

时评 规范营销短信 劝千遍不如罚一次 □ 张涛

一周声音

宋鹏伟 整理

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举报。

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,以儆效尤。

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)

“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工作目标任务基本实现。(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,国家市场监督管理总局发布《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



陶小莫/漫画

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)

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。

