

全国消费促进月来了 这份花钱指南请收好

全国消费促进月来了!疫情防控向好、消费持续回升,为进一步释放消费潜力,商务部会同有关部门和地方,将于5月1日至31日集中组织开展全国消费促进月系列活动。

“双品网购节”“中华美食荟”“老字号嘉年华”、首届中国国际消费品博览会……一大波促消费活动来袭,还有商务部多位司长打call,你准备好了吗?

消费促进月:惠民让利力度更大

消费促进月是全国范围内统一开展的促消费标志性活动,是商务部实施扩内需战略、促消费稳增长的重要抓手和平台,今年是第10年举办。

商务部消费促进司司长朱小良说,今年的活动体现“六个更”——更突出服务新发展格局,更突出以节庆兴商聚市,更突出跨部门跨行业跨领域融合,更突出新技术新业态新模式应用,更突出活动促销的惠民实惠,更突出规范化便利化消费导向。

惠民方面,鼓励各地方、部门、行业为活动定制实折实扣的优惠措施,多地落实专项资金,发放消费券,给予汽车以旧换新和节能家电消费补贴,各大电商平台和流通企业积极采取直降、打折、满减、立减等多重让利促销。

活动还督促商家严把商品服务质量关,切实保障消费者合法权益。并鼓励企业商家开展无接触配送,无理由退货等全流程售后服务,促进便利舒心消费。

双品网购节:“丝路电商”伙伴国打造国别爆款

本届“双品网购节”是第三届,今年

特点是地方参与更深、企业热情更高、商品服务更优、国别爆款更多。

商务部电子商务司司长冀芳莉介绍说,今年优选260余家电商企业,数量远高于往届,包括综合类、垂直类、服务类电商。除服饰、食品、消费电子等传统品牌,还有汽车、家居家装等大宗消费品,以及出行旅游、生活维修服务等服务品牌参与。

值得一提的是,今年的国别爆款更多。冀芳莉说,商务部将邀请约20个“丝路电商”伙伴国参与,共同打造国别爆款。伙伴国驻华大使将亲自录制视频,宣介本国特色产品和旅游资源。

中华美食荟:推出大众特色菜投票

“中华美食荟”活动主题为“品鉴中华美食,乐享美好生活”,活动从4月开始,持续到年底。

商务部服贸司司长陈春江介绍说,活动期间将重点推出“沙县小吃”华夏行、广州国际美食节、成都美食旅游节等31项地方特色活动。

此外,各地将推出大众爱吃的特色菜,由此汇编成《中华美食荟》图

书,在9月湖南长沙举办的中国国际食品餐饮博览会上发布,届时还会有特色菜品鉴、公众投票。活动还将全面贯彻制止餐饮浪费理念,深入开展“光盘行动”,推广“公勺公筷 文明用餐”,积极倡导节约、绿色、健康、安全、文明消费新理念。

老字号嘉年华:线上线下开展25场全国性活动+百余场地方活动

商务部流通发展司司长刘德成说,“老字号嘉年华”系列活动,围绕“国潮国货、品质生活”主题,聚焦传统节日、重点活动、重要展会三大节点,线上线下同步开展25场全国性重点活动和百余场地方特色活动。

他说,商务部将结合端午、中秋等传统节日和中国品牌日、非遗日等主题日,消博会、服贸会、进博会等重要展会组织开展。并在步行街、购物中心、商超开设老字号专柜,在电商平台设立老字号专区等。

全国“老字号嘉年华”启动仪式将于5月12日晚在广州北京路步行街举办。整个活动期间,商务部将组织专家学者和老字号企业开展交流研讨,推广典型案

例,并推动有关机构运用大数据等手段,分析老字号消费趋势,引导企业开发新产品新服务。

首届消博会:国外参展品牌1319个

首届中国国际消费品博览会将于5月7日至10日在海南海口举办。朱小良说,目前各项筹备工作进展顺利,招商招展工作基本完成。

据介绍,国际展区参展企业达648家,参展品牌1319个。国内展区参展企业超800家。总体看,特装展位面积所占比重超9成。

朱小良说,据最新统计,来自瑞士、法国、日本、美国 and 英国等国家的众多国际品牌将举办70多场活动,发布上百款新品,涵盖服饰箱包、美妆用品、食品饮料、珠宝钻石等几十个品类。上海、福建、广东、西藏等10个地区将举办地方精品发布活动。

他还表示,相关部门正积极推动制定消博会展期内境外展品免税政策,将于近日出台,对于符合一定条件的进口展品,在展期内销售享受免税优惠。

据新华社



信息收集太“任性”,个性化广告关不掉,侵权责任举证难

个人信息保护法草案 回应公众“吐槽”

信息收集太“任性”、个性化广告强制推、侵权责任举证难……公众这些“吐槽”,在26日提请全国人大常委会会议二次审议的个人信息保护法草案中给出了回应,相关问题有望得到破解。

搜集信息太任性? 不得通过“胁迫”方式并在最小范围、用影响最小方式处理

手机里令人眼花缭乱的App,也许正是你个人信息泄露的“元凶”。

2020年7月,江西省南昌市人民检察院委托专业检测公司,对本地企业开发经营的“贪玩蓝月”“地宝网”等6款手机App进行检测,发现它们均存在违规问题,包括未经用户同意收集使用个人信息,收集与所提供无关的个人信息,未经同意向他人提供个人信息等。

针对当前个人信息收集、使用规则不透明及过度收集、使用等突出问题,草案二审稿明确,不得通过“胁迫”方式处理个人信息;处理个人信息应当限于实现处理目的所必要的最小范围、采取对个人权益影响最小的方式;处理个人信息应当公开个人信息处理规则,明示处理目的、方式和范围,应当保证个人信息的质量,避免因个人信息不准确、不完整对个人权益造成不利影响。

“一些App如果用户不授权就用不了任何功能,存在‘强制索权’的嫌疑。”中国电子技术标准化研究院信安中心测评实验室副主任何延哲表示,草案二审稿增加不得通过“胁迫”方式处理个人信息的规定,

是对这一现实问题的有力回应。

何延哲认为,草案二审稿明确在收集和处理个人信息时需“采取对个人权益影响最小的方式”,这不仅明确了企业收集和使用个人信息的指导原则,也为用户维权提供了法律依据。

个性化广告关不掉? 提供不针对个人特征的选项或提供拒绝的方式

安装程序时可以“一键同意”,撤回同意时却设置各种障碍;搜索过一个东西,就频频推送类似产品的广告,想关都关不掉……不少用户都有过这样闹心的体验。

草案二审稿增加规定:个人信息处理者应当为个人提供便捷的撤回同意的方式;个人撤回同意,不影响撤回同意前已进行的个人信息处理活动的效力。

北京安理律师事务所高级合伙人王新锐认为,草案二审稿对撤回同意的便捷性提出要求,能够倒逼互联网平台提升用户体验,切实保障用户“后悔”的权利。

针对“个性化广告关不掉”的“吐槽”,草案二审稿明确,通过自动化决策方式进行商业营销、信息推送,应当同时提供不针对其个人特征的选项,或者向

个人提供拒绝的方式。

“一些用户被自动化广告追踪时感觉非常不好,想要找到拒绝追踪的操作入口又很难。”王新锐表示,草案二审稿指明了两种用户拒绝被自动化广告追踪的方式,让用户维权更有法律保障。

信息权益被侵害谁负责? 平台不能证明无过错要担责

发现个人信息权益被侵害,如何举证是维权的关键。草案二审稿在举证责任方面作出重要调整。

草案一审稿规定,因个人信息处理活动侵害个人信息权益,个人信息处理者能够证明自己没有过错的,可以减轻或者免除责任。草案二审稿对此修改为,个人信息权益因个人信息处理活动受到侵害,个人信息处理者不能证明自己没有过错的,应当承担损害赔偿等侵权责任。

清华大学法学院教授劳东燕表示,相较于互联网平台,普通用户在举证上处于劣势地位,有必要根据过错推定责任原则将举证责任转移给处理信息的平台一方。此处规定的调整具有积极意义,如果平台不能“自证清白”,就应当承担侵权赔偿责任。

劳东燕建议进一步细化规定,只要个人信息处理者的行为侵犯了个人信息权

益,比如未经同意就收集了用户个人信息,那么不管这个行为是否使其遭受到实际损失,个人都可以向信息处理者主张赔偿。

逝者信息怎么保护? 由其近亲属行使信息处理活动中的权利

互联网作为当代社会的重要组成部分,也留下了许多逝者的生活痕迹。如何保护逝者的个人信息权益?草案二审稿给出答案。

今年1月1日起施行的民法典明确,死者的姓名、肖像、名誉、荣誉、隐私、遗体等受到侵害的,其配偶、子女、父母有权依法请求行为人承担民事责任;死者没有配偶、子女且父母已经死亡的,其他近亲属有权依法请求行为人承担民事责任。

作为对民法典的衔接,草案二审稿规定:自然人死亡的,个人在个人信息处理活动中的权利由其近亲属行使。

浙江省公共政策研究院研究员高艳东认为,从民法角度看,此处修改将死者个人信息作为一种财产权利进行保护,这种立法理念值得肯定。

高艳东还表示,法律应当考虑死者个人信息的特殊性,对其适用不同于自然人个人信息的保护标准,从而实现对侵权行为精准打击和对法律资源的最优利用。

据新华社