

规制刷单炒信、好评返现、恶意不兼容等问题——

预防和制止网络不正当竞争

本报记者 孔德晨

为预防和制止网络不正当竞争，维护公平竞争的市场秩序，国家市场监督管理总局近日发布《网络反不正当竞争暂行规定》（以下简称《规定》），自9月1日起施行。受访专家表示，《规定》有助于市场监管部门精准识别和遏制网络不正当竞争行为，为加快建设全国统一大市场保驾护航。

明确网络竞争行为规则

“反不正当竞争在维护公平竞争中具有基础性作用，关系市场经济的基础水平和质量。”国家市场监督管理总局有关负责人介绍，随着中国数字经济高速发展，信息技术创新迭代，仿冒混淆、虚假宣传、商业诋毁等传统不正当竞争行为利用互联网技术花样翻新，反向刷单、非法数据获取等新型网络不正当竞争行为隐蔽性更强，妨碍经济运行效率提升，制约商品和要素自由流动、公平竞争，制约全国统一大市场的形成。对此，亟待强化公平竞争治理，不断完善高效完备、透明可预期的常态化监管机制。

《规定》明确，以维护公平竞争的市场秩序、鼓励创新、保护经营者和消费者合法权益、促进数字经济规范健康持续发展为基本目标，创新监管模式，明确协同监管工作机制，统筹各方力量，着力提升综合治理效能。

“《规定》旨在通过健全和明确网络竞争行为‘红绿灯’规则，为各类经营主体明晰指引、

划清底线，保障市场竞争机制在法治轨道上高效有序运行，引导数字技术更好赋能，引领中国竞争力不断提升。”该负责人说。

既利经营者又利消费者

国家市场监督管理总局有关负责人介绍，《规定》全面梳理列举了网络不正当竞争行为。一是明确了仿冒混淆、虚假宣传等传统不正当竞争行为在网络环境下的新表现形式，对刷单炒信、好评返现等热点问题进行规制，着力消除监管盲区；二是对反不正当竞争法规定的网络不正当竞争行为进行细化，列举了流量劫持、恶意干扰、恶意不兼容的表现形式及认定因素；三是对反向刷单、非法数据获取、歧视待遇等利用技术手段实施的新型不正当竞争行为进行规制。同时设置兜底条款，为可能出现的新问题新行为提供监管依据。

《规定》指出，经营者不得采取对商品生产经营主体以及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众，其中包括：通过网站、客户端、小程序、公众号等进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注；通过直播、平台推荐、网络文案等方式，实施商业营销推广等行为。

“《规定》的诸多条款与近期发布的《消费者权益保护法实施条例》相辅相成，对于经营者网络宣传等行为进行了进一步的细化规制。”大成律师事务所合伙人张炜说，“两部新规发布，可以说是市场监管部门打出的一套‘组合拳’，对于切实保护消费者合法权益有重要作用。”

强调平台主体责任

平台企业掌握海量数据，连接大量主体，既是网络不正当竞争监管的重点对象，也是协同监管的关键节点。国家市场监督管理总局有关负责人介

绍，《规定》突出强调了平台主体责任，督促平台企业对平台内竞争行为加强规范管理，同时对滥用数据算法获取竞争优势等问题进行规制。

比如，平台经营者不得利用服务协议、交易规则等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件。主要包括强制平台内经营者签订排他性协议；对商品的价格、销售对象、销售区域或者销售时间进行不合理的限制；不合理设定扣取保证金，削减补贴、优惠和流量资源等限制等。

监督检查方面，《规定》提到，市场监督管理部门基于案件办理的需要，可以委托第三方专业机构对与案件相关的电子证据进行取证、固定，对财务数据进行审计。对于新型、疑难案件，市场监督管理部门可以委派专家观察员参与协助调查。专家观察员可以依据自身专业知识、业务技能、实践经验等，对经营者的竞争行为是否有促进创新、提高效率、保护消费者合法权益等正当理由提出建议。

“网络不正当竞争行为往往具有技术性强、辐射地域广的特点，给地方尤其是基层市场监管部门执法造成了一定困难。”张炜说，“《规定》第二十七条扩大了市场监督管理部门对于部分特殊案件的管辖范围；第二十九、三十条明确引入第三方专业机构以及专家观察员进行协助调查。该条款直击网络不正当竞争执法的难点、痛点，为执法活动提供了有效的程序和技术上的支持。”

国家市场监督管理总局有关负责人表示，将加大对地方市场监管部门执法工作的指导，及时制定执法指南，提升基层执法人员依法行政水平，不断提升监管的科学性、规范性、协调性、稳定性，做到公正监管、正确执行、服务发展。



近日，一架来自韩国济州航空公司的波音737-800飞机来到海南自贸港一站式飞机维修产业基地定检机库内，接受专项维修服务。这是海南自贸港首次承接韩国进境飞机维修业务，进境飞机可享受进境维修免保证金、加注保税航油、维修航材免税等海南自贸港优惠政策。图为机务维修人员在对进境飞机进行检修。新华社记者 张丽芸摄

四部门召开座谈会 推动绿色金融服务美丽中国建设

本报北京5月14日电（记者徐佩玉）日前，中国人民银行、生态环境部、金融监管总局、中国证监会联合召开绿色金融服务美丽中国建设工作座谈会，交流金融支持绿色低碳发展和美丽中国建设有关经验做法，研究部署下一阶段工作。

会议指出，发挥绿色金融作用，助力美丽中国建设，是金融系统、生态环境系统共同的使命和责任。会议要求，金融管理部门、生态环境部门、金融机构和有关企业要加

强跨部门、跨领域协同合作，加强统筹协调，进一步强化顶层设计。会议强调，各金融机构要强化绿色金融产品和服务力度，拓宽项目还款及担保方式，探索环境权益质押贷款、环境效益挂钩贷款、绿色信贷资产证券化等创新产品。金融管理部门将会同生态环境部进一步优化政策安排，建立常态化项目推荐机制，强化监测评估、政策协调、宣传推广，积极推动绿色金融服务美丽中国建设取得实效。

中方团队亚吉铁路运维服务圆满收官

本报北京5月14日电（记者李婕）记者从中国土木工程集团有限公司获悉，亚吉铁路六年成就和未来展望发布会暨交钥匙仪式日前在埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴市拉布火车站举行，标志着中方团队参与的亚吉铁路运维服务圆满收官。

亚吉铁路西起埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴，东至吉布提港，全长约752.7公里，是东非地区首条标准轨距跨国电气化铁路，也是中国同埃塞俄比亚、吉布提共建“一带一路”合作旗舰项

目。建成以来，为当地提供就业岗位超过5.5万人次，极大促进了两国互联互通水平，也为埃塞俄比亚、吉布提两国经济社会发展注入了强劲动力。

亚吉铁路由中国铁建中国土木工程和中铁联合承建，并以联营体形式运营维护。经过6年时间，中方已经把铁路运营维护管理经验引入非洲，在边招聘、边培训、边运营的过程中，全线的火车司机、工务、机车车辆检修、电务、调度、旅客和货物运输服务以及中高层管理人才等岗位均已实现本地化。

“数字适老中国行”活动开展

据新华社北京5月14日电（记者张晓洁、张辛欣）记者14日从工业和信息化部获悉，工业和信息化部近日印发通知，组织开展2024年“数字适老中国行”活动，活动时间为5月至12月。

活动以“数字适老 温‘心’同行”为主题，包括政策宣贯、调查研究、服务升级、技能教学、技术共享、惠老专场等6项内容。活动将深入企业、社区、乡镇一线，开展数字技术适老化发展调查研究，形成调研

报告。同时，聚焦社交通讯、生活购物、医疗健康等领域，组织相关企业单位，开展互联网网站、移动互联网应用适老化改造，组织基础电信企业持续完善营业厅“面对面”服务，开展特色助老服务。

活动期间，还将开展“银龄数字课堂”等数字技术应用教学活动，编制面向老年人的通俗易懂的教学手册、视频，普及反诈防骗知识，并充分发挥企业、高校、科研机构等力量，积极开展适老化技术创新研发。

贵州智能算力占比超过90%

本报贵阳5月14日电（记者黄娟）记者近日从贵州省大数据发展管理局获悉，贵州省正加快打造面向全国的算力保障基地，目前贵州总算力规模为31.76EFLOPS（每秒百亿亿次浮点运算次数），综合算力规模达到28.83EFLOPS，智能算力占比超90%，成为全国国产化智算资源最多、能力最强的地区之一。

近年来，贵州大力开拓算力市场，支持激励省内外企业、高校、科研机构等购买算力服务。今年一季度，贵州向72家企业发放国内首批地方算力券89份，合同金额累计19.79亿元，算力产值达10.2亿元。

据了解，2023年，贵州抢占智算制高点，着力推动数据中心由“存储中心”向“算存一体、智算优先”提档升级。截至目前，全省部署智算芯片10.17万张，并力争到2025年累计部署国产化算力卡数量增加7.8倍。



位于浙江省平湖市林埭镇共和村的清溪香韵共富工坊日前正式揭牌营业。该村以共富工坊为载体，依托传统制香工艺，由村集体、个体工商户、农户共同打造香料种植、香品研制、香薰服务于一体的美学空间，把农村资源、生态、文化优势转化为产品和产业优势，促进村民就业增收。韩萌萌摄（人民视觉）



初夏，雨后天晴的甘肃省张掖国家湿地公园碧水蓝天，绿意盎然，与白雪皑皑的祁连山相映成景，美如画卷。杨永伟摄（人民视觉）

“好产品”如何变成“强品牌”

温杯、投茶、冲泡、出汤……在茶艺师雷芷涵熟练操作下，金黄通透、玉润澄澈的茶汤随即分给等候在展位前的参展者。在2024年中国品牌日活动中国品牌博览会现场，湖北展馆门口围拢了很多参展者，大家逛累了，就在这里歇歇脚喝杯茶，“挺好喝”“很惊艳”是很多人品尝后的第一反应。

“大家喝的茶是来自我们湖北省恩施土家族苗族自治州利川市的利川

红茶，香气淡雅，口感细腻爽滑……”大家一边品茶，一边听湖北利川红产业集团有限公司营销总监陈孟秋的介绍。

“希望大家帮我们一起多多推介利川红茶。”在参展者品完茶离开时，陈孟秋总是不忘补上这么一句。在她看来，参加像中国品牌日这类活动，可以让更多人了解、认识利川红茶。“好茶，还得需要好的品牌引领，让更多人认可！”陈孟秋说。

陈孟秋的努力折射出我国茶产业以及农产品产业面临的一大课题，如何让茶品牌强起来？我国是茶叶生产大国和消费大国，国家统计局数据显示，2023年我国茶叶产量为355万吨，增产6.1%。不过，茶产业也面临“大而不强”等问题，关键因素之一一是品牌化程度不够高。

如何把我国茶叶等农产品的产业优势转化为品牌优势？这不仅是众多中国茶企的必修课，也是中国农产品企业、食品企业一直探索的问题。

在产品品质、销售渠道等方面下功夫，是提升品牌影响力的基础。在2024年中国品牌日活动上，陕西省榆林市作为全国7个独立参展的地级市之一，着重展现了横山区在构建保障“陕北横山羊肉”等系列农产品品牌质量和信誉的标准化生产、管理和监控体系方面所做出的努力。横山区不仅整合了传播渠道资源，还完善了商标品牌培育、管理、保护机制，提

高了品牌美誉度。

提升品牌力，还应强化品牌“走出去”，加强与全球品牌交流。在2024年中国品牌日活动海垦集团展位，椰汁、咖啡、热带水果雪糕等带着浓浓的热带海岛风情，在本届品牌日活动中，海垦集团旗下各品牌与全球品牌洽谈交流，积极开展采购合作活动，不断扩大合作空间，共享新机遇。

放大品牌力，还应着重加强品牌自身建设。以发展冷凉蔬菜为特色的宁夏固原市携西吉西芹、彭阳辣椒等多样地标名品集体亮相2024年中国品牌日活动，展示并推介区域品牌的产业发展规划、核心优势以及广阔前景。固原市相关负责人介绍，目前，固原市已有18个国家地理标志保护产品、10个国家地理标志证明商标，冷凉蔬菜全部通过无公害农产品产地认定。

挖掘传统文化内涵，这是中国企业提升品牌力的独特优势。茶可雅志，中国的茶文化蕴含着廉洁、高雅、淡泊的君子人格。在陈孟秋看来，茶叶是中华优秀传统文化的重要载体，做强中国茶品牌，塑造自己特有的品牌优势，也需要打好传统文化牌，展现茶叶所附着的优秀传统文化内涵。

参加中国品牌日活动，陈孟秋和她的团队就要马不停蹄赶往无锡等地进一步推广自己的产品。想要实现走向世界、做强品牌的梦想，留给中国农产品企业的工作还有很多。

（新华社上海5月14日电 记者杨有宗、杜康）

