

热议

工信部出手，推销短信、电话要凉凉

“

从工信部祭出的诸多技术手段，到推销短信、电话彻底凉凉，中间可能还需强化一环，即对违规企业的处罚力度还需加强。

□毕舸

正睡得香，或者忙得焦头烂额时，手机短信或电话响了，赶紧看下或接通，却发现是广告短信、推销电话——“房子/商铺/贷款了解一下？”“平安贷款，额度10万元已发送至您的手机，请戳……”

这些情景我们是不是，很熟悉？针对这一乱象，工信部出手了。

8月31日，工信部发布《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称《意见》），其中明确规定：任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发

送商业性短信息或拨打商业性电话。

为治理广告短信、推销电话，《意见》建立了三道屏障。

第一道屏障，基础电信业务经营者、移动通信转售业务经营者作为短信和电话服务的管理平台，一旦发现存在类似问题，可以对存在此类行为的企业采取行动，包括限制或者暂停其通信功能。

第二道屏障，来自工信部组织建立的全国统一的“谢绝来电”平台，引导企业不用推销短信和电话“轰炸”用户手机。基础电信服务提供者则提供“谢

绝来电”服务，给用户以自主选择权。

第三道屏障，是12321受理中心负责后续的用户投诉、处理流程，在规定时间内完成处理，并告知用户处理结果。

此外，《意见》还对明知故犯的企业采取行政处罚等惩戒举措，包括1万元以上3万元以下罚款、吊销电信业务经营许可，而肩负管理责任的基础电信业务经营者、移动通信转售业务经营者，如果对此类行为睁一只眼闭一只眼，同样要承担被警告及罚款等后果。

让推销短信和电话远

离我们的生活，是大家的普遍心愿，《意见》对这一老大难问题，给出了初步的解决方案。既然是公开征求意见，我也想谈点自己的看法。

从工信部祭出的诸多技术手段，到推销短信、电话彻底凉凉，中间可能还需强化一环，即对违规企业的处罚力度还需加强。根据已披露的信息，不少干这一行的企业动辄一次性发送几十万、几百万条推销短信，一条短信的成本不过几分钱。有了AI后，企业反复拨打用户电话进行商业推销，成本也很低。

如果仅仅是1万到3万的罚款标准，对于这些企业来说，恐怕感受不到“肉疼”。企业天生又是追求投入产出比的，有关部门不妨根据其每次发送短信或拨打电话的数量，按照一条短信、一个电话XX元的标准罚款，并且上不封顶。

唯有如此，企业才能发现，发送推销短信或拨打电话的成本远超灰色收益，再继续类似做法，自己会被罚至破产。在经济红线面前，相信会有更多的企业明白：莫伸手，否则后果伤不起。

（相关报道见昨天A11版）



干掉假证窝点

安徽滁州警方日前捣毁一个制售假证窝点，查交身份证、驾驶证、房产证、结婚证等各类假冒证件17万余份、各类假公章6319枚。

新华社发

观察

别用网络臆想绑架张宏民

人生被“模式化”的结果是，谁都有可能被这样的模式思维所反噬，成为他人眼中的“失败者”。

□叶克飞

这两天，新闻联播前播音员张宏民独自吃雪糕的事儿登上热搜。原本平平无奇的一幕，因网民频频“加戏”而发酵。在社交平台上，可以见到各种认为张宏民“失败”的评论，认为他“年轻时混得再好也不如老年有妻儿重要”“再优秀，无儿无女也是失败的一生”。

这种场面多少令人惊诧，网民应该以年轻人为主体的，新观念应该占据优势。比如，逼婚、逼生和重男轻女之类的事，虽然在现实中时有发生，但在网上总被视作陈腐。然而，网民对张宏民的评论，颠覆了这样的认知。有人慨叹：“我们花了三十年才让‘人生的多样化’成为一种相对普遍的认知，可是没过几年，许多人的观念又从2020年回到1820年。”

这样的观念变化，这几年并不鲜见。单是张宏民，退休后就一直被许多自媒体设定了“晚景凄凉”的“人设”。相比男性，女性在私生活上受到的压力更为明显，前段时间杨丽萍发了个生活视频，结果有网友留言：“一个女人最大的失败是没有一个儿女，所谓活出了自己都是蒙人的”“女人唯一的快乐，就是操劳一生、子孙满堂之后的天伦之乐”。这种“退回封建时代”的言论，居然获得了上万点赞。

观念的走向，多少跟网民的构成变化有关。

互联网发展最初，用户的典型特征是年轻化加精英化，因此多少形成了一种新观念的力量。而在智能手机兴起后，网民人数急剧扩大，平均年龄明显加大，平均学历随之降低，认知水平也开始“一言难尽”。

一些低等的观念对“多样化人生”予以否定，进而将人生模式化。对张宏民私生活的批评甚至惋惜，实质上都是“网络批斗”，以自己的狭隘认知否定所有的“不一样”。有网友揶揄：“吃个雪糕的门槛都得是有儿有女了？”

文明社会的重要标志，就是人们普遍获得自由选择生活的权利，可以依靠努力改变自身命运，可以选择自己喜欢的工作，可以自由选择是否结婚是否生孩子……每个人的自我价值和实现路径，都非固定和单一的。

人生被“模式化”的结果是，谁都有可能被这样的模式思维所反噬。如果连张宏民、杨丽萍这样的行业佼佼者都要忍受“人生失败”的指摘，那我们这些普通人又该如何自处？

张宏民、杨丽萍的私生活成为社会热点，本身就是一种悲哀。因为在一个正常社会里，本不该有人会对别人结不结婚、生不生孩子这种事情指手画脚。

不轻易“指点”别人的人生，其实根本算不上美德，而是一个正常人应该具备的常识。

观察

杜绝“杀熟”，推动旅游业健康复苏

□澎湃

大数据“杀熟”再被敲打。8月31日，文化和旅游部公布《在线旅游经营服务管理暂行规定》（以下简称《规定》），将于10月1日起正式施行。规定要求，在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段，基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件，侵犯旅游者合法权益。

距离十一黄金周不到一个月，在这个时间点，《规定》的出台为在线旅游平台的规范运行打了一次预防针。它回应了近年来“社会反映的热点、市场监管的难点、行业发展的痛点”。

近些年，消费者反映在线旅游平台“杀熟”的现象时有发生，尽管多数平台都予以否认，相关部门也发布了明确要求，但“杀熟”的公共观感并未彻底改变。

被调查者认为“大数据杀熟”问题最多的平台中，在线旅游高居榜首。

相较于一般的网络平台，在线旅游平台包含了游客吃喝住行等一条龙的服务，对用户的数据掌握非常熟悉和完整。一旦“基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件”，即俗称的“杀熟”，其对旅游者合法权益的侵犯可想而知。

更重要的是，大数据“杀熟”往往具有隐蔽性，消费者如果没有很高的维权意识，很难成功维权。所以，规定划定红线很有必要，但现实执行中，还需要相关部门完善和细化对“杀熟”的判定机制，避免标准模糊给消费者维权和监管带来难题。

此外，规定还明确要求在线旅游网站不得擅自屏蔽删除评价。这对于防范“杀熟”是必要的

配套保障。因为，切实捍卫消费者的第三方“评价权”，是确保“杀熟”治理成效的重要一环。

受疫情影响，今年旅游业经历了从暂停到重启再到加速恢复的过程，各大在线旅游平台也受到重创。随着门票网络预约成为常态，游客更依赖通过线上渠道获取信息和服务，在线旅游平台迎来新的发展机遇的同时，一些过去的服务弊病乃至潜规则是否会重新抬头乃至变本加厉，的确是一个值得警惕的问题。

疫情在一定程度上重塑了旅游业形态，也不可避免对在线旅游平台提出新的要求。无论推进疫后旅游业复苏、加速旅游消费回补，还是中国旅游业的长远转型发展，都需要更健康、更规范的在线旅游平台生态。而杜绝“杀熟”等“小动作”“潜规则”，重建消费者的信任，是绕不开的一步。