

# 时评 规范营销短信 劝千遍不如罚一次

□ 张涛

随着“双十一”促销活动临近，工信部信息通信管理局于10月25日召开行政指导会，规范电商平台短信营销行为。会议要求，电商平台要立即全面自查自纠零售、金融等相关产品的短信营销行为，不得未经消费者同意或请求擅自发送营销短信。（《华商报》10月28日）

《民法典》规定，除法律另有规定或者权利人明确同意外，任何组织或者个人不得以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件、传单等方式侵扰他人。《通信短信息服务管理规定》进一步指出，“短信息服务提供者、短信息内容提供者未经用户同意或者请求，不得向其发送商业性短信息”。但在现实生活中，滥发商业性信息现象一直禁而不止，成为一大顽疾，令消费者不堪其扰。

为此，每逢“6·18”“双十一”等关键节点，工信部都会事先召集相关电商平台和短信息服务企业开会，要求规范营销短信发送，强化行业自律。提前打“预防针”是必要的，但仅有这些还不够。从以往来看，“不得擅发营销短信”强调了一遍又一遍，但收效甚微。据统计，近年来“双十一”促销期间电商平台的相关投诉中，营销类垃圾短信投诉占比高达九成，且衍生出大量相关消费金融类垃圾信息投诉。

追根溯源，还在于擅发营销短信的违法成本太低。根据《广告法》第六十二条，未经当事人同意或者请求，以电子信息方式向其发送广告的，由有关部门责令停止违法行为，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款，《通信短信息服务管理规定》

也有相应条款。不过，尽管营销短信满天飞，却鲜有企业和商家因此受到处罚，在此情况下，企业和商家难免有恃无恐，将法律规定当作耳旁风。

不得擅发营销短信，说千遍不如罚一次。在要求电商平台承担主体责任的同时，有关部门也应加强监管，对于违规发送营销短信的行为依法处罚，并及时向社会公布，以微效尤。

此外，还应看到，平台商家滥发营销短信的背后，也有一些电商平台“默认”注册用户同意直接发送促销信息的潜规则作祟。有关部门应加强对电商平台的监督指导，督促其尽快修补规则漏洞，避免消费者在不知情的情况下“被同意”。

（作者为河南自由撰稿人）

一周声音

宋鹏伟 整理



“灾后重建取得阶段性成效。”

——在山西省政府新闻办22日举行的新闻发布会上，山西省委宣传部副部长、省政府新闻办主任张羽表示，经过干部群众连续奋战，山西省灾后恢复重建各项工作已取得阶段性成效。目前，灾区除险排涝、房屋安全摸排、恢复受灾地区基础设施、恢复村容村貌、复工复产复学、全面启动返贫监测机制及摸底等工作基本完成，群众基本生活得到有效保障，灾区生产生活秩序总体稳定，灾后恢复重建第一阶段目标任务基本实现。（新华网）

“部分民营医院骗取医保基金，严重损害医疗行业发展。”

——10月28日，最高人民法院发布人民法院依法惩处医保骗保犯罪典型案例。最高人民法院刑三庭负责人表示，部分民营医疗机构为获取非法利益，虚构医疗服务、医疗票据，骗取医保基金，严重危害医保基金安全，损害民营医疗行业发展。（微信公众号“最高人民法院”）

“鼓励需冷藏乳制品明确标注保质期到期日。”

——近日，国家市场监管总局发布《关于鼓励企业标注乳制品食用期限的公告》，鼓励食品生产企业生产的需冷藏保存的巴氏杀菌乳、发酵乳，在标明生产日期的基础上，明确标注保质期到期日，如“保质期至XXXX年XX月XX日”“请于XXXX年XX月XX日前食(饮)用”等。（中新网）

投稿邮箱:tywbplb@163.com

文明  
微  
评

## 节能无小事

□ 徐曙光

日常工作中，我们经常可以看到这么一种现象：有些办公室的室内光线明明很好，可日光灯仍然整天开着；很多仅写了几个字的纸张就被扔进了废纸篓；许多电脑闲置时也常开着，下班后仍处于待机状态……

能源紧张，全社会上下都在大力倡导减少浪费、节约能源，可一些人还是不放在心上，如果是自家的东西，他们还会这么做吗？

节能无小事，我们每一个人都应从自身做起，从点滴做起，厉行节约。从这个角度来说，有关部门应及时为那些患有节约麻木症的单位和个人开一帖清醒剂，通过制度规范和宣传让他们尽快醒醒脑，尽快扭转这种现象。



话中

日前，中国青年报社社会调查中心对2006名18—35周岁青年进行的一项调查显示，高达90.6%的受访青年坦言父母对自己进行过言语上的打击式教育。59.7%的受访青年认为打击式教育会导致孩子缺乏自信，容易自我否定。（《中国青年报》10月28日）

讲文明 树新风



# 光盘行动 从我做起

GUANG PAN XING DONG



太原市文明办  
太原日报社



# 生态 文明

从我做起



太原市文明办  
太原日报社

讲文明 树新风

靓丽城市大家维护  
环境整治人人参与