



学习贯彻习近平总书记“七一”重要讲话精神

必须不断推动构建人类命运共同体

“中国共产党关注人类前途命运,同世界上一切进步力量携手前进,中国始终是世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者!”在庆祝中国共产党成立100周年大会上,习近平总书记深情回顾中国共产党百年奋斗的光辉历程,强调“以史为鉴,开创未来,必须不断推动构建人类命运共同体”。

“以至诚为道,以至仁为德。”中华民族历来讲求“天下一家”,主张民胞物与、协和万邦、天下大同,憧憬“大道之行,天下为公”的美好世界。中国共产党始终坚持和平发展,不懈维护世界和平稳定,坚持永不称霸、不搞扩张、不谋求势力范围,既通过维护世界和平发展自己,又通过自身发展促进世界和平;始终坚持公平正义,不懈推动人类自由解放,坚持国家不分大小、强

弱、贫富一律平等,反对强加于人、反对干涉内政、反对以强凌弱;始终坚持合作共赢,不懈促进各国共同发展,坚持互利共赢的开放战略,以合作消弭对抗,以共赢取代零和,以中国的新发展为世界提供新机遇。一百年来,为中国人民谋幸福,也为促进人类进步事业而奋斗,中国共产党坚守为世界谋大同的天下情怀,积极推动构建人类命运共同体,为解决人类问题贡献了中国智慧和方案,为人类文明和进步事业作出了卓越贡献。

当今世界正经历百年未有之大变局,和平与发展仍然是当今时代主题,人类的命运从来没有像今天这样紧密相联,各国的利益从来没有像今天这样深度融合,和平、发展、合作、共赢的时代潮流不可阻挡。面对各种全球性威胁和挑战,国际社会比以往任何

时候都更需要团结合作,更需要维护多边主义,更需要坚持国际公正和道义。历史和现实都告诉我们,只要世界各国秉持人类命运共同体理念,坚持多边主义、走团结合作之路,就一定能够共同应对各种全球性问题,共建美好地球家园。前进道路上,中国将始终站在历史正确的一边,始终把为人类作出新的更大贡献作为自己的使命。正如习近平总书记强调的:“新的征程上,我们必须高举和平、发展、合作、共赢旗帜,奉行独立自主的和平外交政策,坚持走和平发展道路,推动建设新型国际关系,推动构建人类命运共同体,推动共建‘一带一路’高质量发展,以中国的新发展为世界提供新机遇。中国共产党将继续同一切爱好和平的国家和人民一道,弘扬和平、发展、公平、正义、民主、自由的全人类共

同价值,坚持合作、不搞对抗,坚持开放、不搞封闭,坚持互利共赢、不搞零和博弈,反对霸权主义和强权政治,推动历史车轮向着光明的目标前进!”

和平、和睦、和谐是中华民族5000多年来一直追求和传承的理念,中华民族的血液中没有侵略他人、称王称霸的基因。近代以后,中国人民饱受列强侵略之苦,饱经战火蹂躏之苦,但中国人民不是从中学到弱肉强食的强盗逻辑,而是更加坚定了维护和平的决心。新中国成立70多年来,我们从未主动挑起过一场战争,从未侵占过别国的一寸土地。中国人民不惹事也不怕事,在任何困难和风险面前,腿肚子不会抖,腰杆子不会弯,中华民族是吓不倒、压不垮的!习近平总书记的话语掷地有声:“中国人民是崇尚正义、不畏强暴的人民,中华民族

是具有强烈民族自豪感和自信心的民族。中国人民从来没有欺负、压迫、奴役过其他国家人民,过去没有,现在没有,将来也不会有。同时,中国人民也绝不允许任何外来势力欺负、压迫、奴役我们,谁妄想这样干,必将在14亿多中国人民用血肉筑成的钢铁长城面前碰得头破血流!”

世界好,中国才能好;中国好,世界才更好。回首百年,中国共产党领导中国人民进行的伟大奋斗彪炳史册,为人类和平与发展作出的重大贡献有目共睹。面向未来,中国将和世界各国一道,为摆脱贫困落后、促进繁荣发展而不懈努力,为消除分歧战乱、维护和谐稳定而持续奋斗,为弭平文明隔阂、加强交流互鉴而贡献力量,共同构建人类命运共同体,携手建设更加美好的世界。

据新华社

广告难关闭、推送侵害隐私……

App广告风险让手机变“手雷”

工信部近日发布的信息显示,经过对手机App用户反映强烈、投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为进行集中整治,2021年第二季度,开屏弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,诱导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%。记者调查发现,当前手机App广告难以关闭、侵害隐私、涉黄涉赌、弄虚作假等问题仍屡禁不止,治理力度不能减弱。



手机App广告乱象仍然“顽疾难断”

“我手机里有20多款App,不一打开就弹出广告,使用时也会时不时弹出。”北京朝阳的张女士告诉记者,手机App广告“轰炸”令她非常烦恼。

上海等多地的消费者权益保护机构发布信息称,当前网民深恶痛绝的手机App广告乱象仍然“顽疾难断”。

或无法关闭或“隐藏”关闭,广告关闭难上加难。上海市消费者权益保护委员会称,在对600款App广告行为分析后,发现近六成在使用时会弹出广告,其中近七成没有“关闭键”。此外,在App个性化广告中,仅14%有关闭入口。日前,记者使用微信、汽车之家、36氪等手机App时发现,个性化广告推荐关闭入口选项设置隐蔽,流程繁琐,用户难以发现。以微信为例,记者依次点击设置-子菜单-“关于微信”-《隐私保护指引》,才发现“个性化广告”的选择入口以蓝色字体标注“埋藏”在相关条文中。系统提示,这项关闭操作有效期仅为6个月,且关闭后仍会看到广告。

一个广告“炸”出一串广告,广告推送威胁隐私安全。杭州的鲍女士近来忧心忡忡。“我发现我只要在一款电商App上浏览过什么商品,其他App上竟然就会反复收到这类商品的广告推

送。”记者调查发现,鲍女士的遭遇并非个案,许多用户都有类似的体验和忧虑,甚至还有部分用户因此遭受损失。“手机App推给我的网贷广告实在太多,我头脑一发热,就掉坑里了。”家住武汉的梅女士告诉记者,因为自己曾浏览使用过某网贷App,之后连续几个月她在不同的App上收到“海量”网贷广告,不知不觉陷入“网贷陷阱”。

部分手机App广告涉黄涉赌涉假的问题仍存在。记者发现,用百度App浏览部分网页时,网页上的涉黄广告仍能正常显示。还有不少直播类、视频类手机App中含有违法广告图片,点击后将用户导向涉赌涉黄等违法内容。另有部分手机App广告打着“超低折扣”“薅羊毛”等旗号,诱骗消费者至售假网站网页。记者还发现,部分手机App广告会诱骗用户点击包含窃取信息、远程操纵等病毒的链接,严重威胁用户安全。

暴利诱惑、技术难题等加大监管治理难度

前瞻产业研究院发布数据显示,截至2020年末,我国安卓应用共计330.7万款,IOS应用共计210.1万款,庞大的市场规模中也隐藏着不小的风险隐患。

业内人士向记者透露,当前手机App广告收费已非常成熟且高度细化。有的广告按照曝光量收费,每千人收费5元至20元不

等,这类多是信息流广告;有的按照点击量收费,每次点击约1元,这类多是个性化定制广告;有的按投放时间收费,可选择24小时内任一时间段投放广告,不同App费用差距较大,这类多是开屏广告。朋友圈广告更加“简单粗暴”,目标人群、投放时间、投放地区都能明码标价。

清华大学新闻学院教授沈阳表示,与传统广告相比,手机App广告隐蔽性更强、精准度更高、主动性更强、转化率更优,对广告主吸引力很大。因此,尽管广告法、互联网广告暂行管理办法等规范已出台实施,但治理业内乱象难度依然不小。

暴利引人趋之若鹜。记者调查发现,正常的App广告价格已有相当的利润空间,而违规广告因大多涉赌涉黄,价格更高,往往是正常市场价格的数倍之多,有些甚至能达到数十倍。

部分平台心存侥幸,钻规范漏洞。某视频App平台运营人员韩先生告诉记者,手机App以闭环广告为主,通过图片和视频设置“购买链接”,消费者直接跳到其他平台的购买页面,广告展示平台不用负责任。

记者还从不少用户处了解到,部分App平台会在使用授权协议中玩“文字游戏”蒙骗用户。北京市民韩女士告诉记者,小红书等App在个性化服务设置条款中声称自己不会使用用户聊天内容,但用户行为数据“将被用

来推测个人的兴趣爱好”“这些行为记录可以细化到包括浏览记录在内的使用记录,并且能够分析用户所阅读的文章咨询内容”。还有一些App的此类条款中规定,如公司被并购或收购,这些隐私数据将一并移交给购买方,不必经用户同意。

此外,技术上的难题也增大了治理难度。北京市市场监管局表示,由于手机App种类繁多,不同类别App从事广告经营活动的方式和广告发布主体也不尽相同,监管方需要持续针对海量各广告行为进行具体甄别,难度很大。

多角度发力治理让App广告“断病根”

中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示,手机App广告乱象已侵犯消费者隐私权、安全保障权、知情权与选择权。他认为,应加强执法力度,制裁和打击手机App开发主体、平台机构及相关灰色产业链,激活公司理性自制的免疫力。

中国信息通信研究院安全研究所数据安全研究部陈焜建议引进公益诉讼,让违法违规手机App发布主体切实承担相应责任。行业协会应开展自清行动,进一步明确App发布者的责任义务,明确企业社会责任,杜绝违法违规垃圾广告投放,将消费者友好型的合规理念植入到相应技术主题、市场主体,重视从技术研发方面堵住漏洞。

记者了解到,北京市市场监管局目前正在加强对互联网新媒体广告活动监管方法和手段的调研,完善互联网广告的监测技术,提升监测的准确性、时效性。

工信部方面表示,App用户权益保护关乎人民群众获得感、幸福感和安全感,要把整治App侵害用户权益作为“我为群众办实事”重要举措,不断加大工作力度,扎实推进App专项整治往深里走、向实里去,强化提升用户感知,为人民群众营造更安全、更健康、更干净的App应用环境。

据新华社

市场监管总局依法禁止虎牙与斗鱼合并

据国家市场监督管理总局7月10日消息,2021年1月4日,市场监管总局对腾讯控股有限公司(以下简称腾讯)申报的虎牙公司(以下简称虎牙)与斗鱼国际控股有限公司(以下简称斗鱼)合并案,依法进行经营者集中反垄断审查。

市场监管总局依据反垄断法,全面分析评估参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力、市场集中度、集中对市场进入和技术进步的影响、集中对消费者和其他有关经营者的影响等因素,以及腾讯提出的附加限制性承诺方案的有效性。审查过程中,市场监管总局广泛征求有关政府部门、行业协会、专家学者、同业竞争者及下游客户意见,并多次听取腾讯陈述意见。

审查表明,本案相关市场为中国境内网络游戏运营服务市场和游戏直播市场。腾讯在上游网络游戏运营服务市场份额超过40%,排名第一;虎牙和斗鱼在下游游戏直播市场份额分别超过40%和30%,排名第一、第二,合计超过70%。目前,腾讯已具有对虎牙的单独控制权和对斗鱼的控制权。如虎牙与斗鱼合并,将使腾讯单独控制合并后实体,进一步强化腾讯在游戏直播市场的支配地位,同时使腾讯有能力和动机在上下游市场实施闭环管理和双向纵向封锁,具有或者可能具有排除、限制竞争效果,不利于市场公平竞争、可能减损消费者利益,也不利于网络游戏和游戏直播市场规范健康持续发展。经评估,腾讯提出的附加限制性条件承诺方案不能有效解决前述竞争关注。

根据反垄断法第二十八条和《经营者集中审查暂行规定》第三十五条规定,市场监管总局决定依法禁止此项经营者集中。

据新华社