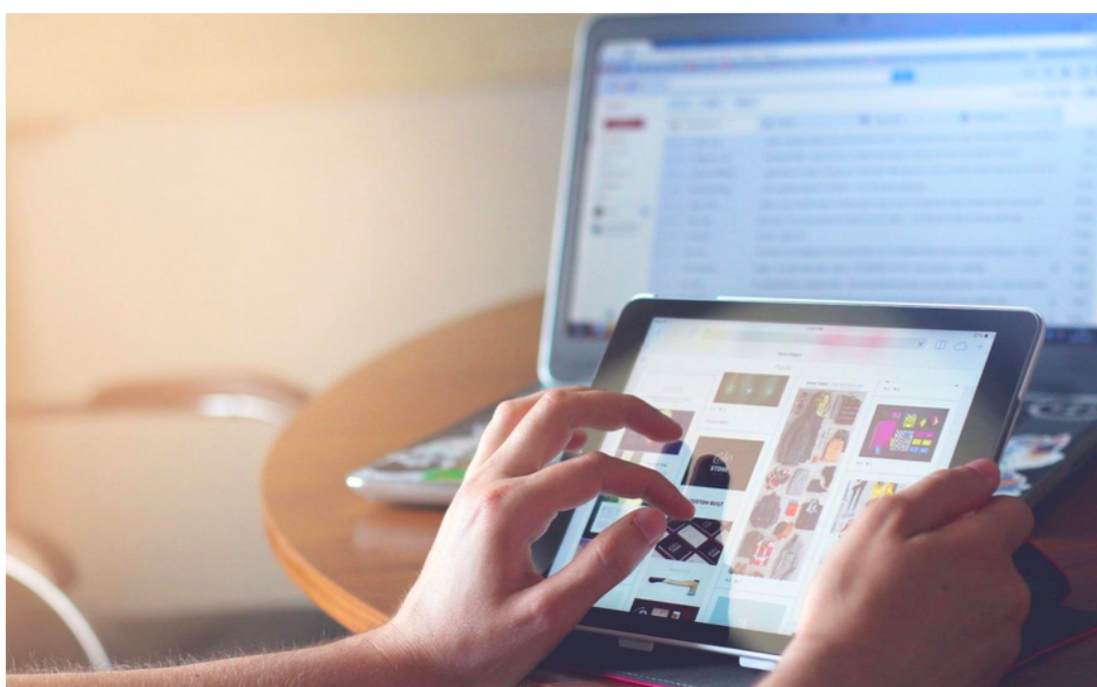




2022 年 3 月刊

互联网信息法律前沿



杭州市律师协会互联网信息专委会汇编

总第 27 期（月刊）

2022 年 3 月

本期编者：浙江天册律师事务所 吴旭华/褚霞/芦凌丰



目 录

一、国内热点资讯.....	5
1、信息通信管理局召开行政指导会：规范 APP 推荐下载行为，改善网页浏览服务体验.....	5
2、爱奇艺起诉租号平台获赔 103 万：后者出租会员账号获利，构成不正当竞争.....	6
3、网络安全管理局组织召开工业领域数据安全试点推进电视电话会议.....	6
4、剑指乱象！2022 年“清朗”行动十大重点任务公布.....	8
5、央行等四部门及浙江省政府联合发文，支持开展数字人民币试点.....	10
二、国外热点资讯.....	11
1、美国弗吉尼亚州批准了修改《弗吉尼亚州消费者数据保护法》（CDPA）有关删除权的法案.....	11
2、美国谷歌同意就其 COVID-19 联系人追踪应用程序的隐私权诉讼达成和解.....	11
3、欧盟数据保护委员会（EDPB）公布了作为传输工具的行为准则的指南最终版本.....	12
4、德国不来梅/不来梅专员对 BREBAU 在法律基础和透明度方面的违规行为罚款 190 万欧元.....	12
5、美国联邦贸易委员会（FTC）宣布 WW 国际公司和 Kurbo 公司同意就非法收集敏感健康数据达成 150 万美元的和解.....	13
6、英国/ICO/关于匿名化、假名化和 PET 的指南/第四章草案/公众咨询.....	14
7、美国 HBO 因与 Facebook 共享客户观看名单被提起集体诉讼.....	14
8、爱尔兰称 Facebook 未采取切实措施保护用户数据，开上亿元罚单.....	15
9、美国国家标准与技术研究院 (NIST) 发布《识别和管理人工智能偏见》并征求意见.....	15
三、互联网执法动态.....	17



1、工业和信息化部立即查处“3·15”晚会曝光的信息通信领域违规行为为17	
2、国家计算机病毒应急处理中心监测发现 15 款移动 App 及 1 款 SDK 存在隐私不合规行为.....	18
3、关于 APP 侵害用户权益整治“回头看”发现问题的通报（2022 年第 2 批，总第 22 批）.....	20
4、限期整改！泡多多等 16 款 App 违规收集个人信息被通报.....	22
5、银保监会依法查处 21 家银行机构监管数据质量违法违规行为.....	23
四、互联网立法动态.....	24
1、国家互联网信息办公室关于《互联网弹窗信息推送服务管理规定（征求意见稿）》公开征求意见的通知.....	24
2、最高人民法院发布反不正当竞争法司法解释细化仿冒混淆、虚假宣传、网络不正当竞争等行为认定.....	26
3、《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》新闻发布会.....	33
4、国家互联网信息办公室关于《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》再次公开征求意见的通知.....	41
5、关于对“数据基础制度观点”征集意见的公告.....	56
6、关于征求《陕西省网络食品交易平台备案管理办法（征求意见稿）》意见的通告.....	60
7、全国首部公共数据领域地方性法规今起施行.....	63
8、三部门进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展.....	77
9、深圳市市场监督管理局关于《深圳经济特区消费者权益保护条例（征求意见稿）》公开征求意见.....	82
五、典型案例.....	98
1、网络消费格式条款中与消费者有重大利害关系内容存在例外情形，应以显著方式进行提示——鄂某诉某旅游 App 经营公司网络服务合同纠纷案.....	98
2、对于网络店铺客服的行为店铺应当负责——李某诉某书店信息网络买卖合同纠纷案.....	99



- 3、电子商务经营者应当遵守对消费者做出的有利承诺，对承诺的解释应按普通消费者的通常认知进行——齐某某诉罗某某网络信息购物合同纠纷案100
- 4、销售者在二手商品网站从事经营活动构成欺诈的，应当承担惩罚性赔偿责任——高某诉杨某网络信息购物合同纠纷案..... 101



一、国内热点资讯

1、信息通信管理局召开行政指导会：规范 APP 推荐下载行为，改善网页浏览服务体验

https://www.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/sjdt/art/2022/art_d0a99b0fef28492aa435f42c630653b5.html

近日，有网友和媒体反映部分网站在用户浏览页面信息时，强制要求下载 APP 问题。工业和信息化部信息通信管理局对此高度重视，立即组织核查，并于日前召开行政指导会，督促相关互联网企业进行整改。

会议指出，随着移动互联网的快速发展，各类 APP 蓬勃兴起，给用户提供了丰富的应用服务。但部分信息资讯、网络社区等网站在用户浏览网页时，频繁弹窗推荐 APP，要求下载 APP 才能查看全文、不用 APP 不能看评论等，妨碍用户使用网页浏览信息，侵害用户合法权益，群众反映强烈。

会议要求，相关互联网企业要坚持以人民为中心的发展思想，严格遵守相关法律法规要求，时刻把维护用户权益和改善服务体验作为赢得用户的根本，自查自纠、立行立改，坚决纠正存在的问题。在用户浏览页面内容时，一是未经用户同意或主动选择，不得自动或强制下载 APP；推荐下载 APP 时，应同步提供明显的“取消”选项，切实保障用户的知情权、选择权。二是无合理正当理由，不得要求用户不下载 APP 就不给看，或者不让看全文。三是不得以折叠显示、主动弹窗、频繁提示、降低体验等方式强迫、误导用户下载、打开 APP，或跳转至应用商店，影响用户正常浏览信息。

相关互联网企业表示，将认真落实有关要求，全面自查整改，依法合规经营，改进服务，提升用户体验，共同营造让群众放心满意的移动互联网应用环境。

工业和信息化部信息通信管理局将持续关注用户反映的问题，加强 APP 监测检测，指导督促互联网企业切实维护好用户权益。

来源：信息通信管理局

日期：2022 年 3 月 3 日



2、爱奇艺起诉租号平台获赔 103 万：后者出租会员账号获利，构成不正当竞争

<https://www.ithome.com/0/606/422.htm>

IT之家 3 月 7 日消息，爱奇艺与一租号平台的诉讼近日公开了二审法律文书，爱奇艺获赔 103 万元。

企查查 App 显示，近日，湖南南澳网络科技有限公司与北京爱奇艺科技有限公司不正当竞争纠纷二审法律文书公开。

文书显示，一审原告爱奇艺公司诉称，南澳公司在其运营的多个租号平台中向用户收费提供爱奇艺会员账号的租赁服务，并从中获取高额利益。被告南澳公司诉称，涉案爱奇艺账号为用户上传，其主营业务为游戏账号租赁，视频账号租赁占比小，不会对爱奇艺的经营产生影响等。

公证书内容显示，南澳公司通过在每笔订单中向出租方收取 15%-20% 的手续费（最低收费为 0.3 元）以及 2% 的支付宝提现手续费（最低每笔 2 元），从账号租赁交易中直接获取经济收益。

一审法院审理认为，被诉平台以“租号”为主营业务，南澳公司从账号租赁中直接获取经济收益，构成不正当竞争，最终判决南澳公司赔偿爱奇艺公司共计 103 万元。

IT之家了解到，南澳公司提起上诉。二审法院审理认为，一审法院认定被诉行为具有不正当性并无不当；南澳公司损害了爱奇艺公司的合法权益，构成不正当竞争行为；一审法院酌定的赔偿数额尚属合理。故此，二审法院驳回南澳公司的上诉请求，维持原判。

来源：IT之家

日期：2022 年 3 月 7 日

3、网络安全管理局组织召开工业领域数据安全管理工作试点推进电视电话会议



https://www.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/sjdt/art/2022/art_d2aaa5e2b18245fdabbc78a51065f532.html

2022年3月10日，为贯彻落实《中华人民共和国数据安全法》，扎实推进工业领域数据安全管理工作，提高工业领域数据安全保障水平，工业和信息化部网络安全管理局组织召开工业领域数据安全管理工作试点推进电视电话会议，深入解读试点工作方案、配套标准规范和管理服务平台，研究部署下一步重点工作。工业和信息化部消费品工业司、原材料工业司、装备工业二司对于本行业本领域数据安全管理工作提出了工作考虑，海南、江西、贵州、辽宁、江苏五省工业和信息化主管部门作交流发言。

会议强调，扎实做好工业领域数据安全管理工作，是贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神和党中央、国务院决策部署的根本要求，是筑牢工业经济发展安全底座、保障国家安全的迫切需要，是促进产业高质量发展、建设制造强国和网络强国的重要基础。试点工作要在工业和信息化领域数据安全管理工作总体框架下，验证工业领域数据安全管理体系运转的有效性和制度规范的科学性，重点解决执法队伍建设、数据出境安全管理、监测预警能力建设等关键难点问题，着力探索出工业领域数据安全工作的方法、路径和模式。各相关单位和试点企业要以试点工作为契机，将数据安全监管与业务管理工作同谋划、同部署、同落实；要加强组织领导，将责任落实到人，任务落实到位；要加强监督指导，积累经验，固化成效，努力打造试点标杆；要加强协调联动，共同探索构建工业领域数据安全管理体系。

工业和信息化部网络安全管理局、节能与综合利用司、安全生产司、原材料工业司、装备工业一司、装备工业二司、消费品工业司、电子信息司、信息技术发展司相关负责人在主会场参加会议。各省（区、市）及有关地市级工信主管部门、试点企业以及国家工业信息安全发展研究中心、中国信息通信研究院、中国电子信息产业发展研究院、中国电子技术标准化研究院、中国电子产品可靠性与环境试验研究所、中国工业互联网研究院等支撑单位有关负责人在分会场参加会议。

来源：网络安全管理局

日期：3月11日



4、剑指乱象！2022年“清朗”行动十大重点任务公布

<http://society.people.com.cn/n1/2022/0317/c1008-32377659.html>

国务院新闻办公室于3月17日下午3时举行关于2022年“清朗”系列专项行动新闻发布会。

国家互联网信息办公室副主任盛荣华介绍，2022年“清朗”系列专项行动聚焦影响面广、危害性大的问题开展整治，具体包括10个方面重点任务：

一是“清朗·打击网络直播、短视频领域乱象”专项行动，全面清理“色、丑、怪、假、俗、赌”等各类违法违规直播和短视频；从严整治激情打赏、高额打赏、诱导打赏、未成年人打赏等行为；坚决遏制借未成年人牟利，通过直播、短视频打造“网红儿童”等侵犯未成年人权益现象；全面整治劣迹艺人违规复出、被封账号违规转世；严惩偷拍跟拍、搭讪骚扰、虚构自杀等各类无底线蹭流量，进行违规变现行为；坚决整治直播间营造虚假人气、虚假带货量，短视频账号营造虚假流量等行为；严厉打击通过炮制低俗情感剧情，收割老年人流量，实施营销诈骗。

二是“清朗·MCN机构信息内容乱象整治”专项行动，集中整治MCN机构及其旗下账号炮制蹭炒舆论热点、引发群体对立、欺骗误导网民、发布三俗信息、利用未成年人牟利等违法违规行为。督促重点网站平台建立MCN机构分级管理制度，通过平台MCN机构入驻协议，明确MCN机构信息内容业务活动标准和责任，加强日常监管，定期开展培训，加强信息披露，建立专门举报受理渠道，强化违规处置。

三是“清朗·打击网络谣言”专项行动，全面清理涉及政治经济、文化历史和民生科普等领域的谣言信息，打上标签、做出明示。压实网站平台主体责任，对敏感领域、敏感事件产生的各种信息加强识别；对影响大、传播广的无权威来源的信息及时查证。建立溯源机制，对首发、多发、情节严重的平台和账号，严肃追究相关责任。建立健全治理网络谣言工作机制。

四是“清朗·2022年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，着力为未成年人营造健康安全干净的网络环境，重点清理影响青少年身心健康、妨碍青少年



上网学习的不良信息，重点整治涉未成年人网络乱象；督促网站平台进一步完善和推广青少年模式。

五是“清朗·整治应用程序信息服务乱象”专项行动，结合修订《移动互联网应用程序信息服务管理规定》，在清理各类违法和不良信息的同时，注重源头治理，督促指导应用程序严管快处各类账号，督促指导分发平台严管快处各类应用程序；紧盯重要流量入口，全面规范应用程序功能运行、活动设计、内容生产等重点环节，坚决遏制各类乱象；以应用程序内容审核和分发平台上架审核为切入点，压实双主体责任，强化日常监管，推动形成“平台管程序、程序管账号”的管理链条。

六是“清朗·规范网络传播秩序”专项行动，面向网上新闻信息重点生产、传播平台，分阶段开展规范网络传播秩序专项整治。加大网上新闻信息传播源头治理，把牢导向关。严打重点传播平台违规采编、超范围转载、篡改新闻标题、违规 PUSH 弹窗推送等行为。深化“自媒体”涉新闻信息网络传播乱象治理，集中清理违规账号和信息。聚焦解决手机浏览器、网址导航、主流工具类应用扰乱新闻信息网络传播秩序突出问题。

七是“清朗·2022 年算法综合治理”专项行动，落实《互联网信息服务算法推荐管理规定》关于互联网企业平台的算法主体责任和系列管理要求，督促重点互联网企业平台整改算法不合理应用带来的“信息茧房”“算法歧视”等问题，积极利用算法弘扬社会主义核心价值观，营造风清气正的网络空间。

八是“清朗·2022 年春节网络环境整治”专项行动，聚焦春节期间人民群众使用频率较高的平台环节和服务类型，聚焦解决影响上网观感、群众反映强烈的网络生态问题，着力整治网络暴力、炫富拜金、封建迷信等乱象，营造文明健康、喜庆祥和的春节网上舆论氛围。

九是“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动，进一步聚焦重点平台、环节、版块和产品功能，严管水军招募和推广引流信息，加大违规账号群组查处力度，强化行为分析和关联处置，优化榜单评分功能，规范探店种草行为，加强线索移交和信息共享，健全跨部门跨平台联动处置机制，适时开展专项督查和“回头看”，防止问题反弹反复。



十是“清朗·互联网用户账号运营专项整治行动”，坚决处置假冒、仿冒、捏造党政军机关、企事业单位、新闻媒体等组织机构名称、标识等以假乱真、误导公众的账号；依法从严处置利用时政新闻、社会事件等“蹭热点”，借势进行渲染炒作的账号，发布“标题党”文章煽动网民情绪、放大群体焦虑的账号；强化网络名人账号异常涨粉行为管理，严格清理“僵尸”粉、机器粉，坚决打击通过雇佣水军、恶意营销等方式的非自然涨粉行为，确保粉丝账号身份真实有效。

来源：人民日报客户端

日期：2022年3月17日

5、央行等四部门及浙江省政府联合发文，支持开展数字人民币试点

<https://www.mpaypass.com.cn/news/202203/18181814.html>

3月18日，中国人民银行、中国银行保险监督管理委员会、中国证券监督管理委员会、国家外汇管理局、浙江省人民政府联合发布《关于金融支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》。

意见指出，拓展移动支付应用。推动银行业统一移动支付APP、银行APP等各类移动支付产品高质量协同发展；推动政府部门整合资源，合力共建移动支付便民场景。支持浙江符合条件的银行、非银行支付机构为境外个人提供境内移动支付服务。支持符合条件的地区开展数字人民币试点。

据了解，今年浙江金融办发布的《钱塘江金融港湾发展实施计划（2021-2025年）》提到，在央行指导下，支持符合条件的地区申报开展数字人民币试点，在试点获批后，建立数字人民币试点工作领导小组，加强组织、资金、制度、技术保障和风险管控等保障工作，依托杭州亚运等系列场景开展数字人民币试点，构建多方参与的数字人民币流通生态体系，促进数字人民币系统安全性、稳定性、易用性持续提升。

目前数字人民币第三批试点地区或将马上揭晓，各地陆续发布的“十四五”规划透露，多个省市在争取数字人民币试点。其中杭州亚运会的举办将是数字人民币试点的又一大良好封闭环境，包括杭州、宁波、温州、金华、绍兴、湖州在内的多个城市都有望入选第三批试点城市。

来源：移动支付网

日期：2022年3月18日



二、国外热点资讯

1、美国弗吉尼亚州批准了修改《弗吉尼亚州消费者数据保护法》 (CDPA) 有关删除权的法案

<https://mp.weixin.qq.com/s/S7o3sb3Cr8toKkBnQAYR6Q>

法案中增加新的条款,规定数据控制者从消费者以外的来源获得消费者个人数据使用以下方法可被视为遵守了消费者关于删除这些数据的要求:

保留删除请求的记录和必要的最低限度的数据,以确保消费者的个人数据从企业的记录中删除,并且他们不会将这些保留的数据用于任何其他目的;

让消费者选择不为任何目的处理这些个人数据,但 CDPA 规定的豁免除外。

来源:“出海互联网法律观察”公众号

日期:2022年3月1日

2、美国谷歌同意就其 COVID-19 联系人追踪应用程序的隐私权诉讼达成和解

<https://mp.weixin.qq.com/s/S7o3sb3Cr8toKkBnQAYR6Q>

根据2022年3月3日提交的法庭文件,谷歌已同意就其暴露下载了COVID-19联系人追踪应用程序的安卓用户的敏感医疗信息的索赔达成和解。谷歌和安卓用户的律师预计将在3月11日之前披露解决方案的细节。如果最终达成协议,该协议将解决加州居民Jonathan Diaz和Lewis Bornmann去年提出的集体诉讼,他们声称谷歌侵犯了他们在加州法律下的隐私权,以及一项有关医疗信息的州法律。

谷歌表示,投诉中的指控即使被证明是真实的,也不会表明有任何外部人士访问了Diaz和Bornmann的私人信息。他们并没有并没有指控任何不良行为者为破译用户的身份而采取了必要的措施,他们只是声称理论上有可能有人这么做,因此,这是一个关于假设的伤害风险的教科书式的案例,在任何情况下,都不能公平地追溯到谷歌的行为。



谷歌和安卓用户在法官对谷歌的撤诉请求作出裁决之前达成了和解。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022年3月4日

3、欧盟数据保护委员会（EDPB）公布了作为传输工具的行为准则的指南最终版本

<https://mp.weixin.qq.com/s/8VMvGBH7xLlSY8xh8fQY2A>

该指南强调，根据 GDPR 第 46 条，控制者和处理者应制定适当的保障措施，将个人数据转移到第三国或国际组织，为此，GDPR 通过引入行为准则等新的转移机制，使第 46 条规定的组织在向第三国进行框架性传输时使用的适当保障措施多样化。

在这方面，指南的目的是澄清不同行为者在制定作为传输工具的准则方面的作用，并通过流程图说明采用过程。此外，考虑到 Schrems II 案，并旨在根据 GDPR 第 46 条提供符合替代保障措施的保护水平，该指南列出了一份用于传输的行为准则所应涵盖的要素清单。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022年3月7日

4、德国不来梅/不来梅专员对 BREBAU 在法律基础和透明度方面的违规行为罚款 190 万欧元

<https://mp.weixin.qq.com/s/S7o3sb3Cr8toKkBnQAYR6Q>

不来梅数据保护机构指出，BREBAU 处理了超过 9500 个潜在租户的数据，但上述数据的处理没有法律依据。例如，关于发型、体味和个人外貌的信息对于签订租约是没有必要的。不来梅数据保护机构发现，一半以上的案件涉及 GDPR 特别保护的数据，如肤色、民族血统、宗教信仰、性取向和健康状况等信息，也被非法处理。此外，BREBAU 还故意阻挠了数据主体对其数据处理的透明度的要求。



因此，不来梅专员对 BREBAU 处以 190 万欧元的罚款，并指出，鉴于对数据保护基本权利的侵犯异常严重，本应处以更高的罚款；然而，由于 BREBAU 在监督程序中进行了全面合作，努力将损失降到最低，自行澄清了事实，并确保此类侵权行为不再发生，因此罚款金额被大大降低。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022 年 3 月 4 日

5、美国联邦贸易委员会（FTC）宣布 WW 国际公司和 Kurbo 公司同意就非法收集敏感健康数据达成 150 万美元的和解

<https://mp.weixin.qq.com/s/8VMvGBH7xL1SY8xh8fQY2A>

联邦贸易委员会(FTC)于 2022 年 3 月 4 日宣布,WW 国际公司(前身为 Weight Watchers)及其子公司 Kurbo, Inc. 同意达成和解,支付 150 万美元的民事罚款,原因是其在收集、使用或披露儿童的个人信息之前,没有获得可核实的父母同意,并且所收集的个人信息的保留时间超过了合理的需要,违反了 1914 年《联邦贸易委员会法》(FTC 法)第 13 (b)、16 (a) (1) 和 19 条,1998 年《儿童在线隐私保护法》(COPPA)第 53 (b)、1303 (c) 和 1306 (d) 条,以及联邦贸易委员会的《儿童在线隐私保护规则》(COPPA 规则)。

地区法院于 2022 年 3 月 3 日批准了和解令,并命令 WW 国际公司和 Kurbo: 在和解令生效后 7 天内支付 150 万美元的民事罚款;

除非获得可核实的父母同意,否则不得披露、使用他们在和解令生效前通过 Kurbo 项目收集的儿童个人信息,或从这些信息中获益;以及

在和解令生效后 30 天内,销毁所有通过 Kurbo 项目收集的、到该日尚未收到直接通知并提供可核实的家长同意的账户的个人信息。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022 年 3 月 7 日



6、英国/ICO/关于匿名化、假名化和 PET 的指南/第四章草案/公众咨询

<https://mp.weixin.qq.com/s/8VMvGBH7xL1SY8xh8fQY2A>

第四章草案概述了匿名化需要哪些问责和治理措施，还扩展了谁应该对匿名化过程负责，在什么情况下有必要进行数据保护影响评估（DPIA），以及在发生安全事件后如何减轻重新识别的风险。

此外，该章草案还解释了，例如，在对数据进行匿名处理时，组织应该考虑什么，做什么：

建立适当的治理结构。如执法时，该治理结构应包括如何识别和减轻匿名化风险；

任命一名高级成员与数据保护官员合作，监督匿名化过程和相关决策；

考虑和澄清个人数据匿名化的目的，如作为组织目的或处理活动的一部分的匿名化等。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022年3月8日

7、美国 HBO 因与 Facebook 共享客户观看名单被提起集体诉讼

<https://mp.weixin.qq.com/s/8VMvGBH7xL1SY8xh8fQY2A>

据《综艺报》报道，3月8日，流媒体视频服务平台 HBO Max 被提起集体诉讼，指控其未经客户同意与 Facebook 共享客户观看名单。该诉讼是在纽约的联邦法院提出的。诉讼称，HBO 向 Facebook 提供客户观看名单，使得 Facebook 能够将客户的观看习惯与他们的 Facebook 档案相匹配，而 HBO 未征得客户同意就分享他们的观看名单，违反了 1988 年的《视频隐私保护法》（VPPA）。

本案诉讼指出，HBO 知道 Facebook 可以结合这些数据，因为 HBO 是 Facebook 上的一个主要广告商，事实上它使用这些数据用来向自己的订阅者定向推送 Facebook 的广告。虽然 HBO 网站的隐私政策披露了其合作伙伴使用 cookies



来提供个性化的广告等目的，但 VPPA 要求分享用户的视频观看历史必须取得用户单独同意。换言之，标准的隐私政策是不足的。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022 年 3 月 11 日

8、爱尔兰称 Facebook 未采取切实措施保护用户数据，开上亿元罚单

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1727428317023373496&wfr=spider&for=pc>

当地时间 3 月 15 日，爱尔兰数据保护委员会（DPC）宣布，Facebook 的母公司 Meta 因一系列的历史数据泄露事件违反《通用数据保护条例》（GDPR），将被罚款 1700 万欧元（约合人民币 1.18 亿元）。

DPC 在声明中表示，在对 Facebook 在 2018 年 6 月 7 日-2018 年 12 月 4 日期间收到的 12 个数据泄露通知进行调查后作出的上述决定。经调查，Facebook 的母公司 Meta 违反了 GDPR 第 5（2）和 24（1）条，未能证明其为保护欧盟用户的数据安全采取适当的技术和措施。此外，DPC 强调，该决定代表了 DPC 和欧盟的对应监管机构的集体意见。

来源：界面新闻

日期：2022 年 3 月 16 日

9、美国国家标准与技术研究院(NIST)发布《识别和管理人工智能偏见》并征求意见

https://mp.weixin.qq.com/s/FS0_JYzX0uY76HkdcrMBQ

美国国家标准与技术研究院（NIST）发布了《关于识别和管理人工智能偏见的标准》（SP 1270），并就此征求了意见。



NIST 详细地说明了 SP 1270 是对支持可信赖的人工智能发展重要体现，并且 SP 1270 对 NIST 正在制作的 AI 风险管理框架提供了相关指导。此外，NIST 解释道，SP 1270 旨在分析人工智能偏见这一具体挑战和争议的问题，并为识别和管理人工智能偏见提供详细指导。

NIST 特别强调了 SP 1270 以下的内容：

(1) 描述了人工智能中偏见产生利害关系以及挑战，并举例说明人工智能偏见如何以及为什么会破坏公众信任；

(2) 定义了人工智能偏见的三种类型并描述将会造成的损害；

(3) 描述了减轻偏见的三大挑战，包括数据集、测试和评估以及人为因素，并介绍了解决这些问题的初步指导。

来源：“出海互联网法律观察”公众号

日期：2022 年 3 月 17 日



三、互联网执法动态

1、工业和信息化部立即查处“3·15”晚会曝光的信息通信领域违规行为

https://www.miit.gov.cn/jgsj/xgj/gzdt/art/2022/art_148237f6d57c4d2ba6e5df6eb56f34ac.html

工业和信息化部高度重视用户权益保护工作，针对3月15日央视播出“3·15”晚会报道的以免费Wi-Fi为名诱骗用户下载恶意APP、应用软件平台强迫捆绑下载、骚扰电话、儿童手表安全防护等问题，立即组织认真核查，依据《个人信息保护法》《网络安全法》《电信条例》《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》《电信和互联网用户个人信息保护规定》等有关法律法规要求，进行严厉查处。

针对以免费Wi-Fi为名诱骗用户下载恶意APP问题。一是对曝光的Wi-Fi破解精灵、雷达Wi-Fi、越豹Wi-Fi助手等3款APP，第一时间下架处理。二是组织相关省通信管理局对3家涉事企业依法进行查处。三是组织第三方检测机构对Wi-Fi连接类APP进行全面技术检测，发现问题严肃处理。

针对应用软件平台强迫捆绑下载问题。一是组织相关省通信管理局对曝光的百助网络公司及PC6、桔梗、ZOL、腾牛网等软件下载平台依法进行查处。二是举一反三，督促主要软件下载平台开展自查自纠，全面整改捆绑欺骗误导用户下载软件等违规行为。

针对骚扰电话问题。一是责令基础电信企业立即关停涉事企业拨打骚扰电话的语音专线，加强通信资源规范管理。二是组织相关省通信管理局对融营通信、容联七陌等呼叫中心企业进行核查，并依法予以处罚、实行业信用管理。三是联合有关部门深入整治骚扰电话有关问题，加强源头治理。

针对智能儿童手表安全防护问题。组织开展全面排查和专项治理，强化技术检测和监督检查，对安全能力不达标儿童专用移动智能终端，将责令停止销售并依法处置涉事企业，切实保障未成年人权益。



下一步，工业和信息化部坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极采取有效措施，持续强化电信和互联网用户个人信息保护，针对侵害用户权益行为开展专项治理，加强技术检测和监督检查，加大处置和曝光力度，积极配合有关部门严厉打击网络黑灰产业等违法犯罪行为，全力营造更安全、更健康的信息通信消费环境。

来源：中华人民共和国工业和信息化部

日期：2022年3月16日

2、国家计算机病毒应急处理中心监测发现 15 款移动 App 及 1 款 SDK 存在隐私不合规行为

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1727531562894511884&wfr=spider&or=pc>

新华社天津 3 月 17 日电（记者张建新、梁姊）国家计算机病毒应急处理中心近期通过互联网监测发现 15 款移动 App 及 1 款 SDK（软件开发工具包）存在隐私不合规行为，违反《网络安全法》《个人信息保护法》相关规定，涉嫌超范围采集个人隐私信息。

1、隐私政策中未对个人信息处理者的基本情况进行描述，涉嫌隐私不合规。涉及 1 款 SDK 如下：

《Agora Video Call》（版本 6.2.8）。

2、未向用户明示申请的全部隐私权限，涉嫌隐私不合规。涉及 13 款 App 如下：

《Cutie》（版本 1.6.2，360 手机助手）、《方元健康》（版本 1.8，360 手机助手）、《美团管家青春版》（版本 3.21.400，360 手机助手）、《爱卡汽车》（版本 10.6.9，乐商店）、《甜芝士 Sweech》（版本 1.9.62，乐商店）、《咸冰考研》（版本 4.0.1，乐商店）、《小米电视助手》（版本 2.7.1，乐商店）、《营创书院》（版本 2.7.6，乐商店）、《重启世界》（版本 2.3.17，乐商店）、《时尚志》（版本 3.9.55，豌豆荚）、《领主世界》（版本 4.1.9，小



米应用商店)、《Healer》(版本 2.5.0, 应用宝)、《乐玩星球》(版本 1.7.5, 应用宝)。

3、未逐一列出收集使用个人信息的目的、方式、范围等,且向第三方提供个人信息未做匿名化处理,涉嫌隐私不合规。涉及 1 款 App 和 1 款 SDK 如下:

《营创书院》(版本 2.7.6, 乐商店)、《Agora Video Call》(版本 6.2.8)。

4、App 在征得用户同意前就开始收集个人信息,涉嫌隐私不合规。涉及 5 款 App 如下:

《Cutie》(版本 1.6.2, 360 手机助手)、《咸冰考研》(版本 4.0.1, 乐商店)、《重启世界》(版本 2.3.17, 乐商店)、《我的绿洲》(版本 0.24.0, 绿色资源网)、《时尚志》(版本 3.9.55, 豌豆荚)。

5、未提供有效的更正、删除个人信息及注销用户账号功能,或注销用户账号设置不合理条件,涉嫌隐私不合规。涉及 5 款 App 如下:

《方元健康》(版本 1.8, 360 手机助手)、《企鹅电竞直播助手》(版本 2.30.0.326, 360 手机助手)、《咸冰考研》(版本 4.0.1, 乐商店)、《重启世界》(版本 2.3.17, 乐商店)、《乐玩星球》(版本 1.7.5, 应用宝)。

6、未建立并公布个人信息安全投诉、举报渠道,或超过承诺处理回复时限,涉嫌隐私不合规。涉及 3 款 App 和 1 款 SDK 如下:

《Cutie》(版本 1.6.2, 360 手机助手)、《方元健康》(版本 1.8, 360 手机助手)、《甜芝士 Sweech》(版本 1.9.62, 乐商店)、《Agora Video Call》(版本 6.2.8)。

针对上述情况,国家计算机病毒应急处理中心提醒广大手机用户谨慎下载使用以上违法、违规移动 App 及 SDK,同时要注意认真阅读其用户协议和隐私政策说明,不随意开放和同意不必要的隐私权限,不随意输入个人隐私信息,定期维护和清理相关数据,避免个人隐私信息被泄露。

来源:新华网

日期:2022 年 3 月 17 日



3、关于 APP 侵害用户权益整治“回头看”发现问题的通报（2022 年第 2 批，总第 22 批）

https://www.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/sjdt/art/2022/art_05240d52758845d0b9116dfd814b8d61.html

工业和信息化部高度重视用户权益保护工作，持续开展 APP 侵害用户权益专项整治行动。“3·15”国际消费者权益日来临前夕，为巩固治理成效，营造共同维护消费者权益的良好环境，工业和信息化部开展 APP 侵害用户权益整治“回头看”，组织第三方检测机构对前期用户反映问题较多的内存清理类、手机优化类 APP 进行重点检测，并对去年发现问题的 APP 进行抽测，共发现 14 款 APP（详见附件）仍然存在问题。上述 APP 应在 3 月 21 日前完成整改，逾期不整改或整改不到位的，工业和信息化部将依法依规严厉处置。

来源：工业和信息化部信息通信管理局

日期：2022 年 3 月 14 日

附：

工业和信息化部通报存在问题的 APP 名单

序号	应用名称	应用开发者	应用来源	应用版本	所涉问题
1	超能清理王	北京伽韵崆信息技术有限公司	抖音	1.0.5	欺骗误导用户下载 APP
					应用分发平台上的 APP 信息明示不到位
2	360 手机卫士	北京奇元科技有限公司	小米应用商店	8.9.2	超范围收集个人信息
					弹窗信息骚扰用户
3	语音翻译	宁波铭佳互联网科技有限公司	小米应用商店	4.4.3	弹窗信息骚扰用户
4	恋爱记	武汉滴滴网	华为应用	8.5.0	欺骗误导用户下载 APP



		络科技有限公司	市场		应用分发平台上的 APP 信息明示不到位
5	安兔兔评测	北京安兔兔科技有限公司	应用宝	9.3.2	弹窗信息骚扰用户
6	百合婚恋	百合佳缘网络集团股份有限公司	华为应用市场	11.4.0	超范围收集个人信息
					APP 强制、频繁、过度索取权限
7	幸福里	北京无限光场科技有限公司	vivo 应用商店	3.2.0	违规收集个人信息
					超范围收集个人信息
8	亚朵	上海亚朵商业管理(集团)股份有限公司	应用宝	3.14.4	违规收集个人信息
					超范围收集个人信息
					APP 强制、频繁、过度索取权限
9	豆豆免费小说	北京友和卓谊信息技术有限公司	vivo 应用商店	5.8.3	APP 强制、频繁、过度索取权限
					弹窗信息骚扰用户
10	氧气语音	湖南大写信息科技有限公司	oppo 软件商店	10.3.0	弹窗信息骚扰用户
11	万年历	重庆可兰达科技有限公司	华为应用市场	6.25	违规使用个人信息
					弹窗信息骚扰用户
12	汤姆猫跑酷	广州金科文化科技有限公司	应用宝	5.6.1.10	弹窗信息骚扰用户
					应用分发平台上的 APP 信息明示不到位
13	天气预报	北京神指飞扬科技有限公司	豌豆荚	6.5.2	弹窗信息骚扰用户
14	WiFi 众联钥匙	厦门众联世纪科技有限公司	应用宝	6.3.8	APP 强制、频繁、过度索取权限
					弹窗信息骚扰用户



4、限期整改！泡多多等 16 款 App 违规收集个人信息被通报

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728684914510958315&wfr=spider&for=pc>

据微信号“网信海南”消息，海南省互联网信息办公室 3 月 29 日通报“泡多多”等 16 款 App 存在不同程度违法违规收集使用个人信息的行为。

据通报，近期，针对群众反映强烈的 App 非法获取、超范围收集、过度索取权限等侵害公民个人信息的违法违规现象，海南省互联网信息办公室依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》等法律和有关规定，组织对省内用户量大、与民众生活密切相关的一批 App 收集使用个人信息情况进行了技术检测。

检测结果显示“泡多多”“启蒙儿歌故事动画片”“每日影视大全”“有米日记”“去嗨直播”“蚂蚁短视频”“旋风清理王”“花间直播”“水花直播”“瞬连免费 WiFi”“随播直播”“缘来相亲”“急先锋”“椰趣直播”“米粒借条”“对戏”等 16 款 App 存在不同程度违法违规收集使用个人信息的行为。

一是强化守法意识。各 App 运营单位应将加强公民个人信息保护作为履行全面依法治国的实践要求，切实保障人民群众个人信息安全和合法权益不受侵犯，定期组织运营人员学习《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规。

二是压实主体责任。各平台应主动制定健全个人信息保护相关规章制度，强化内部监督和风险防控机制。对照《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，举一反三开展自查自纠，坚决杜绝此类违法违规收集使用个人信息行为再度发生。

三是按时落实整改。针对检测发现的问题，各平台运营主体应于本通报发布之日起 15 个工作日内完成整改，并将整改报告加盖公章发至电子邮箱：hnwxbwgchai@hainan.gov.cn。逾期未完成整改的我办将依法予以处置。

海南省网信办相关处室负责人表示，开展网络直播、短视频、网上购物、餐饮外卖、婚恋相亲等领域移动互联网应用程序专项整治是落实“清朗”“扫黄打



非”的重要举措，也代表广大人民的迫切需求。下一步海南省网信办将结合专项工作，分行业、划领域的进一步加大对移动应用程序违法违规收集使用个人信息行为的整治力度，查处一批典型违法违规案件，建立政府监管、群众监督、行业自律的齐抓共管工作格局，共建海南自贸港清朗网络空间。

来源：中新经纬

日期：2022年3月30日

5、银保监会依法查处 21 家银行机构监管数据质量违法违规行为

<http://www.cbirc.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1044195&itemId=915>

近期，银保监会严肃查处一批监管标准化数据（EAST）数据质量领域违法违规行为，对政策性银行、国有大型银行、股份制银行等共 21 家银行机构依法作出行政处罚决定，处罚金额合计 8760 万元。

近年来，银保监会高度重视监管数据的整体治理水平和质量控制机制，组织开展了对 21 家全国性中资银行机构 EAST 数据质量专项检查。对检查发现的漏报错报 EAST 数据、部分数据交叉校核存在偏差等数据质量违规问题，银保监会依法严肃予以行政处罚。同时，督促银行机构严肃追责问责，深挖数据质量违规问题背后的治理不完善、机制不健全等根源性问题，坚持当下改与长久立相结合，完善机制缺陷，弥补制度漏洞。

监管数据真实性和准确性是银行机构内控合规的内在要求，更是贯彻落实政策部署和监管要求的具体体现。银行机构要切实承担数据质量的主体责任，对照监管数据标准化规范的相关要求，提升数据治理能力，强化数据质量管控，持续提高数据报送的准确性和全面性。

下一步，银保监会将继续加大对监管数据质量违法违规问题的查处力度，严肃市场纪律，提高违规成本，引导并督促银行机构切实发挥监管标准化数据在防范金融风险、提升内控水平等方面的作用。

来源：中国银行保险监督管理委员会办公厅

日期：2022年3月25日



四、互联网立法动态

1、国家互联网信息办公室关于《互联网弹窗信息推送服务管理规定（征求意见稿）》公开征求意见的通知

http://www.cac.gov.cn/2022-03/02/c_1647826956995841.htm

为了进一步规范互联网弹窗信息推送服务管理，保障公民、法人和其他组织的合法权益，弘扬社会主义核心价值观，营造清朗网络空间，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国广告法》《互联网信息服务管理办法》《网络信息内容生态治理规定》等法律法规，我办起草了《互联网弹窗信息推送服务管理规定（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。

公众可将反馈意见通过电子邮件方式发送至：tcts@cac.gov.cn。

意见反馈截止时间为2022年3月17日。

国家互联网信息办公室

2022年3月2日

附：

互联网弹窗信息推送服务管理规定（征求意见稿）

第一条 为了规范互联网弹窗信息推送服务，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进行业健康有序发展，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国广告法》《互联网信息服务管理办法》《互联网新闻信息服务管理规定》《网络信息内容生态治理规定》等法律法规，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内提供操作系统、终端设备、应用软件、网站等服务的，开展互联网弹窗信息推送服务时应当遵守本规定。

本规定所称互联网弹窗信息推送服务，是指通过操作系统、终端设备、应用软件、网站等，以弹出消息窗口页面形式向互联网用户提供的信息推送服务。



本规定所称互联网弹窗信息推送服务提供者，是指提供互联网弹窗信息推送服务的操作系统、终端设备、应用软件、网站等所有者或者运营者。

第三条 互联网弹窗信息推送服务应当遵守法律法规，坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，弘扬社会主义核心价值观，推送向上向善的优质弹窗信息内容，发展积极健康的网络文化。

第四条 互联网弹窗信息推送服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任，建立健全信息内容审核、生态治理、网络安全、数据安全、个人信息保护、未成年人保护等管理制度。

第五条 互联网弹窗信息推送服务应当严格遵守下列要求：

（一）传播正能量，弘扬社会主义先进文化；积极推送向上向善的内容，用社会主义核心价值观和道德文化滋养人心、滋润社会。

（二）不得推送《网络信息内容生态治理规定》明确的违法和不良信息，特别是恶意炒作娱乐八卦、绯闻隐私、奢靡炫富、审丑扮丑等违背公序良俗内容；不得关联某一话题集中推送相关旧闻，恶意翻炒。

（三）未取得互联网新闻信息服务许可，不得弹窗推送新闻信息；弹窗推送信息涉及其他互联网信息服务，依法须经有关主管部门审核同意或者取得相关许可的，应当经有关主管部门审核同意或者取得相关许可。

（四）弹窗推送新闻信息，应当严格依据国家互联网信息办公室发布的最新版《互联网新闻信息稿源单位名单》执行，不得超范围转载，不得歪曲、篡改标题原意和内容，保证新闻来源可追溯和新闻信息真实、客观、全面。

（五）提升弹窗推送信息多样性，科学设定新闻信息和垂直领域内容占比，体现积极健康向上的主流价值观；不得扎堆推送、炒作社会热点敏感事件，渲染恶性案件、灾难事故等，引发社会恐慌。

（六）配备与服务规模相适应的人工力量，健全弹窗信息推送内容管理规范，完善信息筛选、编辑、推送等工作流程，确保弹窗信息推送必须经过人工审核。

（七）保障用户权益，以服务协议等方式明确告知用户弹窗信息推送服务的具体方式、内容频次、取消渠道等；充分考虑用户体验，科学规划推送频次，不得恶



意对普通用户和会员用户进行差别频次推送；不得以任何形式干扰或者影响用户关闭弹窗；确保每条弹窗信息明确显示弹窗信息推送服务提供者身份。

（八）不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型；不得滥用个性化弹窗服务，利用算法屏蔽信息、过度推荐等；不得滥用算法，针对未成年用户进行画像，向未成年用户推送可能影响其身心健康的信息。

（九）弹窗推送广告信息，必须进行内容合规审查，不得违反国家相关法律法规；应当具有可识别性，显著标明“广告”，明示用户；确保弹窗广告一键关闭。

（十）不得以弹窗信息推送方式呈现恶意引流跳转的第三方链接、二维码等信息；不得通过弹窗信息推送服务诱导用户点击，实施流量造假、流量劫持。

第六条 互联网弹窗信息推送服务提供者应当自觉接受社会监督，设置便捷投诉举报入口，及时处理关于弹窗信息推送服务的公众投诉举报。

第七条 鼓励和指导互联网行业组织建立健全互联网弹窗信息推送服务行业准则，督促互联网弹窗信息推送服务提供者依法依规提供服务，接受社会监督。

第八条 网信部门会同电信主管部门、市场监管部门等有关部门建立健全协作监管等工作机制，监督指导互联网弹窗信息推送服务提供者依法依规提供服务。

第九条 互联网弹窗信息推送服务提供者违反本规定的，由网信、电信主管、市场监管等有关部门在职责范围内依照相关法律法规采取警告、罚款、暂停弹窗功能、停止服务等措施。

第十条 本规定自 2022 年 月 日起施行。

来源：中国网信网

日期：2022 年 3 月 2 日

2、最高人民法院发布反不正当竞争法司法解释细化仿冒混淆、虚假宣传、网络不正当竞争等行为认定

<https://www.court.gov.cn/zixun-xiangqing-351311.html>



3月17日,《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》(以下简称《解释》)发布,自2022年3月20日起施行。《解释》共29条,根据修订后的反不正当竞争法,重点对反不正当竞争法第二条、仿冒混淆、虚假宣传、网络不正当竞争等行为认定作出细化。

反不正当竞争法实施以来,一般条款(反不正当竞争法第二条)已成为人民法院认定新类型不正当竞争行为的主要法律依据之一,但裁判标准不统一的现象时有发生。为此,《解释》规定,经营者扰乱市场竞争秩序,损害其他经营者或者消费者合法权益,且属于违反反不正当竞争法第二章及专利法、商标法、著作权法等规定之外情形的,人民法院可以适用一般条款予以认定。

最高人民法院民三庭负责人表示,这一规定既厘清了一般条款与具体行为条款、知识产权专门法规定之间的适用关系,也明确了一般条款对反不正当竞争法及商标法等其他知识产权专门法的兜底适用地位。

人民法院运用一般条款认定市场竞争行为正当与否,核心是判断经营者是否违反了商业道德。《解释》明确了反不正当竞争法中的商业道德不等同于日常道德标准,而是特定商业领域普遍遵循和认可的行为规范。同时规定,人民法院应当结合案件具体情况,综合考虑行业规则或者商业惯例、经营者的主观状态、交易相对人的选择意愿、对消费者权益、市场竞争秩序、社会公共利益的影响等因素,依法判断经营者是否违反商业道德。

2021年,全国法院审结不正当竞争纠纷案件8654件,其中仿冒混淆行为案件数量占比很大。《解释》重点对反不正当竞争法第六条“仿冒混淆”的规定进行了细化,明确了“有一定影响的”标识的含义和认定考量因素,明确属于商标法禁用禁注范围的标志也不能获得反不正当竞争法的保护。《解释》还参照市场主体登记管理条例规定,细化了名称可以受到保护的 market 主体的范围。

近年来,网络不正当竞争纠纷日益增多。考虑到互联网行业技术和商业模式更新发展快,《解释》未进一步列举新的行为方式,而是严格把握立法精神和竞争政策,及时总结司法实践经验,对法律适用条件作出适当细化,为司法裁判提供必要规则指引,同时为市场的自我调节和技术创新留出空间。



据介绍,《解释》是最高人民法院深入学习贯彻习近平法治思想、充分发挥知识产权审判职能作用、及时回应新领域新业态司法需求的重要举措,对于加强反不正当竞争司法,强化竞争政策基础地位,促进形成高效规范、公平竞争的国内统一市场具有重要意义。李锐委员建议,草案中应增加对老年人、未成年人等重点人群宣传教育内容,使其审慎投资,谨慎网络交友,保护好个人信息。

附:

法释〔2022〕9号

最高人民法院关于适用《中华人民共和国反不正当竞争法》若干问题的解释

(2022年1月29日最高人民法院审判委员会第1862次会议通过,自2022年3月20日起施行)

为正确审理因不正当竞争行为引发的民事案件,根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国民事诉讼法》等有关法律规定,结合审判实践,制定本解释。

第一条 经营者扰乱市场竞争秩序,损害其他经营者或者消费者合法权益,且属于违反反不正当竞争法第二章及专利法、商标法、著作权法等规定之外情形的,人民法院可以适用反不正当竞争法第二条予以认定。

第二条 与经营者在生产经营活动中存在可能的争夺交易机会、损害竞争优势等关系的市场主体,人民法院可以认定为反不正当竞争法第二条规定的“其他经营者”。

第三条 特定商业领域普遍遵循和认可的行为规范,人民法院可以认定为反不正当竞争法第二条规定的“商业道德”。

人民法院应当结合案件具体情况,综合考虑行业规则或者商业惯例、经营者的主观状态、交易相对人的选择意愿、对消费者权益、市场竞争秩序、社会公共利益的影响等因素,依法判断经营者是否违反商业道德。

人民法院认定经营者是否违反商业道德时,可以参考行业主管部门、行业协会或者自律组织制定的从业规范、技术规范、自律公约等。



第四条 具有一定的市场知名度并具有区别商品来源的显著特征的标识，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条规定的“有一定影响的”标识。

人民法院认定反不正当竞争法第六条规定的标识是否具有一定的市场知名度，应当综合考虑中国境内相关公众的知悉程度，商品销售的时间、区域、数额和对象，宣传的持续时间、程度和地域范围，标识受保护的情况等因素。

第五条 反不正当竞争法第六条规定的标识有下列情形之一的，人民法院应当认定其不具有区别商品来源的显著特征：

（一）商品的通用名称、图形、型号；

（二）仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的标识；

（三）仅由商品自身的性质产生的形状，为获得技术效果而需有的商品形状以及使商品具有实质性价值的形状；

（四）其他缺乏显著特征的标识。

前款第一项、第二项、第四项规定的标识经过使用取得显著特征，并具有一定的市场知名度，当事人请求依据反不正当竞争法第六条规定予以保护的，人民法院应予支持。

第六条 因客观描述、说明商品而正当使用下列标识，当事人主张属于反不正当竞争法第六条规定的情形的，人民法院不予支持：

（一）含有本商品的通用名称、图形、型号；

（二）直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量以及其他特点；

（三）含有地名。

第七条 反不正当竞争法第六条规定的标识或者其显著识别部分属于商标法第十条第一款规定的不得作为商标使用的标志，当事人请求依据反不正当竞争法第六条规定予以保护的，人民法院不予支持。



第八条 由经营者营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰等构成的具有独特风格的整体营业形象，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条第一项规定的“装潢”。

第九条 市场主体登记管理部门依法登记的企业名称，以及在中国境内进行商业使用的境外企业名称，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条第二项规定的“企业名称”。

有一定影响的个体工商户、农民专业合作社（联合社）以及法律、行政法规规定的其他市场主体的名称（包括简称、字号等），人民法院可以依照反不正当竞争法第六条第二项予以认定。

第十条 在中国境内将有一定影响的标识用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条规定的“使用”。

第十一条 经营者擅自使用与他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）、域名主体部分、网站名称、网页等近似的标识，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系，当事人主张属于反不正当竞争法第六条第二项、第三项规定的情形的，人民法院应予支持。

第十二条 人民法院认定与反不正当竞争法第六条规定的“有一定影响的”标识相同或者近似，可以参照商标相同或者近似的判断原则和方法。

反不正当竞争法第六条规定的“引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系”，包括误认为与他人具有商业联合、许可使用、商业冠名、广告代言等特定联系。

在相同商品上使用相同或者视觉上基本无差别的商品名称、包装、装潢等标识，应当视为足以造成与他人有一定影响的标识相混淆。

第十三条 经营者实施下列混淆行为之一，足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，人民法院可以依照反不正当竞争法第六条第四项予以认定：



(一)擅自使用反不正当竞争法第六条第一项、第二项、第三项规定以外“有一定影响的”标识；

(二)将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众。

第十四条 经营者销售带有违反反不正当竞争法第六条规定的标识的商品，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系，当事人主张构成反不正当竞争法第六条规定的情形的，人民法院应予支持。

销售不知道是前款规定的侵权商品，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者，经营者主张不承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

第十五条 故意为他人实施混淆行为提供仓储、运输、邮寄、印制、隐匿、经营场所等便利条件，当事人请求依据民法典第一千一百六十九条第一款予以认定的，人民法院应予支持。

第十六条 经营者在商业宣传过程中，提供不真实的商品相关信息，欺骗、误导相关公众的，人民法院应当认定为反不正当竞争法第八条第一款规定的虚假的商业宣传。

第十七条 经营者具有下列行为之一，欺骗、误导相关公众的，人民法院可以认定为反不正当竞争法第八条第一款规定的“引人误解的商业宣传”：

- (一)对商品作片面的宣传或者对比；
- (二)将科学上未定论的观点、现象等当作定论的事实用于商品宣传；
- (三)使用歧义性语言进行商业宣传；
- (四)其他足以引人误解的商业宣传行为。

人民法院应当根据日常生活经验、相关公众一般注意力、发生误解的事实和被宣传对象的实际情况等因素，对引人误解的商业宣传行为进行认定。

第十八条 当事人主张经营者违反反不正当竞争法第八条第一款的规定并请求赔偿损失的，应当举证证明其因虚假或者引人误解的商业宣传行为受到损失。



第十九条 当事人主张经营者实施了反不正当竞争法第十一条规定的商业诋毁行为的，应当举证证明其为该商业诋毁行为的特定损害对象。

第二十条 经营者传播他人编造的虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉的，人民法院应当依照反不正当竞争法第十一条予以认定。

第二十一条 未经其他经营者和用户同意而直接发生的目标跳转，人民法院应当认定为反不正当竞争法第十二条第二款第一项规定的“强制进行目标跳转”。

仅插入链接，目标跳转由用户触发的，人民法院应当综合考虑插入链接的具体方式、是否具有合理理由以及对用户利益和其他经营者利益的影响等因素，认定该行为是否违反反不正当竞争法第十二条第二款第一项规定。

第二十二条 经营者事前未明确提示并经用户同意，以误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载等方式，恶意干扰或者破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务，人民法院应当依照反不正当竞争法第十二条第二款第二项予以认定。

第二十三条 对于反不正当竞争法第二条、第八条、第十一条、第十二条规定的不正当竞争行为，权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益难以确定，当事人主张依据反不正当竞争法第十七条第四款确定赔偿数额的，人民法院应予支持。

第二十四条 对于同一侵权人针对同一主体在同一时间和地域范围实施的侵权行为，人民法院已经认定侵害著作权、专利权或者注册商标专用权等并判令承担民事责任，当事人又以该行为构成不正当竞争为由请求同一侵权人承担民事责任的，人民法院不予支持。

第二十五条 依据反不正当竞争法第六条的规定，当事人主张判令被告停止使用或者变更其企业名称的诉讼请求依法应予支持的，人民法院应当判令停止使用该企业名称。

第二十六条 因不正当竞争行为提起的民事诉讼，由侵权行为地或者被告住所地人民法院管辖。



当事人主张仅以网络购买者可以任意选择的收货地作为侵权行为地的，人民法院不予支持。

第二十七条 被诉不正当竞争行为发生在中华人民共和国领域外，但侵权结果发生在中华人民共和国领域内，当事人主张由该侵权结果发生地人民法院管辖的，人民法院应予支持。

第二十八条 反不正当竞争法修改决定施行以后人民法院受理的不正当竞争民事案件，涉及该决定施行前发生的行为的，适用修改前的反不正当竞争法；涉及该决定施行前发生、持续到该决定施行以后的行为的，适用修改后的反不正当竞争法。

第二十九条 本解释自 2022 年 3 月 20 日起施行。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》（法释〔2007〕2 号）同时废止。

本解释施行以后尚未终审的案件，适用本解释；施行以前已经终审的案件，不适用本解释再审。

来源：人民法院新闻传媒总社

日期：2022 年 3 月 17 日

3、《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》新闻发布会

<https://www.court.gov.cn/zixun-xiangqing-348011.html>

各位记者：

大家上午好！今天新闻发布会的主题是向大家通报《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》的有关情况。

为正确审理网络消费纠纷案件，依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展，2022 年 2 月 15 日，最高人民法院审判委员会第 1864 次会议通过了《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》（下称《规定》），并将于 2022 年 3 月 15 日起施行。下面，我对《规定》制定的背景、原则及主要内容作一简要的介绍和说明。



一、《规定》制定的背景

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视发展数字经济，将其上升为国家战略。党的十八届五中全会提出，实施网络强国战略和国家大数据战略。党的十九届五中全会提出，发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济和实体经济深度融合。习近平总书记多次就网络治理、平台经济作出重要指示。2020年11月16日，习近平总书记在中央全面依法治国工作会议上指出，数字经济、互联网金融、人工智能、大数据、云计算等新技术新应用快速发展，催生一系列新业态新模式，但相关法律制度还存在时间差、空白区。2021年3月15日，习近平总书记在中央财经委员会第九次会议上指出，要健全完善规则制度，加快健全平台经济法律法规，及时弥补规则空白和漏洞，推动平台经济规范健康持续发展。2022年1月16日，习近平总书记发表《不断做强做优做大我国数字经济》一文，指出要结合我国发展需要和可能，做好我国数字经济发展顶层设计和体制机制建设。

近年来，随着我国数字经济的蓬勃发展，网络消费已经成为社会大众的基本消费方式。据统计，自2013年起，我国已连续多年成为全球最大的网络零售市场。伴随网络经济的快速发展，网络消费纠纷案件呈现出快速增长的特点，司法实践中也出现了一些新情况、新问题。

正是在这一背景下，最高人民法院经过深入调研，多次召开由专家学者、消费者代表、政府部门、企业以及法院系统等参加的座谈会，并向全社会公开征求意见，在反复研究论证的基础上，制定本《规定》。

二、《规定》坚持的理念和原则

我们在《规定》制定过程中，坚持以下理念和原则：

第一，坚持以人民为中心，加大对消费者权益保护力度。网络消费问题关系到千家万户，关系人民群众的切身利益。《规定》制定过程中，始终坚持将人民群众的利益放在首位，努力解决人民群众普遍关切的问题，努力使互联网发展成果惠及最广大人民群众，切实增强人民群众的安全感、获得感和幸福感。



第二，贯彻落实新发展理念，促进网络经济健康持续发展。当前，数字经济已经成为我国经济高质量发展的重要支撑。推动网络消费经济健康持续发展，对于巩固脱贫攻坚成果、推进乡村振兴战略、构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局、不断实现人民群众对美好生活的向往均具有重要意义。《规定》制定过程中，注意平衡保护，妥善处理好消费者、电商平台、平台内经营者等各方利益关系，为网络经济健康持续发展提供有力司法服务和保障。

第三，遵循网络消费特点，科学合理制定规则。网络消费具有参与交易主体多样化、交易环境虚拟化、交易空间跨地域性、合同格式化等特点，司法解释制定过程中，注重把握规律，制定符合网络消费特点的司法规则。

第四，立足现状，预留未来创新空间。司法解释坚持问题导向，对于实践中迫切需要解决的问题作出明确，统一裁判尺度，回应审判实践需要。同时，我们也认识到，网络经济领域的发展日新月异，新模式新业态不断衍生。司法解释既注重立足现状，解决现实问题，也注意为市场未来创新留出空间。

三、《规定》的主要内容

《规定》主要对网络消费合同权利义务、责任主体认定、直播营销民事责任、外卖餐饮民事责任等方面作出规定，共 20 条。

一是坚持合法性审查，规范网络消费格式条款。实践中，存在电子商务经营者利用优势地位，制定不公平不合理的格式条款侵害消费者合法权益的情况。《规定》第 1 条对于“签收商品即视为认可商品质量合格”“经营者享有单方解释权或者最终解释权”等实践中常见的不公平不合理的格式条款进行了列举，并作兜底性规定，明确有上述内容的格式条款应当依法认定无效。

二是完善七日无理由退货制度，加强消费者售后权益保障。消费者在实体商场购物，可以进行现场体验，而网络购物通常无法做到这一点。为此，消费者权益保护法设置了七日无理由退货制度。《规定》对此进一步明确，规定消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好，电子商务经营者不得以



商品已拆封为由主张不适用七日无理由退货制度，同时明确，法律另有规定的除外。

三是明确电商平台自营误导的法律后果，压实平台责任。《规定》第4条明确，电子商务平台开展自营业务时，应当承担商品销售者或者服务提供者责任。即使电商平台不是实际开展自营业务，但其所作标识等足以误导消费者相信其系平台自营的，电商平台经营者也要承担商品销售者或者服务提供者责任。

四是明确平台外支付的法律后果，压实商家责任。实践中，存在商家客服等工作人员引导消费者通过交易平台以外的方式进行支付的情况，比如通过客服个人微信支付货款。当商品出现质量等问题双方产生纠纷后，商家又以未经过交易平台支付为由主张其不承担责任。《规定》第5条明确，平台内经营者出售商品或者提供服务过程中，其工作人员引导消费者通过交易平台提供的支付方式以外的方式进行支付，消费者主张平台内经营者承担商品销售者或者服务提供者责任，平台内经营者以未经过交易平台支付为由抗辩的，人民法院不予支持。

五是明确网络店铺转让未公示责任，保护消费者合理信赖。现实中，网络经营账号及店铺转让的情况比较普遍，但有些经营者不依法进行信息变更公示，产生纠纷后，转让人与受让人又推诿扯皮，使得消费者的权利保护处于不确定状态。《规定》第6条明确，平台内经营者将网络账号及店铺转让给其他经营者，但未依法进行相关经营主体信息变更公示，实际经营者的经营活动给消费者造成损害，消费者有权主张注册经营者、实际经营者承担赔偿责任，最大限度保护消费者合法权益。

六是明确虚假刷单、刷评、刷流量合同无效，斩断网络消费市场“黑灰产”链条。网络消费市场快速发展的同时，也伴生了一些不健康、不规范问题，比如出现了专门刷单、刷评、刷流量的应用程序、运营团队等“黑灰产”，故意制造虚假记录，侵害消费者知情权和选择权，扰乱市场秩序。司法解释明确电子商务经营者与他人签订的以虚构交易、虚构点击量、编造用户评价等方式进行虚假宣传的合同，人民法院应当依法认定无效，引导市场主体规范经营。



七是明确奖品、赠品、换购商品等造成损害的法律后果，规范网络促销行为。司法解释第 8 条规定电子商务经营者在促销活动中提供的奖品、赠品或者消费者换购的商品给消费者造成损害，电子商务经营者应当承担赔偿责任，不得以奖品、赠品属于免费提供或者商品属于换购为由主张免责。

八是明确高于法定赔偿标准的承诺应当遵守，强化经营者诚信经营意识。实践中，有时候经营者会作出高于法定赔偿标准的承诺，一旦产生纠纷，经营者又拒绝兑现承诺。《规定》第 10 条明确，平台内经营者销售商品或者提供服务损害消费者合法权益，其向消费者承诺的赔偿标准高于相关法定赔偿标准，消费者主张平台内经营者按照承诺赔偿的，人民法院应依法予以支持。

九是明确网络直播营销民事责任，引导新业态健康发展。近年来，网络直播电商行业快速发展。如何引导新业态健康发展，保护好消费者合法权益，的确是司法实践面临的新课题。司法解释对商业性网络直播营销做出了规定。第 11 条对平台内经营者开设网络直播间销售商品的情形作出规定，明确平台内经营者的工作人员作出虚假宣传等，平台内经营者要承担赔偿责任。第 12 条对于直播间运营者责任作出规定。针对实践中消费者对于网络直播营销中实际销售主体辨识不清的问题，该条明确，直播间运营者要能够证明已经标明了其并非销售者并标明实际销售者，并且要达到足以使消费者辨别的程度，否则，消费者有权主张直播间运营者承担商品销售者责任。直播间运营者已经尽到标明义务的，人民法院应当综合交易外观、直播间运营者与经营者的约定、与经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定，通过较为弹性的规定，为个案裁量和未来发展留出空间。同时，司法解释用了 4 个条款对直播营销平台责任作出规定，包括直播营销平台自营责任、无法提供直播间运营者真实信息时的先付责任、未尽食品经营资质审核义务的连带责任以及明知或者应知不法行为情况下的连带责任。

十是完善外卖餐饮民事责任制度，守护人民群众舌尖上的安全。近年来，外卖餐饮广受消费者青睐，特别是新冠疫情发生以来，外卖餐饮行业更是得到了长足发展。但是，由于外卖餐饮虚拟性、跨地域性等特点，使得消费者也面临着食



品安全隐患。为了更好地保障人民群众的生命健康安全，司法解释第 18 条规定，网络餐饮服务平台经营者未依法对入网餐饮服务提供者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务，使消费者的合法权益受到损害，消费者有权主张网络餐饮服务平台经营者与入网餐饮服务提供者承担连带责任。第 19 条明确入网餐饮服务提供者不得以订单系委托他人加工制作为由主张免责，加强食品安全司法保护力度。

下一步，人民法院将进一步发挥审判职能作用，为保护消费者合法权益和促进数字经济健康持续发展提供有力司法服务和保障。

谢谢大家！

附：

法释〔2022〕8号

最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）

（2022年2月15日最高人民法院审判委员会第1864次会议通过，自2022年3月15日起施行）

为正确审理网络消费纠纷案件，依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展，根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国民事诉讼法》等法律规定，结合审判实践，制定本规定。

第一条 电子商务经营者提供的格式条款有以下内容的，人民法院应当依法认定无效：

- （一）收货人签收商品即视为认可商品质量符合约定；
- （二）电子商务平台经营者依法应承担的责任一概由平台内经营者承担；
- （三）电子商务经营者享有单方解释权或者最终解释权；
- （四）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；
- （五）其他排除或者限制消费者权利、减轻或者免除电子商务经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的内容。



第二条 电子商务经营者就消费者权益保护法第二十五条第一款规定的四项除外商品做出七日内无理由退货承诺，消费者主张电子商务经营者应当遵守其承诺的，人民法院应予支持。

第三条 消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好，电子商务经营者以商品已拆封为由主张不适用消费者权益保护法第二十五条规定的无理由退货制度的，人民法院不予支持，但法律另有规定的除外。

第四条 电子商务平台经营者以标记自营业务方式或者虽未标记自营但实际开展自营业务所销售的商品或者提供的服务损害消费者合法权益，消费者主张电子商务平台经营者承担商品销售者或者服务提供者责任的，人民法院应予支持。

电子商务平台经营者虽非实际开展自营业务，但其所作标识等足以误导消费者使消费者相信系电子商务平台经营者自营，消费者主张电子商务平台经营者承担商品销售者或者服务提供者责任的，人民法院应予支持。

第五条 平台内经营者出售商品或者提供服务过程中，其工作人员引导消费者通过交易平台提供的支付方式以外的方式进行支付，消费者主张平台内经营者承担商品销售者或者服务提供者责任，平台内经营者以未经过交易平台支付为由抗辩的，人民法院不予支持。

第六条 注册网络经营账号开设网络店铺的平台内经营者，通过协议等方式将网络账号及店铺转让给其他经营者，但未依法进行相关经营主体信息变更公示，实际经营者的经营活动给消费者造成损害，消费者主张注册经营者、实际经营者承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

第七条 消费者在二手商品网络交易平台购买商品受到损害，人民法院综合销售者出售商品的性质、来源、数量、价格、频率、是否有其他销售渠道、收入等情况，能够认定销售者系从事商业经营活动，消费者主张销售者依据消费者权益保护法承担经营者责任的，人民法院应予支持。

第八条 电子商务经营者在促销活动中提供的奖品、赠品或者消费者换购的商品给消费者造成损害，消费者主张电子商务经营者承担赔偿责任，电子商务经



营者以奖品、赠品属于免费提供或者商品属于换购为由主张免责的，人民法院不予支持。

第九条 电子商务经营者与他人签订的以虚构交易、虚构点击量、编造用户评价等方式进行虚假宣传的合同，人民法院应当依法认定无效。

第十条 平台内经营者销售商品或者提供服务损害消费者合法权益，其向消费者承诺的赔偿标准高于相关法定赔偿标准，消费者主张平台内经营者按照承诺赔偿的，人民法院应依法予以支持。

第十一条 平台内经营者开设网络直播间销售商品，其工作人员在网络直播中因虚假宣传等给消费者造成损害，消费者主张平台内经营者承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

第十二条 消费者因在网络直播间点击购买商品合法权益受到损害，直播间运营者不能证明已经以足以使消费者辨别的方式标明其并非销售者并标明实际销售者的，消费者主张直播间运营者承担商品销售者责任的，人民法院应予支持。

直播间运营者能够证明已经尽到前款所列标明义务的，人民法院应当综合交易外观、直播间运营者与经营者的约定、与经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定。

第十三条 网络直播营销平台经营者通过网络直播方式开展自营业务销售商品，消费者主张其承担商品销售者责任的，人民法院应予支持。

第十四条 网络直播间销售商品损害消费者合法权益，网络直播营销平台经营者不能提供直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者依据消费者权益保护法第四十四条规定向网络直播营销平台经营者请求赔偿的，人民法院应予支持。网络直播营销平台经营者承担责任后，向直播间运营者追偿的，人民法院应予支持。

第十五条 网络直播营销平台经营者对依法需取得食品经营许可的网络直播间的食品经营资质未尽到法定审核义务，使消费者的合法权益受到损害，消费者依据食品安全法第一百三十一条等规定主张网络直播营销平台经营者与直播间运营者承担连带责任的，人民法院应予支持。



第十六条 网络直播营销平台经营者知道或者应当知道网络直播间销售的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施，消费者依据电子商务法第三十八条等规定主张网络直播营销平台经营者与直播间运营者承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十七条 直播间运营者知道或者应当知道经营者提供的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，仍为其推广，给消费者造成损害，消费者依据民法典第一千一百六十八条等规定主张直播间运营者与提供该商品的经营者承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十八条 网络餐饮服务平台经营者违反食品安全法第六十二条和第一百三十一条规定，未对入网餐饮服务提供者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务，使消费者的合法权益受到损害，消费者主张网络餐饮服务平台经营者与入网餐饮服务提供者承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十九条 入网餐饮服务提供者所经营食品损害消费者合法权益，消费者主张入网餐饮服务提供者承担经营者责任，入网餐饮服务提供者以订单系委托他人加工制作为由抗辩的，人民法院不予支持。

第二十条 本规定自 2022 年 3 月 15 日起施行。

来源：最高人民法院

日期：3 月 22 日

4、国家互联网信息办公室关于《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》再次公开征求意见的通知

http://www.cac.gov.cn/2022-03/14/c_1648865100662480.htm

为了营造健康、文明、有序的网络环境，保护未成年人身心健康，保障未成年人在网络空间的合法权益，按照有关立法规划计划安排，前期国家互联网信息办公室起草了《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》并公开征求意见。此后，



国家互联网信息办公室会同司法部根据新修订制定的《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律和社会公众反馈意见，对《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》进行了修改完善。为深入推进科学立法、民主立法、依法立法，提高立法质量，现再次公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见：

1. 通过电子邮件将意见发送至：law@cac.gov.cn。

2. 通过信函将意见寄至：北京市西城区车公庄大街11号国家互联网信息办公室网络法治局，邮编：100044，请在信封上注明“未成年人网络保护条例征求意见稿”字样。

意见反馈截止日期为2022年4月13日。

国家互联网信息办公室

2022年3月14日

附：

未成年人网络保护条例（征求意见稿）

第一章 总则

第一条 为了营造健康、文明、有序的网络环境，保护未成年人身心健康，保障未成年人在网络空间的合法权益，根据《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律，制定本条例。

第二条 未成年人网络保护工作应当坚持最有利于未成年人的原则，以社会主义核心价值观为引领，适应未成年人身心健康发展和网络空间的规律和特点，实行社会共治。

第三条 国家网信部门负责统筹协调未成年人网络保护工作，并依据职责做好相关未成年人网络保护工作。

国家新闻出版部门和国务院教育、电信、公安、民政、文化和旅游、卫生健康、市场监督管理、广播电视等有关部门依据各自职责做好相关未成年人网络保护工作。



县级以上地方有关部门依据各自职责做好相关未成年人网络保护工作。

第四条 共产主义青年团、妇女联合会、工会、残疾人联合会、关心下一代工作委员会、青年联合会、学生联合会、少年先锋队以及其他人民团体、有关社会组织、基层群众性自治组织，应当协助有关部门做好未成年人网络保护工作，维护未成年人在网络空间的合法权益。

第五条 家庭、学校和其他教育机构应当教育引导未成年人参加有益身心健康的活动，科学、文明、安全、合理使用网络，预防和干预未成年人沉迷网络。

第六条 网络产品和服务提供者、个人信息处理者、智能终端产品制造者和销售者应当遵守法律法规规章，尊重社会公德，遵守商业道德，诚实信用，履行未成年人网络保护义务，承担社会责任。

第七条 网络产品和服务提供者、个人信息处理者、智能终端产品制造者和销售者应当接受政府和社会的监督，配合有关部门依法实施涉及未成年人网络保护工作的监督检查，建立便捷、合理、有效的投诉、举报渠道，通过显著方式公布投诉、举报途径和方法，及时受理并处理公众投诉、举报。

第八条 任何组织和个人发现违反本条例规定的，可以向网信、新闻出版、教育、电信、公安、民政、文化和旅游、卫生健康、市场监督管理、广播电视等有关部门投诉、举报。收到投诉、举报的部门应当及时依法作出处理；不属于本部门职责的，应当及时移送有权处理的部门。

第九条 网络相关行业组织应当加强行业自律，制定未成年人网络保护相关行业规范，指导会员履行未成年人网络保护义务，加强对未成年人的网络保护。

第十条 新闻媒体应当通过新闻报道、专题栏目（节目）、公益广告等方式，开展未成年人网络保护法律制度、政策措施和有关知识的宣传，对侵犯未成年人网络权益的行为进行舆论监督，引导全社会共同参与未成年人网络保护。

第十一条 国家鼓励和支持在未成年人网络保护领域加强科学研究和人才培养，开展国际交流与合作。

第十二条 对在未成年人网络保护工作中作出突出贡献的组织和个人，按照国家有关规定给予表彰和奖励。



第二章 网络素养培育

第十三条 国务院教育行政部门应当将网络素养教育纳入学校素质教育内容，并会同国家网信部门制定未成年人网络素养测评指标。

教育行政部门应当指导、支持学校开展未成年人网络素养教育，围绕网络道德意识和行为准则、网络法治观念和行为规范、网络使用能力建设、人身财产安全保护等，培育未成年人网络安全意识、文明素养、行为习惯和防护技能。

第十四条 县级以上人民政府应当科学规划、合理布局，加强提供公益性上网服务的公共文化设施建设，改善未成年人上网条件，促进公益性上网服务均衡发展。

县级以上地方人民政府应当通过为中小学校配备具备相应专业能力的指导教师或者政府购买服务等方式，为学生提供优质的网络素养教育课程。

第十五条 学校、社区、图书馆、文化馆、青少年宫等场所为未成年人提供互联网上网服务设施，应当通过安排专业人员和招募志愿者、教师、家长参与等方式，以及安装未成年人网络保护软件或者采取其他安全保护技术措施，为未成年人提供上网指导和安全、健康的上网环境。

第十六条 学校应当将科学、文明、安全、合理使用网络等内容纳入教育教学活动，并合理使用网络开展教学活动，建立健全学生在校期间上网的管理制度，对学生进行网络素养教育，依法规范管理未成年学生带入学校的智能终端产品，帮助学生养成良好上网习惯，培养学生网络安全意识，增强学生对网络信息的获取和分析判断能力。

第十七条 未成年人的监护人应当主动学习网络知识，提高自身网络素养，规范自身使用网络的行为，加强对未成年人使用网络行为的教育、示范、引导和监督。

第十八条 国家鼓励和支持专门以未成年人为服务对象、适应未成年人身心健康发展规律和特点的上网保护软件、智能终端产品和青少年模式、未成年人专区等网络技术、产品、服务的研发、生产和使用，鼓励加强网络无障碍环境建设和改造，促进未成年人开阔眼界、提高素质、陶冶情操、愉悦身心。



第十九条 未成年人上网保护软件、专门供未成年人使用的智能终端产品应当具有有效识别违法信息和可能影响未成年人身心健康的信息、保护未成年人个人信息权益、预防未成年人沉迷网络、便于监护人履行监护职责等功能。

国家网信部门会同国务院有关部门根据未成年人网络保护工作的需要，明确未成年人上网保护软件、专门供未成年人使用的智能终端产品的相关技术标准或者要求，指导相关行业组织对未成年人上网保护软件、专门供未成年人使用的智能终端产品的使用效果进行评估，并向社会公布评估结果。

智能终端产品制造者应当在产品出厂前安装未成年人上网保护软件，或者采用显著方式告知用户安装渠道和方法。智能终端产品销售者在产品销售前应当采用显著方式告知用户安装未成年人上网保护软件的情况以及安装渠道和方法。

未成年人的监护人应当合理使用并指导未成年人使用上网保护软件、智能终端产品等，创造良好的网络使用家庭环境。

第二十条 未成年人用户数量巨大、在未成年人群体具有显著影响力的重要互联网平台服务提供者，应当履行下列义务：

（一）在互联网平台服务的设计、研发、运营等阶段，充分考虑未成年人身心健康发展特点，定期开展未成年人网络保护影响评估；

（二）提供青少年模式或者未成年人专区等，便利未成年人获取有益身心健康的平台内产品或者服务；

（三）按照国家规定建立健全未成年人网络保护合规制度体系，成立主要由外部成员组成的独立机构，对未成年人网络保护情况进行监督；

（四）遵循公开、公平、公正的原则，制定专门的平台规则，明确平台内产品或者服务提供者未成年人网络保护的义务，并以显著方式提示未成年人用户依法享有的网络保护权利和遭受网络侵害的救济途径；

（五）对严重违反法律、行政法规侵害未成年人身心健康或者侵犯未成年人其他合法权益的平台内的产品或者服务提供者，停止提供服务；

（六）每年发布专门的未成年人网络保护社会责任报告，并通过公众评议等方式接受社会监督。



第三章 网络信息内容规范

第二十一条 国家鼓励和支持弘扬社会主义核心价值观和中华优秀传统文化、培养未成年人家国情怀和良好品德、增强创新意识和能力、养成良好生活习惯和行为习惯、提高安全意识和技能等网络信息的制作、复制、发布、传播，营造有利于未成年人健康成长的清朗网络空间和良好网络生态

第二十二条 禁止利用网络制作、复制、发布、传播含有危害未成年人身心健康内容的信息。

禁止向未成年人发送含有危害或者可能影响未成年人身心健康内容的信息。

第二十三条 禁止制作、复制、发布、传播或者持有有关未成年人的淫秽色情网络信息。

禁止诱骗、强迫未成年人制作、复制、发布、传播可能暴露其个人隐私的文字、图片、音视频，不得诱骗、强迫未成年人观看淫秽色情网络信息。

第二十四条 网络产品和服务中含有可能引发或者诱导未成年人模仿不安全行为、实施违反社会公德行为、产生不良情绪、养成不良嗜好等可能影响未成年人身心健康的信息的，制作、复制、发布、传播该信息的组织和个人应当在信息展示前予以显著提示。

第二十五条 国家网信部门会同国家新闻出版、电影部门和国务院教育、电信、公安、文化和旅游、广播电视等部门，在本条例第二十四条规定基础上确定可能影响未成年人身心健康的信息的具体种类、范围、判断标准和提示办法。

第二十六条 任何组织和个人不得在专门以未成年人为服务对象的网络产品和服务中制作、复制、发布、传播本条例第二十四条规定的可能影响未成年人身心健康的信息。

网络产品和服务提供者不得在首页首屏弹窗热搜等处于产品或者服务醒目位置、易引起用户关注的重点环节呈现本条例第二十四条规定的可能影响未成年人身心健康的信息。

第二十七条 任何组织和个人不得通过网络以文字、图片、音视频等形式，对未成年人实施侮辱、诽谤、威胁或者恶意损害形象等网络欺凌行为。



网络产品和服务提供者应当设置便利未成年人及其监护人保全遭受网络欺凌证据、行使通知权利的功能、渠道。遭受网络欺凌的未成年人及其监护人有权通知网络产品和服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接、限制账号功能、关闭账号等必要措施。网络产品和服务提供者接到通知后,应当及时采取必要措施予以制止,防止信息扩散。

第二十八条 任何组织和个人不得利用网络组织、胁迫、引诱、教唆、欺骗、帮助未成年人实施不良行为、严重不良行为或者违法犯罪行为。

第二十九条 以未成年人为服务对象的在线教育网络产品和服务,应当符合不同年龄阶段未成年人身心发展特点和认知能力。

以未成年人为服务对象的在线教育网络产品和服务提供者应当遵守教育行政部门会同有关部门制定的机构设置、人员资质、收费监管等相关标准和制度,按照规定合理设置时段、时长和内容,不得插入网络游戏链接,不得推送广告等与教学无关的信息。

第三十条 网络产品和服务提供者应当加强对用户发布信息的管理,采取有效措施防止违反本条例第二十二条、第二十三条、第二十六条、第二十七条第一款、第二十八条、第二十九条第二款规定的信息的制作、复制、发布、传播,发现违反本条例上述条款规定的信息的,应当立即停止传输相关信息,采取删除、屏蔽、断开链接等处置措施,防止信息扩散,保存有关记录,并向网信、公安等部门报告。

网络产品和服务提供者发现用户发布本条例第二十四条规定的可能影响未成年人身心健康的信息未予显著提示的,应当作出提示或者通知用户予以提示;未作出提示的,不得传输该信息。

第三十一条 新闻媒体应当客观、审慎和适度采访报道涉及未成年人事件,不得通过网络宣扬体罚未成年人、侮辱未成年人人格尊严和未成年人违法犯罪等行为,不得通过网络披露未成年人违法犯罪和欺凌事件当事人的姓名、住所、照片以及其他可能识别出未成年人真实身份的信息。



第三十二条 国家网信、新闻出版部门和国务院有关部门发现违反本条例第二十二条、第二十三条、第二十六条、第二十七条第一款、第二十八条、第二十九条第二款规定的信息的，发现本条例第二十四条规定的信息未予以显著提示的，应当要求网络产品和服务提供者停止传输，依法采取删除、屏蔽、断开链接等处置措施，保存有关记录；对来源于境外的上述信息，应当通知有关机构采取技术措施和其他必要措施阻断传播。

第四章 个人信息保护

第三十三条 网络服务提供者是为未成年人提供信息发布、即时通讯等服务，应当在确认提供服务时，要求未成年人或者其监护人提供未成年人真实身份信息。未成年人或者其监护人不提供未成年人真实身份信息的，网络服务提供者不得为未成年人提供相关服务。

网络直播服务提供者不得为未满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务；为十六周岁以上的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务的，应当对其身份信息进行认证，并经其监护人同意。

网络直播服务提供者应当建立网络直播发布者真实身份信息动态核验机制，对于不符合前款规定的，不得为其提供直播发布服务。

第三十四条 个人信息处理者通过网络处理未成年人个人信息的，应当遵循合法、正当、必要和诚信的原则，公开专门的处理规则，明示处理的目的、方式和范围，依法告知法律、行政法规规定的相关事项。

第三十五条 个人信息处理者基于个人同意处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的监护人同意。

未成年人个人信息的处理目的、处理方式和处理的个人信息种类发生变更的，个人信息处理者应当依法重新取得同意。

第三十六条 个人信息处理者应当严格遵守必要个人信息范围的有关规定，不得以任何理由强制要求未成年人或者其监护人同意非必要的个人信息处理行为，不得因为未成年人或者其监护人不同意处理其非必要个人信息或者撤回同意，拒绝未成年人使用其基本功能服务。



第三十七条 个人信息处理者处理未成年人敏感个人信息的，应当具有特定的目的和充分的必要性，采取严格保护措施；在事前进行个人信息保护影响评估并对处理情况进行记录；依法告知处理敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响并取得单独同意。

前款规定的个人信息保护影响评估报告和处理情况记录应当至少保存三年。

第三十八条 个人信息处理者原则上不得向他人提供其处理的未成年人个人信息，确有必要向他人提供的，应当事前进行个人信息保护影响评估，依法向未成年人或者其监护人告知接收方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式和个人信息的种类，并取得单独同意。接收方应当在上述处理目的、处理方式和个人信息的种类等范围内处理未成年人个人信息。接收方变更原先的处理目的、处理方式的，应当依法重新取得同意。

第三十九条 未成年人的监护人应当正确履行监护职责，教育引导未成年人增强个人信息保护意识和能力，指导未成年人行使其在个人信息处理活动中的各项权利，保护未成年人个人信息权益。

第四十条 对于未成年人或者其监护人依法提出的查阅、复制、转移、更正、补充或者删除未成年人个人信息的请求，个人信息处理者应当依法及时处理。

第四十一条 发生或者可能发生未成年人个人信息泄露、篡改、丢失的，个人信息处理者应当立即启动个人信息安全事件应急预案，采取补救措施，按照规定及时向网信部门和有关部门报告，并将事件情况以邮件、信函、电话、推送通知等方式告知受影响的未成年人及其监护人，难以逐一告知的，应当采取合理、有效的方式及时发布相关警示信息。

第四十二条 个人信息处理者对其工作人员应当以最小授权为原则，严格设定信息访问权限，控制未成年人个人信息知悉范围。工作人员访问未成年人个人信息的，应当经过相关负责人或者其授权的管理人员审批，记录访问情况，并采取技术措施，避免违法处理未成年人个人信息。



第四十三条 网络服务提供者发现未成年人私密信息或者未成年人通过网络发布的个人信息中涉及私密信息的,应当及时提示,并采取停止传输等必要保护措施,防止信息扩散。

第四十四条 个人信息处理者应当自行或者委托专业机构每年对其处理未成年人个人信息遵守法律、行政法规和国家有关规定的情况进行合规审计。

第四十五条 网信部门和有关部门及其工作人员对在履行职责中知悉的未成年人个人信息应当严格保密,不得泄露或者非法向他人提供。

第五章 网络沉迷防治

第四十六条 对未成年人沉迷网络进行预防和干预,应当遵守法律、行政法规和国家有关规定。严禁任何组织和个人以侵害未成年人身心健康的方式干预未成年人沉迷网络、侵犯未成年人合法权益。

卫生健康、教育、市场监督管理等部门依据各自职责对从事未成年人沉迷网络预防和干预活动的机构实施监督管理。

第四十七条 学校应当加强对教师的指导和培训,提高教师对未成年学生沉迷网络的早期识别和干预能力。对于有沉迷网络倾向的未成年学生,学校应当及时告知其监护人,共同对未成年学生进行教育和引导,帮助其恢复正常的学习生活。

第四十八条 未成年人的监护人应当监督未成年人安全合理使用网络,关注未成年人上网情况以及相关生理状况、心理状况、行为习惯,防范未成年人接触危害或者可能影响其身心健康的网络信息,合理安排未成年人使用网络的时间,预防和干预未成年人沉迷网络。

第四十九条 网络产品和服务提供者应当建立健全防沉迷制度,不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务,及时修改可能造成未成年人沉迷的内容、功能或者规则,并定期向社会公布防沉迷工作情况。

第五十条 网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置青少年模式,在使用时段、时长、功能和内容等方面按照国家有关规定和标准提供服务,并为监护人履行监护职责提供时间管理、权限管理、消费管理等功能。



第五十一条 网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当采取措施，合理限制未成年人在使用网络产品和服务中的单次消费数额和单日累计消费数额，不得向未成年人提供与其民事行为能力不符的付费服务。

第五十二条 网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当采取措施，防范和抵制流量至上等不良价值倾向，不得设置以应援集资、投票打榜、刷量控评等为主题的社区、群组，不得诱导未成年人参与应援集资、投票打榜、刷量控评等网络活动，并预防和制止其用户诱导未成年人实施上述行为。

第五十三条 网络游戏服务提供者应当要求未成年人用户提供真实身份信息进行注册和登录使用，并通过国家建立的统一未成年人网络游戏电子身份认证系统等必要手段验证其真实身份信息。未成年人用户不提供真实身份信息进行注册和登录使用的，网络游戏服务提供者不得为其提供服务；已经为其提供服务的，应当立即终止服务、注销账号。

第五十四条 网络游戏服务提供者应当建立、完善预防未成年人沉迷网络游戏的游戏规则，避免未成年人接触可能影响其身心健康的游戏内容或者游戏功能。

网络游戏服务提供者应当落实适龄提示标准规范，根据不同年龄阶段未成年人身心发展特点，通过评估游戏产品的类型、内容与功能等要素，对游戏产品进行分类，明确游戏产品所适合的未成年人用户年龄阶段，并在用户下载、注册、登录界面等位置显著提示。

第五十五条 国家新闻出版、网信部门和国务院教育、文化和旅游、卫生健康等部门应当定期开展预防未成年人沉迷网络的宣传教育，监督检查网络产品和服务提供者履行预防未成年人沉迷网络的义务，指导家庭、学校、社会组织互相配合，采取科学、合理的方式对未成年人沉迷网络进行预防和干预。

国家新闻出版部门牵头组织开展未成年人沉迷网络游戏防治工作，会同有关部门制定关于向未成年人提供网络游戏服务的时段、时长、消费上限等管理规定。

第五十六条 卫生健康、教育等部门依据各自职责依托有关医疗卫生机构、高等学校等，开展未成年人沉迷网络所致精神障碍和心理行为问题的基础研究和筛查评估、诊断、预防、干预等应用研究。



第六章 法律责任

第五十七条 地方各级人民政府和县级以上有关部门违反本条例规定，不履行未成年人网络保护职责的，由其上级机关责令改正；拒不改正或者情节严重的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。

第五十八条 学校、社区、图书馆、文化馆、青少年宫等违反本条例规定，不履行未成年人网络保护职责的，由县级以上教育、民政、文化和旅游等部门依据各自职责责令改正；拒不改正或者情节严重的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。

第五十九条 未成年人的监护人不履行本条例规定的监护职责或者侵犯未成年人合法权益的，由未成年人居住地的居民委员会、村民委员会、妇女联合会，监护人所在单位，中小学校、幼儿园等有关密切接触未成年人的单位依法予以批评教育、劝诫制止、督促其接受家庭教育指导等。

第六十条 违反本条例第七条规定的，由县级以上网信、新闻出版、教育、电信、公安、民政、文化和旅游、市场监督管理、广播电视等部门依据各自职责责令改正；拒不改正或者情节严重的，处5万元以上50万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员，处1万元以上10万元以下罚款。

第六十一条 违反本条例第十九条第三款、第二十二条、第二十四条、第二十六条规定的，由县级以上网信、新闻出版、电信、公安、民政、文化和旅游、市场监督管理、广播电视等部门依据各自职责责令限期改正，给予警告，没收违法所得，可以并处10万元以下罚款；拒不改正或者情节严重的，责令暂停相关业务、停产停业或者吊销营业执照、吊销相关许可证，违法所得100万元以上的，并处违法所得1倍以上10倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足100万元的，并处10万元以上100万元以下罚款。

第六十二条 违反本条例第二十条、第三十四条至第三十八条、第四十条至第四十四条规定的，由县级以上网信等部门依据各自职责责令改正，给予警告，没收违法所得；拒不改正的，并处100万元以下罚款；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处1万元以上10万元以下罚款。



有前款规定的违法行为，情节严重的，由省级以上网信部门和有关部门责令改正，没收违法所得，并处 5000 万元以下或者上一年度营业额百分之五以下罚款，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、通报有关部门依法吊销相关业务许可或者吊销营业执照；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处 10 万元以上 100 万元以下罚款，并可以决定禁止其在一定期限内担任相关企业的董事、监事、高级管理人员和未成年人保护负责人。

第六十三条 违反本条例第二十七条、第二十九条第二款、第三十条、第三十三条、第四十九条至第五十四条规定的，由公安、网信、电信、新闻出版、广播电视、文化和旅游等有关部门依据各自职责责令改正，给予警告，没收违法所得，违法所得 100 万元以上的，并处违法所得 1 倍以上 10 倍以下罚款，没有违法所得的或者违法所得不足 100 万元的，并处 10 万元以上 100 万元以下罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处 1 万元以上 10 万元以下罚款；拒不改正或者情节严重的，并可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销营业执照或者吊销相关许可证。

第六十四条 网络产品和服务提供者违反本条例规定，受到关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照处罚的，5 年内不得重新申请相关许可，其直接负责的主管人员和其他直接责任人员 5 年内不得从事同类网络产品和服务业务。

第六十五条 违反本条例规定，侵犯未成年人合法权益，给未成年人造成损害的，依法承担民事责任；构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附则

第六十六条 本条例所称智能终端产品，是指可以接入网络、具有操作系统、能够由用户自行安装应用软件的手机、计算机等网络终端产品。

第六十七条 本条例自 年 月 日起施行。

关于《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》的说明

一、立法必要性



近年来，随着互联网的普及应用，特别是移动互联网迅速发展，越来越多的未成年人开始接触和使用互联网。据统计，2020年我国未成年网民规模已达1.83亿，未成年人的互联网普及率达到94.9%，明显高于同期全国人口70.4%的互联网普及率。互联网在拓展未成年人学习、生活空间的同时，也带来了一些问题，如未成年人安全合理使用网络的意识和能力不强、网上违法和不良信息影响未成年人身心健康、未成年人个人信息被滥采滥用、一些未成年人沉迷网络等，亟待通过立法加以解决。

习近平总书记指出，我们要本着对社会负责、对人民负责的态度，依法加强网络空间治理，加强网络内容建设，为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。党中央、国务院高度重视未成年人网络保护工作，有关文件多次提出要制定未成年人网络保护条例，国务院也多次将制定未成年人网络保护条例列入立法工作计划。

二、起草过程

根据党和国家关于未成年人网络保护和网信事业发展的决策部署，按照有关立法规划计划安排，国家互联网信息办公室会同司法部起草了《未成年人网络保护条例（征求意见稿）》。在此期间，国家互联网信息办公室、司法部先后向社会公开征求意见，多次大范围征求中央有关单位、部分地方政府和有关企业、行业协会和专家的意见，多次召开会议听取有关部门、企业、学校、家长和专家学者的意见；赴地方进行实地调研；根据未成年人保护法、预防未成年人犯罪法、个人信息保护法、家庭教育促进法等相关法律制定修订进展，反复研究完善，形成了目前的征求意见稿。

三、主要内容

征求意见稿共七章六十七条，主要包括：

（一）关于加强未成年人网络素养培育

针对一些未成年人网络素养需要提高，科学、文明、安全、合理使用网络能力不强的问题，征求意见稿规定：一是将网络素养教育纳入学校素质教育内容，制定未成年人网络素养测评指标（第十三条）。二是改善未成年人上网条件，通



过配备指导教师或者政府购买服务等方式提供优质的网络素养教育课程（第十四条）。三是明确为未成年人提供互联网上网服务设施的有关场所应当履行的未成年人网络保护义务，以及未成年人上网保护软件、专门供未成年人使用的智能终端产品应当具有的功能（第十五条、第十九条）。四是强化学校、监护人的网络素养教育责任，建立健全学生在校上网管理制度，加强监护人对未成年人使用网络行为的引导和监督（第十六条、第十七条）。五是鼓励和支持专门以未成年人为服务对象、适应未成年人身心健康发展规律和特点的网络技术、产品和服务的研发、生产和使用（第十八条）。六是强化重要互联网平台服务提供者在未成年人网络保护中的责任，并设置专门义务（第二十条）。

（二）关于加强网络信息内容规范

针对网上违法和不良信息影响未成年人身心健康、网络欺凌事件屡有发生、不法分子利用网络诱导未成年人违法犯罪等问题，征求意见稿规定：一是鼓励和支持有利于未成年人健康成长的网络信息的制作、复制、发布、传播（第二十一条）。二是加强对信息内容的管理，对含有危害未成年人身心健康内容和可能影响未成年人身心健康的信息作出相应规范，明确网络产品和服务提供者发现相关信息的处置措施和报告义务（第二十二条至第二十四条、第二十六条、第三十条）。三是禁止对未成年人实施网络欺凌行为，保障未成年人及其监护人行使通知权利（第二十七条）。四是禁止利用网络组织、胁迫、引诱、教唆、欺骗和帮助未成年人实施不良行为、严重不良行为或者违法犯罪行为（第二十八条）。五是要求以未成年人为服务对象的在线教育网络产品和服务符合未成年人的身心发展特点和认知能力（第二十九条）。六是明确新闻媒体的未成年人保护义务，要求客观、审慎和适度采访报道涉及未成年人事件（第三十一条）。

（三）关于加强未成年人个人信息保护

针对未成年人个人信息被滥采滥用、保护不充分等问题，征求意见稿明确：一是明确网络服务提供者收集未成年人真实身份信息相关要求（第三十三条）。二是规定个人信息处理者处理未成年人个人信息的基本原则、知情同意、告知规则和提供规则（第三十四条至第三十六条、第三十八条）。三是规定个人信息处



理者处理未成年人敏感个人信息需要履行的特殊义务（第三十七条）。四是明确监护人在未成年人个人信息保护中的监护职责（第三十九条）。五是明确个人信息处理者的配合义务、安全事件应急处置要求、未成年人个人信息访问权限限制和个人信息合规审计要求（第四十条至第四十二条、第四十四条）。六是强化对未成年人私密信息的保护。（第四十三条）。

（四）关于加强未成年人网络沉迷防治

针对一些未成年人沉迷于网络游戏、网络直播、网络音视频等网络产品和服务、未成年人非理性网络消费、参与“饭圈”乱象、“网瘾矫治机构”侵害未成年人身心健康等问题，征求意见稿规定：一是严禁以侵害未成年人身心健康的方式干预未成年人网络沉迷（第四十六条）。二是加强学校、监护人对未成年人沉迷网络的预防和干预，提高教师对未成年人沉迷网络的早期识别和干预能力，加强监护人对未成年人安全合理使用网络的监督（第四十七条、第四十八条）。三是明确平台责任义务，要求相关主体建立健全防沉迷制度，合理限制未成年人消费行为，采取措施防范和抵制流量至上等不良价值倾向（第四十九条至第五十二条）。四是完善网络游戏实名制规定，建立预防未成年人沉迷网络游戏的游戏规则，对游戏产品进行分类并予以适龄提示（第五十三条、第五十四条）。五是明确国家有关部门在未成年人网络沉迷防治工作方面的职责（第五十五条、第五十六条）。

此外，征求意见稿还对有关违法行为规定了相应的法律责任（第六章）。

来源：中国网信网

日期：2022年3月14日

5、关于对“数据基础制度观点”征集意见的公告

https://hd.ndrc.gov.cn/yjzx/yjzx_add.jsp?SiteId=378

自开展“我为数据基础制度建言献策活动”以来，我们陆续收到众多来自全国各地科研院所、企业单位、社会团体和公众的意见建议，为构建数据基础制度提供了有力支撑，在此表示衷心感谢！



结合社会各界提出的意见建议，我们梳理汇总了关于构建数据基础制度的总体思路、数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等制度规则方面的若干观点（见附件），真诚希望社会各界踊跃提出意见建议，我们将在下一步政策制定中认真研究，积极吸纳。感谢对构建数据基础制度相关工作的关心和支持！

截止时间：2022年4月5日。

国家发展改革委创新和高技术发展司

2022年3月21日

附：

数据基础制度若干观点

一、关于总体思路

（一）建议以充分实现数据要素价值、推动数字经济发展、促进全体人民共享数据发展红利为根本目的，以优化数据要素布局结构、保障各社会主体平等使用数据、促进数据合规高效流通使用为主线构建数据基础制度。

（二）建议以赋能实体经济为重点，以改善数据要素市场发展环境、提升安全保障能力为支撑，破除阻碍数据要素供给、流通、使用的体制机制障碍，对接和引领国际高标准数字规则。

二、关于数据产权制度

（三）建议探索建立现代数据产权制度，推动数据持有权、使用权等相关权利有序分离与流通，满足数据流通使用需求。

（四）建议承认和保护数据要素各参与方的合法权益，合理界定数据要素市场各参与方的权利和义务。

（五）建议充分保护数据来源者合法权益，数据处理者持有、使用、许可他人使用数据，需获得数据来源者同意或存在法定事由，确保数据来源者享有获取或转移由其促成所产生数据的权利。

（六）建议数据处理者依法持有的数据可进行自主管理，防止干扰或侵犯数据处理者合法权利的行为。



（七）建议尊重数据采集、加工等数据处理者劳动付出，承认和保护依照法律规定或合同约定获取的数据相关权利，充分保障数据处理者使用数据和获得收益的权利。

（八）建议推进公共数据、个人数据、企业数据分类分级授权使用，强化高质量数据要素供给。

（九）建议对于各级政府部门、事业单位行政履职和企业经营中产生的公共数据，推动各地区、各部门明确管理部门，代表本地区、本行业统一行使公共数据开放和授权使用职责。

（十）建议对于各类市场主体在生产经营活动中采集加工的不涉及个人信息和公共利益的企业数据，推动由市场主体享有数据持有、支配和收益的权利，确保投入的劳动等要素资源获得合理回报。

（十一）建议对于承载个人信息的数据，鼓励数据处理者按个人授权范围采集、持有和使用数据。

三、关于数据要素流通交易制度

（十二）建议进一步完善和规范数据流通规则，构建在使用中流通、场内场外相结合的交易制度体系。

（十三）建议规范引导场外交易，培育壮大场内交易，有序发展跨境交易，建立数据来源可确认、使用范围可界定、流通过程可追溯、安全风险可防范的数据可信流通体系。

（十四）建议建立数据流通准入原则，企业要具有严格的数据全流程合规体系，确保流通数据来源合法、隐私保护到位、流通和交易规范。

（十五）建议支持数据处理者依法依规采取开放、共享、交换、交易等场外和场内方式流通数据，引导大型央企国企、大型互联网企业将具有公共属性的数据要素开放至数据交易市场。

（十六）建议强化数据交易市场体系顶层设计，明确数据交易所资质审批机构，强化其公共属性和公益定位。



(十七) 建议引导多种类型的数据交易所共同发展，推进交易所与数据服务商功能分离，突出交易所合规监管和基础服务功能，鼓励各类数据服务商进场交易，推动区域性、行业性数据流通使用。

(十八) 建议构建集约高效的数据流通基础设施，为场内集中交易和场外分散交易提供低成本、高效率、可信赖的流通环境。

(十九) 建议围绕数据要素流通交易需要，培育一批数据服务商和第三方专业服务机构，壮大数据产业。

(二十) 建议开展数据交互、业务互通、监管互认、服务共享等方面国际交流合作，推进数字贸易基础设施建设，积极参与数据流动、数据安全、数字货币、数字经济税收等国际规则和数字技术标准制定。

四、关于数据要素收益分配制度

(二十一) 建议顺应数字化发展趋势，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，扩大数据要素市场化配置范围和按价值贡献参与分配渠道，完善数据要素收益的再分配调节机制，让全体人民更好共享数字经济发展成果。

(二十二) 建议推动数据生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬，按照“谁投入、谁贡献、谁受益”的原则，着重保护数据要素各参与方的劳动收益，促进劳动者的贡献和劳动报酬相匹配，强化基于数据价值创造的激励导向。

(二十三) 建议建立健全公共数据资源开放收益合理分享机制，推动收益主要用于公共服务支出。

(二十四) 建议允许并鼓励各类企业依托公共数据开发提供公益服务。引导大型数据企业承担社会责任，强化对受数字经济冲击弱势群体的保障帮扶。

四、关于数据要素安全治理制度

(二十五) 建议构建有效市场和有为政府相结合的数据要素治理格局，构建政府、企业、社会多方协同治理模式。

(二十六) 建议充分发挥政府有序引导和规范发展的作用，守住安全底线，明确监管红线，打造安全可信、包容创新、公平开放的数据要素市场环境。



（二十七）建议坚持“宽进严管”原则，明确企业主体责任和义务，牢固树立企业的责任意识和自律意识。

（二十八）建议鼓励行业协会等社会组织积极参与数据要素市场建设，建立数据要素流通使用全过程的合规公证、安全审计、算法审查、监测预警机制，促进不同场景下数据要素安全可信流通。

来源：国家发展改革委创新和高技术发展司

日期：2022年3月21日

6、关于征求《陕西省网络食品交易平台备案管理办法（征求意见稿）》意见的通告

http://snamr.shaanxi.gov.cn/yjzj_contents.jsp?urltype=news.NewsContentUrl&wbtreeid=1253&wbnewsid=13741

根据《网络食品安全违法行为查处办法》《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》《网络交易监督管理办法》有关规定，为进一步规范我省网络食品交易平台备案管理工作，陕西省市场监督管理局起草了《陕西省网络食品交易平台备案管理办法（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。有关单位和个人请于2022年3月22日前，通过邮件形式将意见反馈至陕西省市场监督管理局食品经营处。

联系人：陈珣 联系电话（传真）：029-86138293

邮递地址：西安市二环北路东段739号

电子邮箱：1216338071@qq.com

陕西省市场监督管理局

2022年3月4日

附：

陕西省网络食品交易平台备案管理办法（征求意见稿）

第一条 为进一步规范本省网络食品交易平台（包括网络食品销售、网络餐饮服务，下同）备案管理工作，根据《中华人民共和国食品安全法》、《网络食品安全违法行为查处办法》（原国家食品药品监督管理总局令第27号）、《网络餐



《餐饮服务食品安全监督管理办法》（原国家食品药品监督管理总局令第36号）、《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第37号）等法律法规和规章，结合我省实际，制定本办法。

第二条 陕西省内网络食品交易第三方平台提供者及通过自建网站进行交易的食品经营者的备案管理，适用本办法。

本办法所称网络食品交易第三方平台提供者，是指在入网食品交易活动中为交易双方或者多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

第三条 陕西省市场监督管理局负责统筹本省网络食品交易平台备案管理，开展网络食品交易第三方平台的备案工作，指导市级市场监督管理部门做好通过自建网站进行交易的食品经营者的备案管理工作。

市级市场监督管理部门结合本地实际，确定本辖区通过自建网站进行交易的食品经营者的备案管理权限和相关要求。

第四条 网络食品交易第三方平台提供者及通过自建网站进行交易的食品经营者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，按照备案管理权限，向市场监管部门进行备案。备案内容包括企业名称、企业性质、主体业态、地址、法定代表人或者负责人姓名及联系方式、网站名称、域名、IP地址、电信业务经营许可证等内容。

第五条 网络食品交易第三方平台提供者及通过自建网站进行交易的食品经营者应当如实向市场监管部门提交备案材料，并对备案材料的真实性负责。

第六条 备案需提交的材料：

- （一）陕西省网络食品交易平台备案申请表（附件1）；
- （二）营业执照扫描件或照片；
- （三）电信许可证或ICP备案证书扫描件或照片；
- （四）法定代表人或负责人身份证正反面扫描件或照片；
- （五）陕西省网络食品交易安全承诺书（附件2）。



委托他人申报的，应提供授权委托书和被授权人身份证扫描件或照片。通过自建网站进行交易的食物经营者需提供食物生产许可、食物经营许可、仅销售预包装食品备案等相关证明。

第七条 市场监管部门收到备案申请后对备案材料进行审查，对材料齐全、符合要求的，受理并给予备案；材料不符合要求的，一次性告知申请人需补正的全部材料，材料符合要求后给予备案。

第八条 备案号编码规则：

备案号格式为：“陕网食备”（“陕西省网络食物交易平台备案”简称）和6位阿拉伯数字组成的编码。数字从左到右依次为：1位企业性质代码，1位主体业态代码，4位顺序码。

企业性质代码1代表网络食物交易第三方平台提供者，2代表通过自建网站进行交易的食物经营者。

网络食物交易平台主体业态代码1代表食物销售交易，2代表网络餐饮服务。

第九条 市场监管部门应当自完成备案后7个工作日内向社会公开相关备案信息。公开的备案信息应当包括备案企业名称、企业性质、主体业态、地址、法定代表人或者负责人姓名、网站名称、域名、备案号等。

第十条 网络食物交易第三方平台提供者及通过自建网站进行交易的食物经营者的备案内容发生变化的，应自变化发生之日起30个工作日内向原备案部门重新备案。

第十一条 陕西省网络食物交易平台备案凭证有效期3年。

第十二条 网络食物交易第三方平台提供者及通过自建网站进行交易的食物经营者终止网上食物交易的，应于停止平台服务或者终止网上食物交易之日起10个工作日内向原备案部门办理注销备案。

第十三条 对网络食物交易平台备案管理违法行为的查处，按照《网络食物安全违法行为查处办法》《网络餐饮服务食物安全监督管理办法》《网络交易监督管理办法》执行。



第十四条 餐饮服务连锁公司总部建立网站为其门店提供网络交易服务的，参照本办法关于网络食品交易第三方平台提供者的规定执行。

第十五条 本办法自 2022 年 月 日起施行。

来源：陕西省市场监督管理局

日期：2022 年 3 月 4 日

7、全国首部公共数据领域地方性法规今起施行

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1726075575355816054&wfr=spider&for=pc>

3 月 1 日起，全国首部公共数据领域的地方性法规《浙江省公共数据条例》开始施行。这是围绕公共数据统筹管理、有序共享开放和安全利用等问题，浙江给出的新解法。

《条例》共八章五十一条，从明确公共数据定义范围、平台建设规范、收集归集规则、共享开放机制、授权运营制度、安全管理规范等方面对公共数据发展和管理作出具体规定。

亮点 1：突出改革导向，加强一体化智能化公共数据平台建设

2021 年 2 月，浙江全面启动数字化改革以来，积极打造一体化智能化公共数据平台，实现了全省公共数据、应用、组件、算力等政务数字资源集约建设、统筹配置和高质量供给，为数字化改革集智赋能。

当前，该平台也被纳入了地方法规。《条例》明确公共数据平台一体化建设规范，突破数字资源“条块分割”体制障碍，要求省公共数据主管部门会同省有关部门，统筹建设一体化智能化公共数据平台，实现公共数据跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务有效流通和共享利用，促进省域整体智治、高效协同。截至目前，全省累计编制公共数据目录 190 多万项，基于省公共数据平台，按照“按需归集、应归尽归”原则，已归集公共数据 800 多亿条，数据共享累计调用 700 多亿次，支撑保障省市县三级各类应用 5000 多个；全省共已开放数据集 1.9 万多个、数据 59 亿条。



同时,《条例》还进一步明确公共数据管理体制,包括明确县级以上政府的统筹协调职责、公共数据主管部门的综合主管职责、各业务部门的专业管理职责,且围绕改善数据质量、提升数据有效性等方面,明确了数据标准化体系、数据质量管控体系、数据反馈补正等机制,为公共数据发展和管理提供了充分的保障。

亮点 2: 规范机制途径, 推进公共数据深度开发利用

《条例》的出台,明确了公共数据的定义,拓展了公共数据的范围,实现公共数据发展管理有法可依。

《条例》将公共数据范围从行政机关扩大到国家机关,包括党委、人大、政协、法院、检察院,并将供水、供电、供气、公共交通等公共服务运营单位依法履职或者提供公共服务过程中收集、产生的数据,以及税务、海关、金融监督管理等国家有关部门派驻浙江管理机构根据本省应用需求提供的数据,统一纳入公共数据管理范围。

数据是国家基础战略性资源和重要生产要素。公共数据是支撑我省数字化改革的重要基础资源,明确公共数据定义、范围和边界,在确保安全前提下,对于如何加快公共数据开放和应用创新,释放公共数据价值,赋能数字化改革具有重要意义。此次《条例》专设一章,强调公共数据开放与利用的重要性,通过明确数据开放重点与范围,建立开放争议解决机制,推动解决数据开放不充分、利用率不高、成效不明显等问题。

同时,探索公共数据授权运营机制,推动数据要素市场化配置。《条例》规定政府可以授权符合安全条件的单位运营公共数据,授权运营单位对利用公共数据加工形成的数据产品和服务可以获取合理收益。

亮点 3: 强化安全保障, 健全公共数据安全三大体系

数据安全事关国家安全与经济社会发展。此次出台的《条例》,设置公共数据安全专章,对加强公共数据安全管理、规范公共数据安全行为等都做出了体系化、实质性的制度设计。

在制度规范体系方面,建立健全公共数据分类分级、安全审查、风险评估、监测预警、应急演练、安全审计、封存销毁等制度。



在技术防护体系方面，按照分类分级保护要求，建立健全公共数据安全防护技术标准和规范，采取身份认证、访问控制、数据加密、数据脱敏、数据溯源、数据备份、隐私计算等技术措施，提高数据安全保障能力。

在运行管理体系方面，落实数据安全主体责任，建立数据安全常态化运行管理机制，强化对服务外包方式开展数据活动的安全管理，有效防范公共数据非法获取、篡改、泄露或者不当利用，保护个人信息、商业秘密、保密商务信息等。

下一步，省级有关部门将组织开展《条例》宣贯工作，加紧研究制定或修改完善公共数据分级分类、授权运营、安全审查、风险评估、安全审计、封存销毁等制度，建立健全数据共享、开放利用、安全防护等一系列技术规范 and 标准，推动各项制度规范全省贯通、落地见效，为纵深推进数字化改革，高质量建设发展共同富裕示范区，高水平推进省域治理现代化提供有力法制保障。

附：

浙江省公共数据条例

(2022年1月21日浙江省第十三届人民代表大会第六次会议通过)

第一章 总则

第一条 为了加强公共数据管理，促进公共数据应用创新，保护自然人、法人和非法人组织合法权益，保障数字化改革，深化数字浙江建设，推进省域治理体系和治理能力现代化，根据有关法律、行政法规，结合本省实际，制定本条例。

第二条 本省行政区域内公共数据收集、归集、存储、加工、传输、共享、开放、利用等数据处理活动，以及公共数据安全等管理活动，适用本条例。

涉及国家秘密的公共数据及相关处理活动，不纳入本条例管理，按照有关法律、法规的规定执行。

第三条 本条例所称公共数据，是指本省国家机关、法律法规规章授权的具有管理公共事务职能的组织以及供水、供电、供气、公共交通等公共服务运营单位(以下统称公共管理和服务机构)，在依法履行职责或者提供公共服务过程中收集、产生的数据。



根据本省应用需求，税务、海关、金融监督管理等国家有关部门派驻浙江管理机构提供的数据，属于本条例所称公共数据。

第四条 公共数据发展和管理工作坚持中国共产党的领导，遵循统筹规划、依法有序、分类分级、安全可控的原则。

第五条 县级以上人民政府应当将公共数据发展和管理工作纳入国民经济和社会发展规划以及数字政府建设等相关专项规划，建立健全工作协调机制，完善政策措施，保障公共数据发展和管理工作所需经费。

县级以上人民政府应当建立健全公共数据发展和管理工作考核评价机制，将公共数据发展和管理工作作为年度政府目标责任制考核的重要内容。

第六条 县级以上人民政府大数据发展主管部门或者设区的市、县（市、区）人民政府确定的负责大数据发展工作的部门（以下简称公共数据主管部门），负责本行政区域内公共数据发展和管理工作，指导、协调、督促其他有关部门按照各自职责做好公共数据处理和安全管理相关工作。

公共管理和服务机构负责本部门、本系统、本领域公共数据处理和安全管理相关工作。网信、公安、国家安全、保密、密码等部门按照各自职责，做好公共数据安全的监督管理工作。

第七条 公共数据主管部门应当会同有关部门建立健全监督检查工作机制，加强对公共数据平台建设、数据标准实施、数据质量、数据共享开放、数据安全保障等情况的监督检查，并督促落实。

第八条 县级以上人民政府应当按照长江三角洲区域一体化发展国家战略要求，加强公共数据发展和管理工作跨省域合作，推动公共数据标准统一，促进公共数据共享利用，发挥公共数据在区域一体化协同治理和跨区域协同发展中的驱动作用。

第二章 公共数据平台

第九条 省公共数据主管部门应当会同省有关部门，统筹规划和建设以基础设施、数据资源、应用支撑、业务应用体系为主体，以政策制度、标准规范、组织



保障、网络安全体系为支撑的一体化智能化公共数据平台(以下简称公共数据平台), 促进省域整体智治、高效协同。

设区的市公共数据主管部门应当会同同级有关部门, 按照省有关标准和指导规范的要求建设本级公共数据平台。县(市、区)应当按照互联互通、共建共享原则, 依托设区的市公共数据平台建设本级公共数据平台; 确有必要的, 可以单独建设。省、设区的市公共数据平台应当按照地方实际需要, 及时向下级公共数据平台返回数据。

第十条 公共数据主管部门应当依托公共数据平台建立统一的数据共享、开放通道。公共管理和服务机构应当通过统一的共享、开放通道共享、开放公共数据。公共管理和服务机构不得新建公共数据共享、开放通道; 已建共享、开放通道的, 应当并入统一的共享、开放通道。

第十一条 省公共数据主管部门应当统筹建设全省一体化数字资源系统, 推动全省公共数据、应用、组件、算力等数字资源集约管理, 促进数字资源高效配置供给, 实现公共数据跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务有序流通和共享。

第十二条 县级以上人民政府应当建立使用财政资金的数字化项目管理机制, 加强对数字化项目的统筹、整合和共享管理, 避免重复建设。

使用本省财政资金的数字化项目有下列情形之一的, 不予立项、审查验收或者不予安排运行和维护经费:

- (一) 未经县级以上人民政府指定的部门同意, 新建业务专网或者新建、扩建、改建独立数据平台的;
- (二) 未经县级以上人民政府指定的部门同意, 在公共数据平台外开发、升级改造应用系统的;
- (三) 未按照规定纳入一体化数字资源系统管理的;
- (四) 未按照要求共享、开放数据或者重复收集数据的;
- (五) 不符合密码应用和安全管理要求的。



第十三条 公共数据实行目录化管理。省公共数据主管部门应当统筹推进省、设区的市、县(市、区)三级公共数据目录一体化建设，制定统一的目录编制标准，组织编制全省公共数据目录。

设区的市、县(市、区)公共数据主管部门应当按照统一标准，组织编制本级公共数据子目录，并报上一级公共数据主管部门审核。

公共管理和服务机构应当按照统一标准，编制本部门公共数据子目录，并报同级公共数据主管部门审核。

第十四条 省公共数据主管部门应当会同省标准化主管部门和其他有关部门，推进本省公共数据标准体系建设，制定省、设区的市、县(市、区)公共数据平台建设标准以及公共数据处理和安全管理等标准，推动公共数据国家标准、行业标准和地方标准有效实施。

第三章 公共数据收集与归集

第十五条 公共管理和服务机构收集数据应当遵循合法、正当、必要的原则，按照法定权限、范围、程序和标准规范收集。

可以通过共享获取数据的，公共管理和服务机构不得重复收集；共享数据无法满足履行职责需求的，公共管理和服务机构可以向公共数据主管部门提交数据需求清单，由公共数据主管部门与相关公共管理和服务机构协商解决。

第十六条 公共管理和服务机构按照法定权限、范围、程序和标准规范收集单位、个人数据的，有关单位、个人应当予以配合。

收集公共数据应当遵守网络安全、数据安全、个人信息保护等法律、法规以及国家标准的强制性要求。

第十七条 收集公共数据应当分别以下列号码或者代码作为必要标识：

- (一) 公民身份号码或者个人其他有效身份证件号码；
- (二) 法人统一社会信用代码；
- (三) 非法人组织统一社会信用代码或者其他识别代码。



公共管理和服务机构收集数据时，不得强制要求个人采用多种方式重复验证或者特定方式验证。已经通过有效身份证件验明身份的，不得强制通过收集指纹、虹膜、人脸等生物识别信息重复验证。法律、行政法规另有规定的除外。

第十八条 省公共数据主管部门应当会同省有关部门在省公共数据平台建立和完善人口、法人、信用、电子证照、自然资源和空间地理等基础数据库，以及跨地域、跨部门专题数据库。省公共管理和服务机构应当根据公共数据目录，按照应用需求将公共数据统一归集到省公共数据平台基础数据库和专题数据库。

设区的市、县(市、区)公共数据主管部门应当在本级公共数据平台建立和完善跨地域、跨部门专题数据库。公共管理和服务机构应当根据公共数据目录，按照应用需求将公共数据统一归集到本级公共数据平台专题数据库。

第十九条 自然人、法人或者非法人组织对涉及自身的公共数据有异议或者发现公共数据不准确、不完整的，可以向公共管理和服务机构提出校核申请。公共管理和服务机构应当自收到校核申请之日起五个工作日内校核完毕；情况复杂的，经公共管理和服务机构负责人批准，可以延长至十个工作日。公共管理和服务机构应当将校核处理结果及时告知当事人。

自然人、法人或者非法人组织对涉及自身的公共数据有异议或者发现公共数据不准确、不完整的，也可以向公共数据主管部门提出校核申请。公共数据主管部门应当自收到校核申请之日起两个工作日内转交相应公共管理和服务机构，并督促公共管理和服务机构在前款规定的期限内校核完毕。

公共数据主管部门、公共管理和服务机构发现数据不准确、不完整或者不同的公共管理和服务机构收集、提供的数据不一致的，由公共数据主管部门通知数据收集、提供单位限期校核。数据收集、提供单位应当在期限内校核完毕。

第二十条 公共数据主管部门、公共管理和服务机构应当建立健全数据全流程质量管控体系，加强数据质量事前、事中和事后的监督检查，及时更新已变更、失效数据，实现问题数据可追溯、可定责，保证数据的及时性、准确性、完整性。

第二十一条 为了应对突发事件，公共管理和服务机构按照应对突发事件有关法律、法规规定，可以要求自然人、法人或者非法人组织提供应对突发事件所必需



的数据，并根据实际需要，依法、及时共享和开放相关公共数据，为应对突发事件提供支持；收集的数据不得用于与应对突发事件无关的事项；对在履行职责中知悉的个人信息、商业秘密、保密商务信息等应当依法予以保密。

突发事件应急处置工作结束后，公共管理和服务机构应当对获得的突发事件相关公共数据进行分类评估，将涉及个人信息、商业秘密、保密商务信息的公共数据采取封存等安全处理措施，并关停相关数据应用。

第四章 公共数据共享

第二十二条 本条例所称公共数据共享，是指公共管理和服务机构因履行法定职责或者提供公共服务需要，依法使用其他公共管理和服务机构的数据，或者向其他公共管理和服务机构提供数据的行为。

公共数据应当以共享为原则、不共享为例外。

第二十三条 公共数据按照共享属性分为无条件共享、受限共享和不共享数据。公共管理和服务机构应当按照国家和省有关规定对其收集、产生的公共数据进行评估，科学合理确定共享属性，并定期更新。列入受限共享数据的，应当说明理由并明确共享条件；列入不共享数据的，应当提供明确的法律、法规、规章或者国家有关规定依据。

公共数据主管部门对同级公共管理和服务机构确定的公共数据共享属性有异议，经协商不能达成一致意见的，报本级人民政府决定。

第二十四条 公共管理和服务机构需要通过共享获取数据的，应当向数据提供单位的同级公共数据主管部门提出申请，明确应用场景，通过统一的公共数据共享通道以接口调用、批量数据使用等方式获取数据。

无法按照前款规定获取数据的，可以向公共数据主管部门提交数据需求清单，由公共数据主管部门与相关公共管理和服务机构协商解决。

第二十五条 公共管理和服务机构申请使用无条件共享数据的，公共数据主管部门应当在两个工作日内予以共享。

申请使用受限共享数据的，公共数据主管部门应当自收到申请之日起一个工作日内征求数据提供单位意见，数据提供单位应当在三个工作日内反馈意见。数据提



供单位同意共享的，公共数据主管部门应当在两个工作日内予以共享。数据提供单位不同意共享的，应当说明理由，公共数据主管部门应当自收到反馈意见之日起两个工作日内完成审核，认为应当共享的，应当在两个工作日内予以共享，并告知数据提供单位；认为不应当共享的，应当立即告知提出申请的公共管理和服务机构。

第二十六条 公共管理和服务机构通过共享获取的公共数据，应当用于本机构依法履行职责的需要，不得用于或者变相用于其他目的。

第五章 公共数据开放与利用

第二十七条 本条例所称公共数据开放，是指向自然人、法人或者非法人组织依法提供公共数据的公共服务行为。

公共数据开放应当遵循依法、规范、公平、优质、便民的原则。公共数据按照开放属性分为无条件开放、受限开放和禁止开放数据。

第二十八条 省公共数据主管部门根据国家和省有关公共数据分类分级要求，组织编制全省公共数据开放目录。设区的市公共数据主管部门可以组织编制本行政区域公共数据开放子目录。公共数据开放目录按照实际需要实行动态调整。

公共数据开放目录应当标注数据名称、数据开放主体、数据开放属性、数据格式、数据类型、数据更新频率等内容。

第二十九条 省、设区的市公共数据主管部门应当根据当地经济社会发展需要，会同同级公共管理和服务机构制定年度公共数据开放重点清单，优先开放与民生紧密相关、社会迫切需要、行业增值潜力显著和产业战略意义重大的公共数据。确定年度公共数据开放重点清单，应当听取相关行业组织、企业、专家和社会公众的意见。

第三十条 公共数据有下列情形之一的，禁止开放：

- （一）开放后危及或者可能危及国家安全的；
- （二）开放后可能损害公共利益的；
- （三）涉及个人信息、商业秘密或者保密商务信息的；
- （四）数据获取协议约定不得开放的；



(五) 法律、法规规定不得开放的。

前款第三项规定的公共数据有下列情形之一的，可以列入受限开放或者无条件开放数据：

(一) 涉及个人信息的公共数据经匿名化处理的；

(二) 涉及商业秘密、保密商务信息的公共数据经脱敏、脱密处理的；

(三) 涉及个人信息、商业秘密、保密商务信息的公共数据指向的特定自然人、法人或者非法人组织依法授权同意开放的。

省公共数据主管部门应当会同省网信、公安、经济和信息化等部门制定公共数据脱敏、脱密等技术规范。

第三十一条 公共管理和服务机构应当按照国家和省有关规定对其收集、产生的公共数据进行评估，科学合理确定开放属性，并定期更新。

公共数据主管部门对同级公共管理和服务机构确定的公共数据开放属性有异议，经协商不能达成一致意见的，报本级人民政府决定。

第三十二条 自然人、法人或者非法人组织需要获取无条件开放的公共数据的，可以通过统一的公共数据开放通道获取。

第三十三条 自然人、法人或者非法人组织需要获取受限开放的公共数据的，应当具备相应的数据存储、处理和安全保护能力，并符合申请时信用档案中无因违反本条例规定记入的不良信息等要求，具体条件由省、设区的市公共管理和服务机构通过本级公共数据平台公布。

自然人、法人或者非法人组织需要获取受限开放的公共数据的，应当通过统一的公共数据开放通道向公共数据主管部门提出申请。公共数据主管部门应当会同数据提供单位审核后确定是否同意开放。

经审核同意开放公共数据的，申请人应当签署安全承诺书，并与数据提供单位签订开放利用协议。申请开放的公共数据涉及两个以上数据提供单位的，开放利用协议由公共数据主管部门与申请人签订。开放利用协议应当明确数据开放方式、使用范围、安全保障措施等内容。



申请人应当按照开放利用协议约定的范围使用公共数据，并按照开放利用协议和安全承诺书采取安全保障措施。

第三十四条 县级以上人民政府应当将公共数据作为促进经济社会发展的重要生产要素，促进公共数据有序流动，推进数据要素市场化配置改革，推动公共数据与社会数据深度融合利用，提升公共数据资源配置效率。

自然人、法人或者非法人组织利用依法获取的公共数据加工形成的数据产品和服务受法律保护，但不得危害国家安全和公共利益，不得损害他人的合法权益。

第三十五条 县级以上人民政府可以授权符合规定安全条件的法人或者非法人组织运营公共数据，并与授权运营单位签订授权运营协议。禁止开放的公共数据不得授权运营。

授权运营单位应当依托公共数据平台对授权运营的公共数据进行加工；对加工形成的数据产品和服务，可以向用户提供并获取合理收益。授权运营单位不得向第三方提供授权运营的原始公共数据。

授权运营协议应当明确授权运营范围、运营期限、合理收益的测算方法、数据安全要求、期限届满后资产处置等内容。

省公共数据主管部门应当会同省网信、公安、国家安全、财政等部门制定公共数据授权运营具体办法，明确授权方式、授权运营单位的安全条件和运营行为规范等内容，报省人民政府批准后实施。

第三十六条 县级以上人民政府及其有关部门应当通过产业政策引导、资金扶持、引入社会资本等方式，拓展公共数据开发利用场景。

县级以上人民政府及其有关部门可以通过政府购买服务、协议合作等方式，支持利用公共数据创新产品、技术和服务，提升公共数据产业化水平。

公共数据主管部门可以通过应用创新大赛、补助奖励、合作开发等方式，鼓励利用公共数据开展科学研究、产品开发、数据加工等活动。

第六章 公共数据安全



第三十七条 公共数据安全应当坚持统筹协调、分类分级、权责统一、预防为主、防治结合的原则，加强公共数据全生命周期安全和合法利用管理，防止数据被非法获取、篡改、泄露、损毁或者不当利用。

第三十八条 公共数据、网信、公安、国家安全、密码等部门应当按照各自职责，对下级公共数据主管部门、本级公共管理和服务机构的公共数据安全承担监督管理责任。

公共管理和服务机构在公共数据、网信、公安、国家安全、密码等部门指导下，开展本系统、本领域公共数据安全保护工作。

第三十九条 公共数据安全实行谁收集谁负责、谁使用谁负责、谁运行谁负责的责任制。公共数据主管部门、公共管理和服务机构的主要负责人是本单位数据安全工作的第一责任人。

公共数据主管部门、公共管理和服务机构应当强化和落实数据安全主体责任，建立数据安全常态化运行管理机制，具体履行下列职责：

（一）落实网络安全等级保护制度，建立健全本单位数据安全管理制度、技术规范 and 操作规程；

（二）设置数据安全岗位，实行管理岗位责任制，配备安全管理人员和专业技术人员；

（三）定期组织相关人员进行数据安全教育、技术培训；

（四）加强数据安全日常管理和检查，对复制、导出、脱敏、销毁数据等可能影响数据安全的行为，以及可能影响个人信息保护的行为进行监督；

（五）加强平台（系统）压力测试和风险监测，发现数据安全缺陷、漏洞等风险时立即采取补救措施；

（六）制定数据安全事件应急预案，并定期进行演练；

（七）法律、法规、规章规定的其他职责。

第四十条 公共数据主管部门应当会同网信、公安、国家安全、密码等部门建立健全公共数据分类分级、安全审查、风险评估、监测预警、应急演练、安全审计、封存销毁等制度，并督促指导公共管理和服务机构实施。



第四十一条 公共数据主管部门、公共管理和服务机构应当结合公共数据具体应用场景，按照分类分级保护要求，建立健全公共数据安全防护技术标准和规范，采取身份认证、访问控制、数据加密、数据脱敏、数据溯源、数据备份、隐私计算等技术措施，提高数据安全保障能力。

第四十二条 公共数据主管部门、公共管理和服务机构在处理公共数据过程中，因数据汇聚、关联分析等原因，可能产生涉密、敏感数据的，应当进行安全评估，并根据评估意见采取相应的安全措施。

第四十三条 公共数据主管部门、公共管理和服务机构依法委托第三方服务机构开展平台(系统)建设以及运行维护的，应当按照国家和省有关规定对服务提供方进行安全审查；经安全审查符合条件的，签订服务外包协议时应当同时签订服务安全保护及保密协议，约定违约责任，并监督服务提供方履行数据安全保护义务。服务外包协议不生效、无效、被撤销或者终止的，公共数据主管部门、公共管理和服务机构应当撤销账号或者重置密码，并监督服务提供方以数据覆写、物理销毁等不可逆方式删除相关数据。

第四十四条 自然人、法人或者非法人组织认为开放的公共数据侵犯其合法权益的，有权向公共管理和服务机构提出撤回数据的要求。

公共管理和服务机构收到撤回数据要求后，应当立即进行核实，必要时立即中止开放；经核实存在前款规定问题的，应当根据不同情形采取撤回数据或者处理后再开放等措施，并将有关处理结果及时告知当事人。当事人对处理结果有异议的，可以向公共数据主管部门申请复核。

公共管理和服务机构在日常监督管理过程中发现开放的公共数据存在安全风险的，应当立即中止开放，并在消除安全风险后开放。

第四十五条 公共数据主管部门、公共管理和服务机构可以组织有关单位、专家或者委托第三方专业机构，对公共数据共享、开放和安全保障等工作开展评估，提升公共数据管理水平。

第七章 法律责任



第四十六条 违反本条例规定的行为，法律、行政法规已有法律责任规定的，从其规定。

第四十七条 公共管理和服务机构有下列情形之一的，由公共数据主管部门按照管理权限责令限期整改：

- (一) 未按照规定编制或者更新公共数据子目录的；
- (二) 违反规定新建业务专网或者新建、扩建、改建独立数据平台的；
- (三) 违反规定在公共数据平台外开发、升级改造应用系统的；
- (四) 违反规定重复收集数据的；
- (五) 未及时向公共数据平台归集数据或者归集的数据不符合标准要求的；
- (六) 未按照规定校核、封存、撤回公共数据或者关停数据应用的；
- (七) 未按照规定共享或者开放公共数据的；
- (八) 违反规定将共享获取的公共数据用于其他目的的；
- (九) 未依法履行公共数据安全职责的；
- (十) 违反本条例规定的其他情形。

公共管理和服务机构应当在规定期限内完成整改，并反馈整改情况；未按照要求整改的，由公共数据主管部门提请本级人民政府予以通报批评；情节严重的，由有权机关对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处理。

第四十八条 公共数据主管部门及其工作人员在公共数据发展和管理工作中，不履行或者不正确履行本条例规定的职责，造成危害后果或者不良影响的，或者存在其他玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊行为的，由有权机关对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处理。

第四十九条 自然人、法人或者非法人组织有下列情形之一的，公共管理和服务机构、公共数据主管部门应当按照职责责令改正，并暂时关闭其获取相关公共数据的权限；未按照要求改正的，对其终止开放相关公共数据：

- (一) 未经同意超出公共数据开放利用协议约定的范围使用数据的；
- (二) 未按照公共数据开放利用协议和安全承诺书采取安全保障措施的；
- (三) 严重违反公共数据平台安全管理规范的；



(四) 其他严重违反公共数据开放利用协议的情形。

第五十条 自然人、法人或者非法人组织违反公共数据开放利用协议，第三方服务机构违反服务安全保护协议或者保密协议，授权运营单位违反授权运营协议，属于违反网络安全、数据安全、个人信息保护有关法律、法规规定的，由网信、公安等部门按照职责依法予以查处，相关不良信息依法记入其信用档案。

第八章 附则

第五十一条 本条例自 2022 年 3 月 1 日起施行。浙江省人民政府发布的《浙江省公共数据和电子政务管理办法》同时废止。

来源：浙江日报

日期：2022 年 3 月 1 日

8、三部门进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展

<https://mp.weixin.qq.com/s/MXcQB41DIWETRhVfdq38Q>

近日，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局联合印发《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》（以下简称《意见》），着力构建跨部门协同监管长效机制，加强网络直播营利行为规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营，促进网络直播行业中规范，规范中发展。

《意见》提出，网络直播平台要认真落实管理主体责任，加强网络直播账号注册管理和账号分级分类管理，每半年向网信、税务部门报送存在直播营利行为的网络直播发布者个人身份、直播账号、网络昵称、取酬账户、收入类型及营利情况等信息，配合监管部门开展执法活动。网络直播平台和网络直播发布者要维护网络直播公平竞争环境，不得通过虚假营销、自我打赏等方式吸引流量，诱导消费者打赏和购买商品。

《意见》要求，网络直播平台、网络直播服务机构应依法履行个人所得税代扣代缴义务，不得转嫁或者逃避个人所得税代扣代缴义务，不得策划、帮助网络直播发布者实施避税。网络直播发布者开办的企业和个人工作室，应按照国家



有关规定设置账簿。各级税务部门要优化税费宣传辅导，促进网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者税法遵从，依法规范纳税、享受税收优惠。要依法查处偷逃税等涉税违法犯罪行为，对情节严重、性质恶劣、社会反映强烈的典型案例进行公开曝光。对为网络直播发布者违法违规策划、帮助实施偷逃税行为的中介机构及相关人员依法严肃处理 and 公开曝光。

《意见》明确，保护网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者依法规范开展生产经营活动的各项合法权益，对依法依规经营、积极承担社会责任、诚信纳税的，各有关部门依法依规评先树优给予鼓励支持。对存在违法违规营利行为的网络直播发布者，以及存在违法违规行为或者纵容、帮助网络直播发布者开展违法违规营利行为的网络直播平台，依法予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

附 1：

国家互联网信息办公室 国家税务总局 国家市场监督管理总局

印发《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》的通知

税总所得发〔2022〕25号

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团网信办、市场监管局（厅、委），国家税务总局各省、自治区、直辖市和计划单列市税务局，国家税务总局驻各地特派员办事处：

为进一步规范网络直播营利行为，促进网络直播行业规范健康发展，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局联合制定了《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》。现予印发，请结合实际，认真贯彻执行。

国家互联网信息办公室

国家税务总局

国家市场监督管理总局

2022年3月25日



附 2:

关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见

近年来，网络直播在促进灵活就业、服务经济发展等方面发挥了重要作用。同时，网络直播营利行为也存在网络直播平台管理责任不到位、商业营销行为不规范、偷逃缴纳税款等问题，制约行业健康发展，损害社会公平正义。为进一步规范网络直播营利行为、促进行业健康发展，现提出如下意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《网络直播营销管理办法（试行）》《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》等法律法规和文件规定，强化信息共享、深化监管联动，着力构建跨部门协同监管长效机制，加强对网络直播营利行为的规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营，切实推动网络直播行业在发展中规范，在规范中发展。

二、网络直播平台更好落实管理主体责任

（一）加强网络直播账号注册管理。网络直播平台应当严格按照有关法律法规规定及“后台实名、前台自愿”的原则，对网络直播发布者进行基于身份证件信息、统一社会信用代码等的认证登记，开展动态巡查核验，确保认证信息真实可信。网络直播平台应当每半年向所在地省级网信部门、主管税务机关报送存在网络直播营利行为的网络直播发布者个人身份、直播账号、网络昵称、取酬账户、收入类型及营利情况等信息。

（二）加强网络直播账号分级分类管理。网络直播平台应当严格按照有关法律法规要求，建立并严格执行网络直播账号分级分类管理制度；对违反相关法律法规的网络直播账号，依法依规采取警示提醒、责令限期改正、限制账号功能、暂停账号使用、永久关闭账号、禁止重新注册等处置措施，保存有关记录并按要求及时向有关部门报告。



(三) 配合开展执法活动。网络直播平台应当在服务协议中明确提示网络直播发布者在市场主体登记、税收等方面的权利义务，但不得强制要求网络直播发布者成立工作室或者个体工商户。网络直播平台应当配合网信、市场监管、税务等部门依法实施的监督检查，提供必要的文件、资料和数据等，并为依法调查、检查活动提供技术支持和帮助。

三、规范网络直播营销行为，维护市场秩序

(一) 积极营造网络直播公平竞争环境。网络直播平台和网络直播发布者不得对商品生产经营主体以及商品的性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质、销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众，不得帮助其他经营者实施上述行为。网络直播平台和网络直播发布者销售商品或者提供服务，采用价格比较方式开展促销活动的，应以文字形式显著标明销售价格、被比较价格及含义。网络直播平台和网络直播发布者不得利用服务协议、交易规则以及技术手段，对其他经营者在直播间的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向商家收取不合理费用。

(二) 维护商家和消费者合法权益。网络直播发布者、网络直播服务机构、网络直播平台应当全面、真实、准确地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权，对直接关系消费者生命安全的重要消费信息进行必要、清晰的提示。应当积极协助商家和消费者维护合法权益，建立便捷有效的投诉、举报和争议在线解决机制，为商家和消费者维权提供必要的信息、数据等支持。加强网络直播销售产品质量安全监管，网络直播发布者、网络直播服务机构严禁利用网络直播平台销售假冒伪劣产品；不得在知道或者应当知道直播带货委托方或其他第三方存在违法违规或高风险行为的情况下，仍为其推广、引流；不得通过造谣、虚假营销宣传、自我打赏等方式吸引流量、炒作热度，诱导消费者打赏和购买商品。

四、规范税收管理，促进纳税遵从



（一）依法履行代扣代缴义务。网络直播平台、网络直播服务机构应当明确区分和界定网络直播发布者各类收入来源及性质，并依法履行个人所得税代扣代缴义务，不得通过成立网络直播发布者“公会”、借助第三方企业或者与网络直播发布者签订不履行个人所得税代扣代缴义务的免责协议等方式，转嫁或者逃避个人所得税代扣代缴义务；不得策划、帮助网络直播发布者实施逃避税。

（二）规范税收服务和征缴。各级税务部门要优化税费宣传辅导，促进网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者税法遵从，引导网络直播发布者规范纳税、依法享受税收优惠；网络直播发布者开办的企业和个人工作室，应按照国家有关规定设置账簿，对其原则上采用查账征收方式计征所得税；切实规范网络直播平台和相关第三方企业委托代征、代开发票等税收管理；进一步加强税收大数据分析，健全常态化监管机制。

（三）打击涉税违法犯罪行为。依法查处偷逃税等涉税违法犯罪行为，对情节严重、性质恶劣、社会反映强烈的典型案件进行公开曝光。对为网络直播发布者违法违规策划、帮助实施偷逃税行为的中介机构及相关人员依法严肃处理 and 公开曝光。

五、深化协同共治，推动提升监管合力

（一）加强信息共享。网信、税务部门、市场监管部门建立完善部门信息共享机制，共享网络直播发布者认证登记等直播营利信息，并畅通信息共享渠道，不断提升信息共享水平，协调推动其他有关部门依法开展部门信息共享。

（二）加强联合奖惩。保护网络直播平台、网络直播服务机构、网络直播发布者依法规范开展生产经营活动的各项合法权益，对依法依规经营、积极承担社会责任、诚信纳税的，各有关部门依法依规评先树优给予鼓励支持。对存在违法违规营利行为的网络直播发布者，以及存在违法违规行为或者纵容、帮助网络直播发布者开展违法违规营利行为的网络直播平台，依法予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。对违法违规造成恶劣影响的网络直播发布者，由相关部门依法依规纳入严重失信主体名单。

来源：国家税务总局



日期：2022 年 3 月 30 日

9、深圳市市场监督管理局关于《深圳经济特区消费者权益保护条例（征求意见稿）》公开征求意见

深市监公告〔2022〕11 号

为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥消费对经济发展的基础性作用，促进社会主义市场经济健康发展，市市场监管局组织起草并形成了《深圳经济特区消费者权益保护条例（征求意见稿）》，现将征求意见稿和有关说明公布，广泛征求社会各方面的意见和建议。

有关意见建议可通过寄送、电邮方式反馈至市市场监管局。征求意见截止日期为 2022 年 3 月 31 日。

地址：深圳市福田区深南大道工商物价大厦 10 楼 1001 室

邮编：518035

电子邮箱：wjxcb@mail.amr.sz.gov.cn

深圳市市场监督管理局

2022 年 3 月 21 日

附：

深圳经济特区消费者权益保护条例（征求意见稿）

第一章 总则

第一条【立法目的】为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥消费对经济发展的基础性作用，促进社会主义市场经济健康发展，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》和有关法律、法规，结合深圳经济特区实际，制定本条例。

第二条【适用范围】在本市行政区域内，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其合法权益受本条例保护；经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务，应当遵守本条例。



以牟取利益为目的，超出日常合理生活消费需要购买、使用商品或接受服务而主张消费者权益保护的，不适用本条例。

第三条【适用原则】 消费者合法权益的维护实行国家保护、经营者自律、消费者依法维权和社会监督相结合的原则，保障和便利消费者行使权利。

经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

第四条【政府保护】 市、区人民政府负责本条例的组织实施，协调、督促有关行政部门做好保护消费者合法权益的工作。

市场监督管理部门和其他有关部门应当依法履行监督经营者、查处损害消费者合法权益行为的职责。

第五条【社会保护】 政府鼓励、支持一切社会力量对损害消费者合法权益的行为进行社会监督，为社会力量参与消费者合法权益保护工作提供便利。

行业组织应当加强行业自律，建立健全行业规范，引导本行业经营者诚信经营，建立消费者合法权益保护合规风险识别、预警、评估、应对机制以及内部监督体系，履行保护消费者合法权益的社会责任。

大众传播媒介应当做好维护消费者合法权益的宣传，对损害消费者合法权益的行为进行舆论监督。

第六条【消费者委员会】 消费者权益保护委员会（以下简称消费者委员会）是依法成立的、保护消费者合法权益的公益性社会组织。

各级人民政府应当支持消费者委员会依法履行职责，确定其常设办事机构，配备必要人员。消费者委员会履行法定职责所需经费应当纳入同级财政预算。消费者委员会可以根据工作需要设立专业委员会，在街道、社区或者企业事业单位建立维护消费者权益工作站。

第七条【消费指导】 政府鼓励经营者加快绿色转型，在信息技术、网络基础设施、物流配送、再生资源回收利用等方面加大投入，推动绿色低碳循环发展。经营者提供商品和服务应致力于开发环保技术和循环利用资源，创造安全、舒适的消费环境。

政府鼓励消费者理性、文明、科学和环保的消费方式并开展消费者教育。



消费者应当提高自我保护意识，诚实守信，依法维护自身的合法权益。

第二章 消费者权利和经营者义务

第八条【消费者权利】 消费者依法享有《中华人民共和国消费者权益保护法》和有关法律、法规规定的人身财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、获得赔偿权、获得消费和相关知识权、受尊重权、个人信息受保护权、监督权，以及依法成立维护自身合法权益的社会组织的权利。

第九条【个人信息权保护】 消费者的姓名、性别、出生日期、身份证件号码、住址、职业、联系方式、收入和财产状况、医疗健康状况、生物识别信息、行踪轨迹、消费记录等能够单独或者与其他信息结合识别消费者身份的个人信息依法受保护。

经营者处理消费者个人信息应当依法进行，不得非法收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开消费者个人信息。消费者要求经营者删除个人信息的，经营者应当及时删除。

经营者应当确保消费者个人信息的安全，防止信息泄露、篡改、丢失。发生或者可能发生信息泄露、篡改、丢失的，经营者应当及时通知消费者，并立即采取补救措施，按照规定向有关主管部门报告。

第十条【个人信息权保护】 消费者享有在购买、使用商品或者接受服务过程中，知悉其个人信息是否被采集、个人消费数据是否被使用和处理、是否被公平对待的权利。

消费者有权知悉其个人信息的处理目的、方式和范围，有权决定其个人信息不被使用，但以下情形除外：

- （一）商品使用中可能存在风险，需要持续警示消费者的；
- （二）商品存在召回可能的；
- （三）机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品需要为消费者持续提供售后服务的；
- （四）法律、法规规定应当保存消费者个人信息的其他情形。



第十一条【个人信息权保护】 消费者享有个人信息查阅、复制权，经营者应当按照有关规定及时提供，并不得收取费用。

消费者发现信息有错误的，有权提出异议并请求及时采取更正、删除等必要措施。消费者发现信息处理者违反规定或者约定使用信息的，有权请求停止使用，并追究其他法律责任。

第十二条【公平交易权保障】 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、非歧视性价格等交易条件，经营者不得利用优势地位和数据、算法等技术手段设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。经营者不得在标价之外加价出售商品或者提供服务；不得收取任何未标明的费用。

消费者依法行使权利，应当符合诚实信用原则。

第十三条【接受消费者监督】 经营者应当听取消费者和消费者委员会对其提供的商品或者服务的意见，并对消费者和消费者委员会的意见及时作出回应。

第十四条【安全保障义务】 经营者按照有关法律、法规要求，提供符合保障人身、财产、信息安全要求的商品或者服务，对可能危及人身、财产和信息安全的商品、服务设施、设备以及场所等消费环境，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示提醒，并说明和标明正确使用方法以及防止危害发生的方法，采取安全防护措施。

经营者应当做好经营场所或平台监控系统安全保障及隐患防范措施，在系统使用前进行技术安全检测，对消费者个人登记的信息进行加密处理，保障信息的安全、完整，不得侵犯消费者个人信息和隐私。

从事高风险旅游、惊险娱乐、极限运动项目的经营者，应当具备保障消费者人身安全的特殊技术条件、服务设备、培训和必要的救护设施，配备相应的救护人员，并制定应急预案。经营者应当为消费者购买人身损害及相关保险。

第十五条【召回制度】 经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门、消费者委员会报告，通过大众传播媒介、店堂告示以及电话、传真、短信息等有效方式及时告知消费者，并采



取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

生产者应当按照召回计划实施召回。对采取更换、退货方式召回的缺陷消费品，生产者应当按照有关规定进行处理。未消除缺陷或者降低安全风险的，不得再次销售或者交付使用。

生产者发现召回的消费品范围不准确、召回措施未能消除缺陷或者降低安全风险的，应当重新实施召回。

经营者应当建立消费品缺陷信息的收集核实和分析处理制度。

第十六条【召回制度】有关行政部门发现并认定经营者提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即依法责令经营者采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。

鼓励经营者建立消费品可追溯制度。

第十七条【商品及服务信息披露义务】经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息，应当真实、全面、准确，不得作下列虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：

- （一）不以真实名称和标记提供商品或者服务；
- （二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；
- （三）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；
- （四）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；
- （五）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；
- （六）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；
- （七）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；



(八) 夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；

(九) 以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

第十八条 【服务业经营者义务】 经营者为消费者提供服务，不得有下列行为：

(一) 经营者为消费者提供修理、加工、安装、装饰装修等服务，不得谎报用工用料，故意损坏、偷换零部件或材料，使用不符合国家质量标准或者与约定不相符的零部件或材料，更换不需要更换的零部件，或者偷工减料、加收费用，损害消费者权益。

(二) 经营者为消费者提供房屋租赁、家政服务等中介服务，不得提供虚假信息或者采取欺骗、恶意串通等手段损害消费者权益。

(三) 经营者提供的身份及争议解决机制的相关信息应该完整充分，不得隐瞒或遗漏、不得作虚假陈述。

第十九条 【特许经营者信息披露义务】 经营者通过加盟等形式从事商业特许经营业务，应当与特许人订立书面的商业特许经营合同，并以显著方式及时告知消费者特许人和被特许人的真实名称和标记、法律主体关系、特许经营期限、经营项目、特许人联系方式以特许经营合同中明确的消费者权益保护和赔偿责任的承担等信息。

第二十条 【提供单据和凭证义务】 经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据，消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具，不能即时出具的，应当按照与消费者约定交付，由此产生的合理费用由经营者承担。消费者要求纸制形式出具的，经营者不得拒绝或者附加不合理条件，法律法规另有规定的除外。

经营者根据消费者要求，应当提供收费清单、退换货凭证、维修记录及相关数据信息等服务单据。

第二十一条 【履行退、换、修义务】 经营者应当在国家规定或者其承诺的期限内，承担退货、退款、更换、重做、修理、补足商品数量、赔偿损失等民事责任。履行期限自消费者收到商品或者接受服务之日起计算；需要经营者安装调试后方



能使用的商品，自安装调试完毕之日起计算，但因消费者原因未及时安装调试的除外。

经营者因提供的商品不符合质量要求履行退货义务时，应当一次性退清货款，并承担运输等必要费用，不得违反国家规定收取折旧费；履行更换义务的，应当免费调换同型号、同规格的商品，并向消费者出具更换凭证，更换后商品的修理、更换、退货期限重新计算。无同型号、同规格商品的，经营者应当及时退货，与消费者另有约定的除外。

经营者以促销方式提供奖品、赠品或者免费服务等，应当保证质量，不得免除其应当承担的民事责任，但经营者明示并告知消费者存在瑕疵且该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。

第二十二条 【房屋租赁中介】 房屋租赁中介机构应当对所提供的房源信息进行核验，确保房源真实有效；接受委托提供房地产信息、实地看房、代拟合同等房地产经纪服务的，应当与委托人签订书面的房地产经纪服务合同。

房屋租赁中介机构及其从业人员应当具备相应资质。

互联网经营者应当对上传房源信息的组织或个人进行资格审核。

第二十三条 【婚介服务】 提供婚介服务的机构应当与征婚者明确婚姻介绍服务的内容和期限；双方的权利和义务；质量要求及服务费用等，不得提供“无限期”或“介绍到成功为止”的服务。未作约定或者约定不明确的，应当作有利于征婚者的解释。

提供婚介服务的机构应当有效查验征婚者的身份证、户口簿、学历证书等身份证明文件及婚史证明材料，并对征婚者的档案妥善保管，保护征婚者个人隐私。

婚介服务人员应持有婚介师、婚姻家庭咨询师或心理咨询师等相关职业资格证书。

第二十四条 【预付款消费规范】 经营者以预收款方式提供商品或者服务，应向消费者公示经营者和实际控制人的名称、住所地及有权使用期限，联系人及联系方式等主体信息，以显著的方式向消费者提示资金兑付的风险，并与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、扣付方式和退款条件、履行期



限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。未作约定或者约定不明确的，应当作有利于消费者的解释。

经营者经核准注册成立满六个月的，可以采取预收款方式为消费者提供商品或者服务，收取的消费者预付资金总规模应当与其服务能力相匹配，严禁超出服务能力收取预付资金，严禁收取时间跨度超过经营场所有权使用期限的预付资金。

以预收款方式提供服务的经营者，应当根据服务性质与消费者合理约定提供服务的频次和具体内容，预收时间跨度不超过3个月的预付资金。经营者设定提供服务有效期限的，有效期满时消费者可以要求续期或者按照约定退款。法律、法规或其他规定另有规定的除外。

商务、文化、体育、交通、旅游、教育、医疗卫生等有关行政部门，可结合实际，制定相关行业、领域专项监督管理办法。

第二十五条【预付式消费规范】 经营者以预收款的方式提供商品或者服务的，消费者有权自付款之日起七日内无理由要求退款，经营者可以扣除其为提供商品或者服务已经产生的合理费用。

经营者未按照约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款。未消费的，应当自消费者提出退款之日起七日内一次性全额退款；已经消费的，应当按照原约定的优惠方案扣除已经消费的金额，予以退款。

消费者已经接受体验或免费服务的，双方有约定从约定，如无相反约定，经营者不得主张收费。消费者获得的赠品或者赠送的服务，应当退回或者支付合理的价款。

以预付款形式购买商品的，消费者收货时检查商品的性质、特征的操作方法，超出商业场所惯常允许的方法，或者未按照特定要求保持商品保存状况良好，而导致商品价值的贬损的，消费者要求无理由退货时，经营者可以要求消费者承担该商品的贬损价值。

第二十六条【预付式消费规范】 经营者擅自提高服务价格、降低服务标准、延期开业、停业、歇业、变更经营场所或者经营主体的，调整主要经营项目、提高



承诺价格或增加服务限制条件等行为严重影响消费者利益的，消费者有权要求退回未消费的金额。

第二十七条【预付式消费规范】经营者终止经营活动的，应当提前 60 日发布告示，并以电话、短信、微信、电子邮件等有效方式告知消费者并退还预付款余额。如经营者终止经营活动后，其权利义务由其他的经营者承接，承接者应当继续向持有预付凭证的消费者提供商品或者服务，不得对消费者增设新的条件或者减损消费者的权利。

第二十八条【未成年人消费权益保护】未成年人与经营者之间产生的消费合同关系明显超出其年龄、智力适应范围，未成年人的法定监护人有权要求予以撤销、变更或者进行追认，经营者对消费者产生的损失应当承担过错责任。

网络游戏经营者对未成年人提供手机游戏、网络游戏等，应当采取防沉迷措施。不得为未满 8 周岁的用户提供游戏付费服务。同一网络游戏经营者所提供的游戏付费服务，8 周岁以上未满 16 周岁的用户，单次充值金额不得超过 50 元人民币，每月充值金额累计不得超过 200 元人民币；16 周岁以上未满 18 周岁的用户，单次充值金额不得超过 100 元人民币，每月充值金额累计不得超过 400 元人民币。

第二十九条【老年消费者权益保护】65 周岁以上消费者，单次购买商品及服务金额超过 1 万元的，享有七日无理由退货权。

养老服务经营者从事养老服务经营活动，应当具有符合国家环境保护、消防安全、卫生防疫等要求的生活用房、设施设备和活动场所，具有与开展服务相适应的管理人员、专业技术人员和服务人员，并配备适合老年人安全保护要求的设施设备以及用具。

养老服务经营者应当与接受服务的老年人或者其代理人订立服务协议，明确双方的权利、义务，并按照服务协议为老年人提供生活照料、康复护理、精神慰藉、文化娱乐等服务，不得以任何方式侵害老年人的权益。

养老服务经营者应当制定突发事件应急预案，实行二十四小时值班制度，在老年人突发危重疾病时，及时转送医疗机构救治，并通知其代理人；发现老年人为疑



似传染病病人或者精神障碍患者时，应当依照传染病防治、精神卫生等相关法律、法规的规定处理。

鼓励网络经营者对运用智能技术困难的老年消费者提供便利获取服务和技术的支持。

第三章 网络经营者的特殊义务

第三十条 **【信息披露】** 网络交易平台及平台内经营者可以根据商品或者服务的价格、销量、信用等多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果，但不得采用以下方式：

- （一）以误导性展示方式编造用户评价、将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或者服务的评价等；
- （二）以谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；
- （三）虚构点击量、播放量、关注度等流量数据，以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。

第三十一条 **【自动续费】** 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当明确以下规定：

- （一）在消费者开通自动续费服务前，以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向消费者告知自动续费服务内容、周期和扣费金额、时间、方式等事项；
- （二）在有偿提供网络服务时，不能以默认勾选、捆绑服务等手段强迫或诱导消费者开通自动续费服务；
- （三）应当在服务周期届满前五日，以电话、短信、邮件等有效方式将自动续费服务内容、扣费金额等告知消费者，由消费者自主选择。消费者明示同意后，扣费时间不应早于服务周期结束时；未取得消费者明示同意的，应终止自动续费服务并不再据此扣费；
- （四）应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更自动续费的选项。

第三十二条 **【无理由退货】** 经营者除依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条规定外，不得擅自扩大不适用无理由退货商品的范围，但是下列商品经消费者在购买时确认的，可以不适用七日无理由退货规定：



- (一) 拆封后易导致商品性质改变、影响人身安全或者生命健康的商品；
- (二) 一经激活或者试用后价值贬损较大的商品；
- (三) 销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品；
- (四) 其他根据商品性质并在商品销售必经流程中设置显著的提示程序，经消费者确认不宜退货的商品。

鼓励经营者扩大无理由退货的适用范围和提供线下无理由退货服务，作出更有利于消费者的无理由退货承诺。

第三十三条 【演出退票】 经营者提供商业性文娱、体育活动的演出票、门票等票务服务的，在消费者购票时，应以显著的方式告知消费者退票的方式及退票费用的收取规则，不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式排除消费者的退票权利。活动结束后，经营者可以不为消费者办理退票。

第三十四条 【网络经营者义务】 网络平台经营者对平台内公众号经营者应当进行资格审核。有义务协助监管部门，对公众号涉及违法违规的行为，采取通知、删除和保存证据等。

网络经营者应当建立公平合理的会员体系，调整或增设会员服务时，应当保障原有会员的服务内容及优先等级，不得以任何形式减损原有会员的权益。

网络经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。

第三十五条 【平台纠纷解决义务】 网络交易平台经营者应当建立消费纠纷和解和消费维权自律制度。消费者因在网络交易平台上购买商品与网络交易平台内经营者发生消费纠纷或者其合法权益受到损害时，网络交易平台经营者应当根据消费者的请求组织调解。

消费者通过其他渠道维权的，网络交易平台经营者应当向消费者提供其平台内经营者的真实名称、地址和有效联系方式，积极协助消费者维护合法权益。

第三十六条 【互联网个人信息保护义务】 网络经营者收集、使用消费者个人信息的，应当遵循合法、正当、必要的原则，不得有以下行为：

- (一) 不得以任何形式转让消费者个人信息；



(二) 未经消费者同意，不得对消费者进行记录并跟踪，挖掘分析消费者数据信息，进行大数据杀熟或商业信息推送；

(三) 未经消费者同意，不得与第三方分享消费者个人信息，如已取得消费者同意，被分享方应当遵守分享方与消费者约定的个人信息使用范围。

未经消费者本人明示同意，互联网经营者不得借助技术手段变相强制收集消费者信息或采集消费者生物识别信息、个人身份信息以及医疗健康、消费者行踪、家庭住址等个人隐私和敏感信息。法律、法规另有规定及公共安全需要的除外。消费者应当审慎保存披露个人信息。

第三十七条【互联网金融】 互联网金融经营者提供贷款的，应当公示金融产品真实的年化资金成本及年化贷款利率。

第三十八条【网络游戏经营者】 网络游戏经营者应当要求游戏消费者进行实名注册。对消费者提供的实名注册信息，网络游戏经营者应当按照有关法律法规妥善保管，不得用作其他用途。

网络游戏经营者对上网出版运营的网络游戏应作出适合不同年龄段消费者的提示，并在消费者下载、注册、登录页面等位置显著标明。

网络游戏经营者不得禁止游戏消费者注销游戏账户。对注销游戏账户的消费者，应退还账户内未消费财产。

网络游戏经营者对违法违规消费者封号后，应当依法返还帐号内未消费财产。

网络游戏经营者应注意分析未成年人沉迷游戏的成因，及时对造成沉迷的游戏内容、功能或者规则进行修改。

第四章 消费者合法权益的保护

第三十九条【政府职责】 市、区人民政府应当建立消费者权益保护工作联席会议制度，协调解决消费者权益保护工作中的重大问题，完善消费维权处理机制，保护消费者合法权益。

第四十条【主管部门职责】 市场监督管理、卫健、住房和城乡建设、商务、公安、工业和信息化、交通运输、教育、文体旅游、出入境检验检疫、农业、林业、渔业、金融、通信、民政、邮政、烟草专卖等有关行政部门，应当在各自职责范围



内，依法加强对经营者及其经营行为的监督、管理，及时处理消费者的投诉、举报，查处侵害消费者权益的违法行为。

第四十一条【主管部门职权】 市场监督管理部门和其他有关部门在查处经营者涉嫌侵害消费者权益的违法行为时，可以依法行使下列职权：

- （一）对涉嫌从事侵害消费者合法权益的生产、销售或者服务场所实施现场检查；
- （二）调查、了解与涉嫌从事侵害消费者合法权益行为有关的情况；
- （三）查阅、复制有关的合同、发票、账簿以及其他有关资料；
- （四）对有根据认为危害消费者人身财产安全的商品依法予以查封或者扣押；
- （五）法律法规规定的其他行政措施。

第四十二条【消费者委员会】 消费者委员会由消费者代表和有关行政部门、人民团体、行业组织、媒体、企事业单位等代表组成。

消费者委员会应当依法保护消费者合法权益，除履行《中华人民共和国消费者权益保护法》所规定的公益性职责以外，还应当履行下列职责：

- （一）对市、区人民政府、行业组织、经营者等消费者权益保护工作进行监督；
- （二）参与消费者权益保护有关法规、规章和标准的制定和修改；
- （三）宣传保护消费者合法权益的法律、法规、规章和标准，开展消费知识教育，为消费者提供咨询服务；
- （四）受理消费者的投诉，对投诉事项进行调查、调解，提请法定机构鉴定，或者提出意见转送有关部门和单位处理，组织消费纠纷协调处置和化解；
- （五）参与有关行政管理部门、行业协会对商品和服务的质量、价格、安全、卫生、计量进行的监督检查和测定；
- （六）对商品和服务的质量、价格、售后服务以及消费者的意见进行调查、比较和分析，组织开展比较试验、消费调查、消费体察、点评评议、消费评价并公示；
- （七）对损害消费者合法权益的行为，消费者委员会有权要求经营者配合调查，提供有关信息、资料，并可以约谈经营者；有权发布消费警示提示、投诉案件情况公示，通过大众传播媒介予以揭露、批评；有权向有关行政管理部门、行业协会反映、查询，提出建议；



市、区消保委发现商品或者服务存在缺陷的，应当向有关行政管理部门反映；

（八）向市、区人民政府及其工作部门提出保护消费者合法权益的建议，向行业组织或经营者提出改进、完善保护消费者合法权益措施的意见、建议；

（九）就涉及消费者合法权益的重大事项，可以组织消费者、经营者、行业组织、检测鉴定机构、新闻媒体等，并可邀请政府相关部门参加协调会，督促问题解决；

（十）对损害消费者合法权益的行为支持消费者依法提起行政复议、诉讼或者申请仲裁；

（十一）对消费者权益保护工作总体情况开展评估、评测；

（十二）其他与消费者权益保护有关的工作。

市、区人民政府对消费者委员会履行职责应当予以必要的经费等支持。

消费者委员会应当认真履行保护消费者合法权益的职责，听取消费者的意见和建议，接受社会监督。

依法成立的其他消费者组织依照法律、法规及其章程的规定，开展保护消费者合法权益的活动。

第四十三条 【行政部门限期答复消费者委员会】消费者委员会就消费者合法权益保护问题，向有关行政部门反映、查询的，有关行政部门应当在十个工作日内答复，没有合理理由不按期答复的，消费者委员会可以向有关行政管理部门的本级人民政府或者其上级行政机关报告。

消费者委员会对消费者权益保护工作提出合理建议的，有关行政部门应当予以研究、采纳。

第四十四条 【诉裁联动】消费者委员会加强与人民法院、仲裁机构等单位的诉裁联动，推进聘请消费者委员会工作人员为特邀调解员，专门负责参与涉及消费者权益的制度机制。

第四十五条 【其他消费者组织】鼓励机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品的生产者、经营者利用第三方争议处理机制，为消费者提供公正、专业、便捷、高效的纠纷解决途径。



第四十六条【消费者组织】 消费者委员会和其他消费者组织不得从事营利性活动，不得以收取费用或者其他牟取利益的方式向消费者推荐商品和服务，不得发布虚假或引人误导的消费投诉情况。

第五章 争议的解决

第四十七条【争议解决】 消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过协商和解、调解、投诉、仲裁、诉讼的途径解决。

第四十八条【公益诉讼】 经营者侵害的是多数消费者共同的、一般的利益，且当事人人数众多，并且全部出庭确有困难的，由消费者委员会代表消费者向人民法院提起公益诉讼。

消费者委员会为提起诉讼收集证据，需要有关行政部门协助的，有关行政部门应当支持。消费者委员会支持消费者提起诉讼，可以帮助消费者提供证据，推荐有关人员担任消费者诉讼代理人。经人民法院同意，消费者委员会可以在诉讼中发表意见。

第四十九条【小额诉讼法庭】 人民法院建立处理消费纠纷的小额诉讼法庭，受理、审理消费者权益争议。

第五十条【举报奖励】 鼓励任何组织和个人向市场监督管理部门提供经营者涉嫌侵害消费者合法权益、违反市场监督管理法律、法规及规章行为的线索，并有权要求一定金额的奖励。奖励金额按罚没款金额的1%确定，最高不超过50万。

第六章 法律责任

第五十一条 违反本条例，法律法规有规定的，从其规定。

第五十二条 经营者违反本条例第十九条，未按照规定以显著方式标明特许人和被特许人的真实名称和标记、法律主体关系、特许经营期限、经营项目、特许人联系方式以特许经营中的消费者权益保护和赔偿责任的承担主体等信息的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处1万元以上3万元以下罚款。

第五十三条 互联网经营者违反本条例第二十二条，对上传房源信息的房屋租赁中介机构未尽到资格审核义务的，由住房建设部门责令限期改正；逾期不改正的，处1万元以上2万元以下罚款。



第五十四条 提供婚介服务的机构违反本条例第二十三条，对征婚者应当提供的身份证、户口簿、学历证书等身份证明文件及婚史证明未尽到核验义务，或向征婚者承诺“无限期”或“介绍到成功为止”服务的，由民政部门责令改正，予以警告，并可处以 5000 元以上 10000 元以下的罚款。

第五十五条 经营者违反本条例第二十四条，经核准注册成立未六个月而采取预收款方式为消费者提供商品或者服务，收取时间跨度超过经营场所有权使用期限的费用，或一次性收取时间跨度超过 3 个月服务费用的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。多收取的费用部分，消费者有权要求经营者按《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的规定增加赔偿。

第五十六条 经营者违反本条例第二十七条，终止经营活动的，未提前 60 日告知已收取预付款的消费者的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

第五十七条 网络游戏经营者违反本条例第二十八条，为未成人超限额充值的，由文化旅游体育部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、3 万元以上 10 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿。

第五十八条 经营者违反第三十三条规定，未以显著的方式告知退票的方式及退票费用的收取规则的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 1 万元以上 2 万元以下罚款。

第七章 附则

第五十九条【施行日期】 本规定自 202 年 月 日起施行。



五、典型案例

1、网络消费格式条款中与消费者有重大利害关系内容存在例外情形，应以显著方式进行提示——邬某诉某旅游 App 经营公司网络服务合同纠纷案

基本案情：邬某通过 A 公司经营的旅游 App 预定境外客房，支付方式为“到店支付”，订单下单后即被从银行卡中扣除房款，后原告未入住。原告认为应当到店后付款，A 公司先行违约，要求取消订单。A 公司认为其已经在服务条款中就“到店支付”补充说明“部分酒店住宿可能会对您的银行卡预先收取全额预订费用”，不构成违约，拒绝退款。邬某将 A 公司起诉至法院，请求判令退还预扣的房款。

裁判结果：法院经审理认为，对“到店支付”的通常理解应为用户到酒店办理住宿时才会支付款项，未入住之前不需要支付。即使该条款后补充说明部分酒店会“预先收取全额预订费用”，但对这种例外情形应当进行特别提示和说明，如果只在内容复杂繁多的条款中规定，不足以起到提示的作用，A 公司作为预定服务的提供者应当承担责任。最终，法院支持邬某退还房款的诉讼请求。

典型意义：在数字经济、互联网产业飞速发展的大背景下，线上交易中企业基本都采用格式条款的方式与消费者建立契约关系。但是，在格式条款发挥其便捷、高效、积极作用的同时，因其本身具有的单方提供、内容固定的特质所带来的问题和风险，也不容忽视。法律明确赋予了格式条款提供者进行提示说明的义务，民法典第四百九十六条规定：“提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务，致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的，对方可以主张该条款不成为合同的内容。”提供格式条款的企业应当基于公平、诚信原则，依法、合理制定格式条款的内容，并对于履行方式等与消费者有重大利害关系的条款，向消费者进行特别的提醒和说明，从而维护交易秩序，平衡双方利益，促进行业



发展。本案的裁判进一步厘清了网络服务提供者作为提供格式条款一方的责任，引导互联网交易模式更加符合契约自由和契约正义的精神。

2、对于网络店铺客服的行为店铺应当负责——李某诉某书店信息网络买卖合同纠纷案

基本案情：李某在M书店经营的网络店铺付款22172元购买书籍，因该电商平台关联的银行账户额度所限，经与店铺客服沟通后，李某通过平台付款10172元，向店铺客服赵某微信转账12000元。2019年8月25日李某告知赵某书单有变化，待确定后再发货，赵某表示同意。后双方对购买商品品种和数量做了变更，交易价格变更为1223元。M书店将通过平台支付的10172元退还给李某，但通过微信支付给赵某的款项扣除交易价款后尚有10777元未退回。多次要求退款未果，李某将M书店诉至法院，请求退还购书款。

裁判结果：法院认为，案涉交易发生时，赵某系M书店的员工，并作为M书店所经营网络店铺的客服与李某就购书事宜进行了磋商，该行为属于网店客服人员职权范围内的事项。M书店并未就交易磋商的方式和渠道进行特殊提示或告知，故无论该行为是通过电商平台还是微信，只是磋商渠道和方式的不同。李某有理由相信赵某的行为是代表M书店与其进行交易磋商，赵某的行为对M书店应发生效力。李某与M书店之间就购买书籍建立了网络购物合同关系。后，李某提出变更购买图书的名称及数量，并要求退还剩余款项，赵某表示同意，应视为李某与M书店就合同内容进行了变更，M书店应当退还剩余款项10777元，故判决支持了李某的诉讼请求。

典型意义：便捷、快速进行交易是互联网消费的优势之一，而交易的安全和稳定同样是消费者保护的应有之意，两者不可偏废。现实中，考虑到消费者对购物、沟通软件使用习惯、偏好的不同以及其他具体特殊情况，不宜仅仅因为消费者未完全通过电商平台进行支付轻易否认消费者与商家相关交易行为的效力。该案判决认定店铺客服能够代表店铺进行交易，是对交易中消费者对店铺信任的保护，也是对于交易秩序和安全的维护，压实了商家主体责任，提示、督促商家加



强内部管理监督，从而进一步规范线上交易中商家的销售行为，促进互联网数字经济行业有序发展。

3、电子商务经营者应当遵守对消费者做出的有利承诺，对承诺的解释应按普通消费者的通常认知进行——齐某某诉罗某某网络信息购物合同纠纷案

基本案情：罗某某在某网络购物平台开设有网络店铺，从事某品牌电动摩托车锂电池的销售经营活动。罗某某在其网络店铺销售商品时对外宣称，商品“签收 15 天内支持免费退换货，半年内质量问题换新，两年保修”。齐某某在罗某某网络店铺购了前述品牌的电动摩托车锂电池，使用三个月后发现存在充电不满等质量问题，便要求罗某某按销售承诺为其更换新电池。罗某某经检查确认交付的锂电池确实存在质量问题后，同意为齐某某更换新的电池。更换电池后，齐某某仍发现存在同样的质量问题，通过平台与罗某某协商，罗某某明确此前并未给齐某某换新电池，仅更换了电芯，并以销售承诺中的“换新”仅指换“新电芯”为由，拒绝为齐某某更换全新的电池。齐某某因此诉至法院，请求判令解除与罗某某的信息网络购物合同，并由罗某某退还已支付的商品价款。

裁判结果：法院认为，罗某某在销售案涉商品时，通过商品网络详情页对齐某某做出承诺，所售商品“半年内质量问题换新”，按社会普通消费者的通常理解，此处的“换新”应指电池整机换新，而非构成电池组成部分零部件换新。罗某某确认交付给齐某某的锂电池存在质量问题，但却未按销售承诺给齐某某换新电池，而是将部分零部件进行了更换。齐某某要求罗某某按承诺，对整个电池换新，但罗某某一直予以拒绝。齐某某只能另行购买新的电池使用。罗某某在销售商品存在质量问题的情况下，拒不按销售承诺履行更换义务，已构成违约。现其违约行为已致合同目的无法实现，齐某某要求解除合同，退还货款，依法应予支持。

典型意义：电子商务经营者在销售商品时对消费者做出有利承诺的，应当遵守其承诺。现实中存在不少电子商务经营者为吸引流量、促进销售，在销售商品



或提供服务时以宣传或告示等形式向消费者做出高于国家、行业标准的有利承诺，当消费者接受承诺与经营者形成交易关系后，经营者却以各种理由拒不兑现其承诺，有损消费者的合理预期，也侵害了消费者的合法权益。电子商务经营者兑现对消费者做出的有利承诺，既是对交易双方协议约定重要义务的履行，更是经营者诚信经营的重要体现。电子商务经营者的承诺是向消费者做出的，一般应以社会普通消费者能够理解的方式进行表达，当消费者对其中某些用语的理解，与经营者的理解不同时，应以交易时社会普通消费者的通常理解为标准进行解释，以强化对消费者权益的保障。

4、销售者在二手商品网站从事经营活动构成欺诈的，应当承担惩罚性赔偿责任——高某诉杨某网络信息购物合同纠纷案

基本案情： 杨某在某二手商品网络交易平台发布二手“某知名品牌无线耳机”的交易信息，称该无线耳机系其外出旅游时在官方专营店购买其他数码产品时赠送，全新正品，现闲置低价转让。高某获知该信息，向杨某确认该二手商品系全新官方正品后，通过二手商品网络交易平台与杨某达成交易。高某收到耳机后，发现该无线耳机系假冒产品，认为杨某销售行为构成欺诈，遂向法院提起诉讼，请求判令杨某返还已支付的购物款并承担价款三倍的惩罚性赔偿责任。法院经审理查明，杨某销售的“二手商品”确系假冒产品，且杨某短时间内在某二手商品网络交易平台以同样宣传方式已销售同款无线耳机40余笔，交易金额超5万余元。

裁判结果： 法院认为，杨某在二手网络交易平台假借出售个人闲置物品的名义长期从事经营性销售活动，并以虚假宣传的方式销售假冒商品，致高某陷入错误认识，进而订立合同，形成交易，杨某行为应认定为商业性经营行为，其行为构成销售欺诈。高某主张杨某依据消费者权益保护法承担经营者责任，法院应予支持。故判令杨某退还高某已支付的商品价款并承担商品价款三倍的惩罚性赔偿。

典型意义： 近年来，个人闲置物品的网络交易，方兴未艾，交易人数、交易量发展迅速。各大二手商品网络交易平台的出现，更促进了社会个人闲置二手商



品交易的繁荣,但不可忽视的是二手商品网络交易平台中销售者发布的商品鱼目混珠,侵害合法权益的事件多有发生。对于二手商品网络交易平台发生的交易,买家权益受到损害,能否适用消费者权益保护法要求销售者承担经营者责任,相关法律规定并不明确。从促进全社会个人闲置二手物品线上交易健康、规范、有序发展,以及平等保护市场交易主体合法权益的角度考虑,有必要对网络二手市场的交易主体进行区分,应在综合考虑出售商品的性质、来源、数量、价格、频率、是否有其他销售渠道、收入等情况下,合理将长期从事二手交易营利活动的销售者界定为经营者,适用消费者权益保护法的相关规定,以切实维护消费者的合法权益。



杭州市律协互联网信息专业委员会

简介

杭州市律协互联网信息专业委员会（下称“市律协互信委”）隶属于杭州市律师协会，系杭州市律师协会为顺应互联网时代的浪潮，针对网络时代行业产业转型升级变革，新型法律关系不断涌现，法律服务需求多样化加剧的背景而特设的专业委员会。

本届专委会由吴旭华律师担任主任；许力先律师、李泉良律师、夏晶晶律师担任副主任；由陈思律师担任秘书长，夏亮律师、金婧律师、褚霞律师担任副秘书长。目前，共有委员律师 60 余人。

市律协互信委立足于互联网基因，秉承“去中心化”的互联网思维，构建了一套运行高效、分工明确、重点突出的组织架构。最大的亮点在于，针对互联网时代的需求和热点，专门设立了自主运行，相助支撑的五大课题组，分别是：

- 1、电子商务课题组；
- 2、区块链课题组；
- 3、电子竞技课题组；
- 4、大数据课题组；
- 5、人工智能课题组。

杭州市律协互联网信息专业委员会

主任：吴旭华（天册所）

副主任：许力先（六和所） 李泉良（金道所） 夏晶晶（大成所）

秘书长：陈思（大成所）