

直指App“偷窥”、随意索权！新规发布管住“乱伸的手”

□新华社记者 张辛欣

国家网信办、工信部、公安部、国家市场监督管理总局四部门近日联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，明确了地图导航、网络约车等39类常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围，明确超范围收集用户个人信息等过度索权问题。

新规传递哪些信号？下一步将如何保护个人信息？

明确收集范围 划出红线底线

“刚刚聊到某个话题，很快就在一些App中收到相关广告”，你是不是也有过类似的经历？这也许并不是巧合。

工信部副部长刘烈宏曾在不久前的App个人信息保护监管座谈会上说，当前，一些App在商业利益驱动下，未经用户同意违规获取语音等输入信息，并进行广告精准推送。

过度索权引发的焦虑、风险，被高度关注、重点整治。继工信部重点整治违规调用麦克风、通讯录、相册等权限，四

部门出台的规定将矛头聚焦这一问题。

规定明确了39类常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围。比如，地图导航类的基本功能服务为“定位和导航”，必要个人信息为位置信息、出发地、到达地。网上购物类的基本功能服务为“购买商品”，必要个人信息包括注册用户手机号码；收货人姓名(名称)、地址、联系电话；支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

业内专家认为，规定对信息收集范围进行明确，鲜明指出必要个人信息是指保障App基本功能服务正常运行所必需的个人信息。划出底线、明确红线，为保护个人信息提供规则依据。

知情同意、最小必要是重要原则

记者从工信部了解到，工信部正会同相关部门尽快出台《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定》，知情同意和最小必要是其中两项个人信息保护的重要原则。

知情同意原则要求从事App个人信息处理活动，应当以清晰易懂的语言告知用户个人信息处理规则，由用户在充分支持的前提下作出自愿、明确的意思表示。最小必要原则要求从事App个人信息处理活动，应当具有明确合理的控制，不得从事超出用户同意范围或者与服务场景无关的个人信息处理活动。

不久前，电信终端产业协会发布了《App收集使用个人信息最小必要评估规范》系列标准，最小必要原则同样位列其中，旨在对移动互联网行业收集使用用户人脸、通讯录、短信、位置、图片等个人信息进行规范。

工信部将重点解决“麦克风权限滥用”“未经用户同意擅自读取相册”“过度索取通讯录”等当前用户反映强烈的热点问题。

持续专项行动 对拒不接受整治的要坚决下架

“我们保护个人信息的态度是坚决

的，法律是不断完善的，技术水平也在不断提升。”工信部部长肖亚庆此前公开表示。

据悉，工信部连续两年部署开展专项行动。今年将加大力度，延续这样的整治行动。

在个人信息保护过程中，对拒不接受整治的App要坚决下架。同时，也要提高技术装备能力，检测出信息保护的漏洞。全国App技术检测平台要形成全年检测180万款的覆盖能力。

记者从工信部了解到，今年，将狠抓严查App侵害用户权益行为，紧盯反复出现问题被点名通报的重点企业。同时推动App及SDK开发运营者、应用分发平台、第三方服务提供者、设备厂商、安全厂商自觉履行社会责任。

天眼查专业版数据显示，近年来我国互联网安全相关企业增长迅速，以工商登记为准，2020年我国新增超6.5万家互联网安全相关企业，年注册增速达85%。工信部将加大力度推动网络安全产业发展，为信息保护筑牢基础。

我国将实施九大行动推动制造服务业高质量发展

新华社北京3月23日电 记者23日了解到，国家发展改革委等13个部门近日出台意见加快推动制造服务业高质量发展，明确将实施制造服务业主体培育行动等九大行动，实现制造业与制造服务业耦合共生、相融相长。

根据《关于加快推动制造服务业高质量发展的意见》，我国将以加快推动制造服务业专业化、标准化、品牌化、数字化、国际化发展水平明显提升，形成一批特色鲜明、优势突出的制造服务业集聚区和示范企业。

意见提出，我国将从提升制造业创新能力、优化制造业供给质量、提高制造业生产效率、支撑制造业绿色发展、增强制造业发展活力、推动制造业供应链创新发展行动、制造服务业标准体系建设行动、制造业计量能力提升行动。

制造服务业是面向制造业的生产

性服务业，是提升制造业产品竞争力和综合实力、促进制造业转型升级和高质量发展的重要支撑。意见明确，力争到2025年，制造服务业在提升制造业质量效益、创新能力、资源配置效率等方面的作用显著增强，对制造业高质量发展的支撑和引领作用更加突出。重点领域制造服务业专业化、标准化、品牌化、数字化、国际化发展水平明显提升，形成一批特色鲜明、优势突出的制造服务业集聚区和示范企业。

意见提出，我国将从提升制造业创新能力、优化制造业供给质量、提高制造业生产效率、支撑制造业绿色发展、增强制造业发展活力、推动制造业供应链创新发展行动、制造服务业标准体系建设行动、制造业计量能力提升行动。

制造服务业是面向制造业的生产

两部门：延续实施应对疫情部分税费优惠政策

新华社北京3月23日电 记者23日从财政部了解到，为进一步支持疫情防控，帮助企业纾困发展，财政部、国家税务总局日前发布公告，明确延续实施应对疫情部分税费优惠政策。

根据公告，《财政部 税务总局关于支持个体工商户复工复产增值税政策的公告》规定的税收优惠政策，执行期限延长至2021年12月31日。其中，自2021年4月1日至2021年12月31日，湖北省增值税小规模纳税人适用3%征收率的应税销售收入，减按1%征收率征收增值税；适用3%预征率的预缴增值税项目，减按1%预征率预缴增值税。

公告明确，《财政部 税务总局关于

支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关个人所得税政策的公告》《财政部 税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》《财政部 税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关捐赠税收政策的公告》规定的税收优惠政策已经到期，执行期限延长至2021年12月31日。

根据通知，各中央企业要切实加强资金内控体系建设，确保内控要求嵌入到资金活动全流程；要持续强化资金内控关键环节监管，建立资金内控关键要素管理台账，持续跟踪监测预警资金内控要素异动情况，严格银行账户和网银监管，加强大额资金支付监管。

围绕境外资金风险管控，通知强调各中央企业内控部门要结合所属境外单位所在国家(地区)法律法规和本企业内控管理要求，建立健全境外资金内控监管体系；完善境外资金内控监管制度，明确境外大额资金审核支付、银行账户管理、财务主管人员委派、同一境外单位任职时限、资金关键岗位设置等方面要求，促进境外资金合规管理；加强境外资金风险防范，及时做好重大资金风险应急处置工作。

金融服务“三农”，乡村振兴票据来了！

□新华社记者 刘开雄

近日，银行间市场推出了乡村振兴票据，企业可利用该债务融资工具专项产品为涉及乡村振兴的项目募集资金。

记者了解到，乡村振兴票据聚焦“三农”发展，重点支持乡村产业发展、农民就业增收、农业现代化、乡村建设等项目，并可灵活运用债务融资工具全系列产品谱系，结合企业落实乡村振兴战略需求提供精准支持。

同时，为更好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，乡村振兴票据承接原扶贫票据政策和标准，对募集资金用于“脱贫后5年过渡期”相关项目，设立衔接过渡期，确保支持政策不断档。

要建设基础性、长远性、战略性的乡村振兴重大项目，就需要长期大额稳定的金融资源支持。

重庆医药(集团)股份有限公司近期成功发行了2亿元乡村振兴票据，部分资金将用于重药集团旗下区县公司的专项药品采购，保障重庆地区多个近年脱贫摘帽的重点区县的药品供应，确保乡村地区老百姓各类疾病特别是基础疾病用药及时、稳定、充足的供应。

“本期乡村振兴票据的顺利发行，为集团扎根医疗流通领域，进一步提升乡村基层医疗机构的物流和供给能力提供了强有力的金融支持。”重药集团相关负责人说。

目前，已经有多家企业成功发行了乡村振兴票据，其募集资金主要用于脱贫摘帽地区基础医疗用药，向农户采购玉米、大豆等饲料原材料推动农村种养业发展，归还粮食收储贷款和支持大宗粮源基地“米袋子”工程，利用综合智慧能源助力美丽乡村建设等多个领域。

“改善城乡居民生产生活条件，推进城乡区域协调发展离不开金融的支持。”浦发银行投行部副总经理宋瑞波表示，乡村振兴票据募集资金用于支持农民就业增收、农业现代化和美丽乡村建设，发债主体涵盖央企、地方国企和民营企业，充分发挥社会各界在发展产业、防范风险、巩固“三农”发展等方面的重要作用。



浙江景宁：畲乡茶企制茶忙

3月23日，在景宁畲族自治县一茶叶加工企业，工人在杀青车间忙碌。

眼下，位于浙南山区的丽水市景宁畲族自治县进入春茶采摘加工忙碌时节。景宁是国家地理标志产

品惠明茶的产地。近年来，该县通过龙头企业带动，制茶非遗传承人引领，不断优化制茶工艺，提升茶叶品质，带动茶农增收致富。

□据新华社

解决在线消费纠纷、联网核查3C认证产品……今年市场监管亮出这些招

□新华社记者 赵文君

在线消费纠纷有没有更好的解决之道？如何保证电商平台所销售的3C认证产品真实有效且持续符合认证要求？市场监管总局22日举行一季度例行新闻发布会，对消费者权益保护、提升产品质量等民生关注的热点亮出新招。

联网核查电商平台销售的3C认证产品

市场监管总局认证监管司副司长李春江说，为保护消费者健康安全，我国对涉及人身健康安全的产品实施强制性产品认证制度(简称3C认证制度)，列入3C认证目录的产品，未经3C认证，不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。目前，列入3C目录的产品共17类103种，主要涉及消费品。

为了保证电商平台所销售的3C认证产品真实有效且持续符合认证要求，市场监管总局强化智慧监管，利用大数据，通过3C认证证书联网核查方式，构建了3C认证产品线上线下一体化监管机制，实施3C认证证书联网核查工作，保障产品质量安全，保护消费者权益。

目前，市场监管总局已与阿里巴

巴、京东、唯品会等电商平台开展了3C认证证书联网核查智慧长效工作机制。通过“认证认可信息共享公共服务平台”，向电商平台提供3C认证证书联网核查数据接口，实时核查平台所销售3C认证目录内产品的3C认证证书状态，未获得3C认证证书的，电商平台通过联网核查直接进行拦截，该产品不能上线销售。

据统计，2020年，参与联网核查的各电商平台联网核查3C认证证书共计6550万余次，涉及商家超过90万家。

ODR机制解决在线消费纠纷

市场监管总局网监司副司长张道阳说，全国12315平台推进在线消费纠纷解决(ODR)机制建设，积极将重点领域、重点企业引入ODR机制。去年全国12315平台共发展ODR企业2.55万家，主动与消费者在线协商纠纷19.22万件，ODR企业发展数量同比增长4.68倍，直接与消费者协商解决纠纷同比增长2.15倍，与传统调解方式相比，ODR和解成功率提高6.21%，平均办理时长缩短7.76天，按时办结率和群众满意率也都

较上线前有了明显提升。

海南推动在全省离岛免税商品领域全面推行ODR机制，免税商品退换货、机场提货、产品质量、包装破损等问题得到有效解决；上海探索试点ODR企业投诉件实时互转、联动处置、信息共享，ODR运转处置效能排在全国前列；福建将ODR运行机制与消费投诉信息公开有效结合，重点行业投诉量明显降低。各地通过建立ODR引导、监管、示范三位一体的模式，逐步构建起企业履行主体责任、行业自律、社会监督、部门协作为一体的消费维权共治新格局。

加强消费品质量监管

去年，市场监管总局聚焦与老百姓衣食住行密切相关的重点产品、重点指标，组织对98种消费品开展了国家监督抽查，共抽查9238家企业的9549批次产品，发现964家企业的979批次产品不合格，不合格发现率为10.3%。

关于口罩质量监管，市场监管总局质量监督司一级巡视员孙会川表示，今年将按照抽查一批、曝光一批、整顿一批、关停一批、规范一批、转产一批、整合一批、培

育一批的工作原则，毫不松懈地继续抓牢、抓实、抓好口罩产品质量安全监管。

去年，市场监管总局加大民用口罩质量专项抽查力度，共抽查5000多家企业生产的近6000批次产品，依法处置1000多批次不合格产品。

市场监管总局质量发展局副局长王赞松说，今年将加强对新兴行业和领域生产企业的引导和监督，推动我国产品安全水平不断提升。

针对家用电器、儿童玩具等传统领域，强化缺陷线索收集监测，提升分析识别和快速反应能力，加大重点产品缺陷调查和召回实施监管工作力度，督促生产企业切实履行产品安全主体责任。针对智能家居、消费型无人机、服务型机器人等产品，形成线上线下联动的消费品缺陷调查工作模式。

针对和消费品有关的重点产业链、产业聚集区，开展风险评估与质量诊断，加强共性产品缺陷问题研究，发现产品缺陷、提出产品安全规范建议，促进行业整体质量提升，从根本上帮助企业消除产品安全隐患，推进技术创新，促进产业高质量发展。

国资委要求中央企业加强资金内控管理

新华社北京3月23日电 为加强中央企业资金内部控制管理，进一步提升防范重大资金损失风险能力，国务院国资委日前印发通知，围绕建立健全资金内控管理体制机制、加强资金内控体系建设、强化资金内控关键环节监管以及有效开展境外资金风险管控等工作提出明确要求。

近年来，一些中央企业出现资金管理体系不健全、制度执行不到位、支付管理不规范、信息化建设滞后等问题。

国资委此次印发的《关于加强中央企业资金内部控制管理有关事项的通知》提出，各中央企业要高度重视资金内控管理工作，落实内控部门资金内控监管责任、工作职责与权限，明确监管工作程序、标准和方式方法，构建事前有规范、事中有控制、事后有评价的工作机制，形成内控部门与业务、财务(资

金)、审计等部门运转顺畅、有效监督、相互制衡的工作体系。

根据通知，各中央企业要切实加强资金内控体系建设，确保内控要求嵌入到资金活动全流程；要持续强化资金内控关键环节监管，建立资金内控关键要素管理台账，持续跟踪监测预警资金内控要素异动情况，严格银行账户和网银监管，加强大额资金支付监管。

围绕境外资金风险管控，通知强调各中央企业内控部门要结合所属境外单位所在国家(地区)法律法规和本企业内控管理要求，建立健全境外资金内控监管体系；完善境外资金内控监管制度，明确境外大额资金审核支付、银行账户管理、财务主管人员委派、同一境外单位任职时限、资金关键岗位设置等方面要求，促进境外资金合规管理；加强境外资金风险防范，及时做好重大资金风险应急处置工作。

银保监会启动人身保险行业佣金制度调研

新华社北京3月23日电 记者从银保监会获悉，银保监会近日向各人身保险公司发函，全面启动人身保险行业佣金制度调研工作。

据介绍，自1992年代理人模式引入内地保险市场以来，依赖于“人海战术”的个人代理渠道迅速成为人身险行业增长的主要动力。但随着保险公司营销员数量爆发式增长，现行佣金制度的弊端逐渐显现。营销体制粗放发展、佣金分配比例失衡、营销机制激励短期化，是行业“长险短做”、虚假业务、“退保套利”等问题产生的重要原因。

此次调研主要集中于各人身保险公司的营销队伍组织架构、营销员佣金分配机制、代理人渠道存在问题及公司的应对措施、佣金制度改革建议和需要关注的风险等内容，同时要求各人身保险公司填报代理人渠道相关数据和指标。

银保监会有关部门负责人表示，此次调研是对人身保险行业佣金制度长期存在问题的一次彻底摸底，银保监会将结合调研情况，构建长效机制，研究修订相关制度，明确佣金制度的改革方向。