

# 数字经济立法宜早不宜迟

据报道,阿里巴巴董事局主席马云在福州市召开的首届数字中国建设峰会上提出,电子商务仅仅是数字经济的序幕,数字经济将全面影响人类生活的方方面面,建议将审议中的电子商务法升级为数字经济法。

从立法程序看,电子商务法经过多年的立法调研、草案起草和审议工作,出台和实施已进入倒计时,此时“升级”谈何容易。尽管电子商务只是数字经济的一部分,但电子商务活动涉及范围广泛,电子商务法因此涉及电商经营者以及第三方平台等经营主体,涉及银行、工商、海关、税务、质检、交通运输等职

能部门。作为电子商务领域的“基本法”,电子商务法可对电商领域迫切需要解决的问题作出原则性规定,从这个意义上说,电子商务法出台宜早不宜迟。

不过,马云的建议也自有其道理,中国目前确实迫切需要一部着眼发展、面向未来、具备全球眼光的数字经济法。

数字经济代表着经济活动新的生命力,是世界经济的未来。数字经济服务于实体经济,提升传统产业已成为常态。比如,在传统制造业,通过智能物流平台提供从采购、运输、仓储到配送的系统解决方案,一些设备生

产厂家因此实现零库存。数字技术已经与各行各业深度融合,数字经济立法工作也必须尽快实施。

其实,电子商务法尽快出台与数字经济法的立法展开,可以分头推动并行不悖。电子商务法是具有较高的法律效力等级的电子商务活动基本法律,以消费者保护为重要责任;数字经济立法是要加快推动数字产业化,不断催生新兴产业新业态新模式,用新动能推动新发展。数字经济立法还要帮助互联网企业明确发展方向和思路,下定决心加速推动我国信息领域核心技术的突破。

电子商务是数字经济的序幕,但已经彻底改变了零售、批发、社交、搜索、交通、物流、餐饮等众多行业和领域,当然,其中也衍生出网络欺诈、个人信息泄露等亟待依法解决的诸多突出问题。电子商务发展取得的成绩和存在的问题启示我们,未来随着高端芯片、量子芯片、人工智能、工业互联网、5G、区块链等技术的发展,数字经济将以更迅猛的势头深刻地改变社会发展的各个方面,如果不提早谋划与之相适应的数字经济法律框架,整个社会可能付出高昂的代价。

(樊大或)

## 一家之言



## 面对刷屏故事应保持质疑精神和理性思维

“飞机就要起飞,一个男人在机舱口跪下!”前几天,不少网友被这则“跪求机组的暖心故事”感动得稀里哗啦。一男子带孩子求医,登机前与妻儿走散后跪求机组等待,最终航班晚飞20分钟,善良机长因此被处罚。然而真相是连此文和通报在内,均为编造。

其实,仔细审视这条新闻,其间漏洞破绽还是很明显的,完全经不起推敲。如若机构类媒体在转发之前,就事件的真实性与相关航空公司进行核实,这条假新闻也会在第一时间现了真身。

尽管查找、核对事实比传统媒体时代更加方便,但很多机构类媒体反而是淡忘乃至丢弃了核实的职业规矩。因为时效、独家、流量等竞争压力,大家都在乎的是在第一时间抢到“点击率新闻”,一些新媒体更习惯通过转发、整合既有材料来制作新闻。而这种有张力有冲突,能瞬间打动人心的真情故事无

疑完美契合流量新闻的特质。感人的、催泪的、鸡汤的、愤怒的、群情激昂的,所有能够点燃情绪化的文章和新闻一定是点击量之王。

同时,技术让我们与真相、真理发生了微妙的变化。你所看到的是你想看到的,你所听到的是你想听到的,基于大数据分析和你的浏览历史,各种平台向你推送的所谓海量信息,又恰恰不断地迎合你的偏好甚至是偏见。人们选择相信自己相信的东西,而自动过滤掉那些自己不愿意相信的。《牛津词典》将2016年度热词颁给了“Post-truth(后真相)”。在全新的媒介消费场景中,受众心理需求从事实偏好向价值偏好转移。在后真相时代,机构类媒体更要坚守守门人的职责。而对于网友来说,无论情感上多认同一件事,依然要保有怀疑精神和理性思维,打破砂锅问到底,永远是个好品质。

(陈进红)

## 话题 铿锵

## 不要让“抖音”变成了危险秀场



近日,武汉一父亲模仿“抖音”视频动作失手将2岁女儿摔重伤一事引发关注。日前,“抖音”官方微博发布声明,提醒用户“不要轻易模仿”高难度动作,并表示已经在开发相关产品功能,将专门上线“风险提示系统”。

事实上,不少“抖音”上的朋友,甚至凭借自己精彩的视频内容,一夜之间爆红网络。可是我们却不能忽视,“抖音”短视频存在的弊端。在“抖音”上模仿高难度动作,不小心玩脱了怎么办?法律界人士表示,互联网视频平台例如“抖音”APP,对于一些难度大且危险的动作视频,作为平台的管理者,其负有“危险动作,请勿模仿”等安全警示的注意义务。

纵观网友热议,更是横看成岭侧成峰,远近高低各不同,支持和反对“抖音”APP的两种声音充斥着整个屏幕。更有一些网友感叹,当初那个“有毒”的“抖音”已变成了如今哗众取宠的产物。

针对一些过于高危专业的视频,平台从一开始就没有尽到督促劝告大家不要轻易模仿的义务,这才造成多起悲剧。笔者以为,如此关乎人命的事件曝光后,“抖音”官方仅上线一句“风险提示”,防范力度和诚意显然不够。而其“回应”,是真为用户考虑,还是仅为了安抚众人进行的危机公关和推卸责任?这的确值得商榷。在此需要指出的是,2016年12月施行的《互联网直播服务管理规定》,已经对直播平台内容划了硬杠杠,下了死命令。

《规定》要求,互联网直播服务提供者应当建立直播内容审核平台,根据互联网直播的内容类别、用户规模等实施分级分类管理,对图文、视频、音频等直播内容加注或播报平台标识信息,对互联网新闻信息直播及其互动内容实施先审后发管理。

总之,互联网直播服务提供者有审核的义务,承担着对直播进行管理的主要责任,但就此事件来看,“抖音”平台目前所做的,远远还不够。

(张梦娇)

## 自制产品不能游离于监管之外

网售自制商品,虽然满足了一定的市场需求,也让网售自制商品卖家成功开辟了盈利渠道,但其中的法律和安全风险却不得不防。比如,据记者调查发现,家庭作坊式网店出售的商品,有不少都属于三无产品。

呵护好互联网消费安全环境,就不能任由网售自制商品游离于法律与监管之外。一则,平台和商家应恪守法纪。比如,卖家在网上销售自己种植的食用农产品尽管不需要取得食品生产经营许可证,但也要严格遵

守《中华人民共和国食品安全法》及相关配套法规与规章的规定,从而杜绝食品安全隐患。

二则,网售自制商品的存在,也倒逼监管部门创新举措。比如,督促网上购物平台加强对自制食品制作、流通、销售资质的监管;加强相关知识的普及,让更多的人熟悉网售自制商品的合法标准,以及消费注意事项;对网络上出现的不符合标准的网售自制商品,须寻根溯源,以实现精准整治和打击,

达到净化网络消费环境的目的。

三则,对于消费者来说,一方面对网售自制商品应少些盲目青睐,尤其是在购买时应多加以资质核实,在食品和化妆品方面更应如此,以防给自己带来不良影响;另一方面,对于发现的网售自制三无产品行为,不仅要抵制,而且应向有关部门反馈线索,面对商家的花钱私了也应勇于说“不”,毕竟让网络上的三无产品绝迹,消费者也责无旁贷。

(杨玉龙)

## “爱心人士”7毛钱一个 扶贫还是“扶政绩”?

据报道,“社会扶贫”App是一个连接贫困人口和社会爱心人士、爱心企业的网络服务平台。在落实过程中,一些基层党委、政府下任务下指标,爱心人士的注册量成了基层企事业单位和乡镇党委政府考核的硬杠杠,淘宝上甚至出现了代注册爱心人士的“抢手生意”,7毛钱就能注册一个“爱心人士”。

有下压指标、只追求数字好看的考核,就有数字造假的应对,这种逻辑关系于行政管理领域并不陌生。一些基层党委和政府在下达“爱心人士”指标时,将“爱心人士”注册量视为硬指标,对形象

工程、政绩工程的追求胜过了扶贫,实质问题是利益考量胜过了责任。

批评政绩工程、造假时,往往出现官员“认识不到位”的说法,这样的说法其实是一种保护性批评。拿爱心人士注册量这种硬指标的问题来说,谁都知道,注册量的多少不代表扶贫成果,实际上是“好看”的意义更大。这种压指标可能导致下面造假应对,上面也不可能想不到。如果该知道的都知道,该想到的也都能想得到,仍执意下任务压指标,就叫人怀疑:一些官员有没有扶贫的诚意?至少是“扶政绩”的追求大于扶贫吧。(马涤明)



## 比污染环境更可怕的是“假装治污”

据媒体报道,去年11月,浙江台州温岭市一座垃圾山长期困扰附近居民,群众举报后,中央环保督察组对此进行督察,当地政府承诺11月底完成垃圾清运。去年12月,记者发现这里依旧垃圾成山,当地政府再次承诺今年1月底前完成清运。然而,记者近日回访发现,号称已清运完毕的垃圾不少被填埋到了地下,造成了二次污染。

在治污没有退路早已成为共识的今天,任

何欺上瞒下、弄虚作假的行为只会让事态更加严重,最终搬起石头砸自己的脚。现在,浙江温岭就面临这样的窘境。

两次向督察组承诺清运垃圾山,并高调宣称对清运工作很重视,整个过程监管也很严格,结果却两次食言,将垃圾山填埋地下,面对手握线索的记者还公然扯谎,用“胆大包天”来形容并不为过。恶臭扑鼻的垃圾污染的只是环境,而“假装治污”污染的

则是政府公信力。

把垃圾山填埋地下,这种造假伎俩实在不高明。客观讲,这不是相关部门、企业胆子太大或侥幸心理太强所能解释的,而是一些地方政府在扭曲政绩观下长期漠视环保、习惯成自然的结果。此外,造假动力大于造假成本、污染背后存在“保护伞”等,也是“假装治污”花样百出的重要原因,大力治污必须严加治吏,否则法律法规就会丢掉“牙齿”。

(陈广江)