

侵权难任性,400万款APP戴金箍

四天内两部法规集中发布,网络空间全面法制化治理加速

继25日发布《互联网信息服务搜索服务管理规定》后,6月28日,国家互联网信息办公室发布《移动互联网应用程序信息服务管理规定》(以下简称《规定》),将从8月1日起施行。

4天时间内,中国互联网领域备受期待的两部法规集中发布,标志着中国网络空间的全面法制化治理加速进行。

《规定》提出

- 移动互联网应用程序提供者应当严格落实信息安全主体责任,依法履行“六项义务”
- 建立健全信息内容审核管理机制,对发布违法违规信息内容的,视情采取警示、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施
- 依法保障用户知情权和选择权
- 按照“后台实名、前台自愿”的原则,对注册用户进行真实身份信息认证
- 尊重和知识产权保护,不得制作、发布侵犯他人知识产权的应用程序
- 建立健全用户信息安全保护机制
- 记录用户日志信息,并保存六十日

互联网应用商店服务提供者应当对应用程序提供者履行“四项管理责任”

- 对应用程序提供者进行真实性、安全性、合法性等审核,建立信用管理制度
- 督促应用程序提供者发布合法信息内容,建立健全安全审核机制,配备与服务规模相适应的专业人员
- 督促应用程序提供者保护用户信息,完整提供应用程序获取和使用用户信息的说明,并向用户呈现
- 督促应用程序提供者发布合法应用程序,尊重和保护应用程序提供者的知识产权

据新华社

遇APP侵权 投诉多是石沉大海

目前,移动互联网应用程序(APP)已成为移动互联网信息服务的主要载体,对提供民生服务和促进经济社会发展发挥了重要作用。据不完全统计,在国内应用商店上架的APP超过400万款,数量高速增长的同时,一些问题也渐渐出现了。比如在专车类的移动APP领域,有司机准入审核不严格,收费不透明、泄露用户信息等问题;比如一些游戏类的APP,经常出现恶意扣费、捆绑应用、偷跑流量;再比如一些视频类的APP,则经常出现打擦边球的色情信息、赌博信息甚至盗版侵权他人作品等等恶劣现象,一些应用程序还传播虚假谣言等有害信息……

以上案例不胜枚举,基本上广告插件、色情赌博信息、恶意扣费、侵权盗版等问题是移动类APP行业比较常见的问题,在严重违规涉及用户利益后,当网民尝试通过报警等法律手段解决,但最终无疾而终,主要原因在于没有立法依据,缺乏对APP应用各环节主体权利责任的性质界定,使得行政监管无处着力。

这次出台的移动APP管理新规,基本上涵盖了以上网民最为关注的几大要点。新规明确规定相关企业建立健全用户信息安全保护机制,收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集使用信息的目的、方式和范围,并经用户同意。

注册用户实名制 网上发言要谨慎

中国网络空间安全协会秘书长李欲晓介绍,《规定》在保护移动互联网应用程序

市场发展的基础上,充分体现了保护用户权益的根本思路和原则。

“依法保障用户在安装或使用过程中的知情权和选择权,未向用户明示并经用户同意,不得开启收集地理位置、读取通讯录、使用摄像头、启用录音等功能,不得开启与服务无关的功能,不得捆绑安装无关应用程序”,很明显这些规定区别于PC互联网,专为移动互联网量身定做。分析人士指出,这些具体细则规定,说明了网络管理者充分吸收了普通大众网民的意见和想法。

根据《规定》,APP提供者需按照“后台实名、前台自愿”的原则,对注册用户进行基于手机号码等真实身份信息认证,同时记录用户日志信息,并保存60日,这是建立风清气正网络秩序的必然选择,也警醒一些网友在网络空间要注意言行。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示,APP新政将网络实名制分成两大层次:一是要求APP提供者对注册用户的实名制;二是要求APP商店对上架产品提供者信息的实名制审核。

“目前,我国电信实名制落实情况还是比较乐观的,绝大多数移动电话都有了实名认证。”朱巍告诉记者,如果APP经营者或平台没有履行实名制程序,除了按照新政等行政法律承担行政责任外,还要依据我国侵权法及其司法解释、消费者权益保护法等相关法律,为他人的侵权承担连带责任。

此外,有网民表示,在发现不良信息或举报不良应用程序时,经常遇到投诉无门或举报无果的情况,这次《规定》也考虑到了,要求移动互联网应用程序提供者和互联网应用商店服务提供者应当配合有关部门依法进行的监督检查,自觉接受社会监督,设置便捷的

投诉举报入口,及时处理公众投诉举报。

明确处置措施、流程 操作性较强

自从近几年进入移动互联网时代以来,各类移动APP流量的主要入口。入口的巨变意味着网民群体迁徙的变动,这给网络管理者带来新的挑战,此次新规出台,一方面引导了我们的市场“什么可以做,什么不可以做”,另一方面对市场乱象形成威慑作用,当然最重要的还是对未来移动APP领域出现的各种问题有了执法的依据。

《规定》明确将移动互联网应用程序提供者和互联网应用商店进行界定,并区分不同的责任,指出移动互联网应用程序提供者就是应用程序的所有者或者运营者,应用商店则是提供软件浏览、搜索、下载或者开发工具和发布服务的平台。

《规定》明确了应用商店提供者对APP提供者的管理责任,不仅兼顾了互联网应用商店商业发展的需要,更从法律上明确了其对应用程序提供者的管理责任,从源头上为保护用户权益筑起了第一道防线。

应用商店提供者对违反规定的APP提供者,可以视情节采取警示、暂停发布、下架应用程序等措施,并向有关主管部门报告。这是首次在立法中对平台的监管处置措施进行明确规定,一方面通过发挥平台的优势和作用,更好地推动行业有序发展;另一方面通过细化的措施和流程设计,使得规定的可操作性大为提升。

这样细化的制度设计,也使得行政执法部门在履行监管责任时可以更为准确地界定平台责任。

据新华社 新京报

追寻鲁茶足迹 做强鲁茶品牌

纪念南茶北引60周年,本报8月茶博会将展出山东南茶北引成果

由本报主办的2016第11届中国北方茶博会暨紫砂艺术节将于8月25日—8月28日在济南舜耕国际会展中心举行。正值山东南茶北引60周年之际,本报茶博会将集中展示山东南茶北引发展成果,日照茶、海阳茶等本土茶叶将组团亮相现场。

南茶北引60周年,鲁茶从无到有,从零试种到形成产业、发展壮大,走过了不平凡的发展历程。20世纪60年代的“南茶北引”正式开创了山东植茶史上的新纪元,改写了北纬30度以北地区不能种茶的说法。今天的山东已经成为长江以北茶叶生产的第一大省与喝茶大省,山东茶已遍布齐鲁大地。

在本报8月茶博会上,日照茶和海阳茶等山东茶代表将组团亮相现场,带大家追寻鲁茶足迹,领略鲁茶魅力。

南茶北引成就日照“北方绿茶之乡”

占山东省的60%以上和75%以上。据2016中国茶叶区域公共品牌价值榜,“日照绿茶”品牌价值已达11.87亿元。

多年来,日照市委、市政府高度重视“日照绿茶”品牌的培育,集中打造了一批知名品牌。“日照绿茶”2002年获得证明商标,2006年获得地理标志产品保护,2015年获得农产品地理标志。2个茶叶品牌获中国驰名商标,10个茶叶品牌获山东著名商标、9个茶叶品牌获山东名牌产品。日照茶叶品牌代表企业之一圣谷山2015年代表山东茶走出国门,亮相国际舞台,荣获“百年世博中国名茶金骆驼奖”,也代表着山东“南茶北引”成功半个世纪以来山东茶产业发展迈上新台阶。

烟台海阳茶打造海阳茗茶品牌

近年来,烟台海阳市积极发展茶产业,从不产茶到茶产业逐步形成规模,成功实现了“南茶北移”的技术攻关和高纬度栽植茶叶的历史性突破。目前,全市有14个镇区街道、70多个村发展了茶叶种植业,引进、繁育茶叶品种10余个;培育品牌10余个,有天泰山、碧雪香、迎春绿、步鹤山、海润清、三皇山绿茶、红茶等。“墨玉绿、小米汤、豆子香”是海阳绿茶的显著特性,高纬度、低海拔,黄金海岸出好茶。海阳绿茶口感品质佳,内含物质丰富,深受广大茶友喜爱,打下了良好口碑。在第二届亚太茶茗大奖赛中,“海阳茶”斩获两项国家级

大奖,并受到了韩国、澳大利亚等国外茶专家以及电商平台的认可。6月底一批“海阳绿茶”将出口西班牙,叩开国外市场的大门。

下一步海阳市将实施“公共品牌+企业品牌”双品牌战略,重点打造锦山真叶、润清正红、润清翠片、丹露春茶、步鹤山茶等海阳茗茶品牌,充分发挥品牌效应,带动海阳茶叶整体发展。

鲁茶崛起,品牌当先。日照茶展团与海阳茶展团将抱团出击本报8月茶博会,借助茶博会平台打响鲁茶品牌,弘扬茶文化,做大鲁茶市场。期待越来越多的人喝上山东茶、爱上山东茶。8月25日—8月28日本报茶博会上,鲁茶将大放异彩,我们拭目以待!

0531-81758611