

# 依法治网，让网络空间更清朗

本报记者 徐蕾



作为全球最大的互联网市场，目前中国有6亿多网民、5亿手机网民、400万家网站，每天网上流动信息有200亿条。不可否认的是，我国互联网在快速发展的同时，网络“恶”势力也如影随形。网络虚假信息、网络诈骗、网络色情等问题，冲击了网络法治安全。10月24日、25日、26日，中央网信办召开各界人士座谈会，学习十八届四中全会精神，研讨加强依法管网、依法办网、依法上网，全面推进网络空间法治化。

中宣部副部长、中央网信办主任、国家网信办主任鲁炜表示，全面推进网络空间法治化，要统筹国内国际两个大局，统筹网上网下两种资源，加强网络立法、网络执法、全网守法，全面推进网络空间法治建设，实现网络健康发展、网络运行有序、网络文化繁荣、网络生态良好、网络空间清朗的目标。

都是一样的，看到的信息也都一样，没有区分。这对孩子们价值观影响会很坏。”

个人信息安全问题、垃圾信息泛滥等成为了现场网友诟病的焦点。目前网络上假冒好友、网络钓鱼等诈骗方式层出不穷。“现在很多人每天接触无数次垃圾短信，对垃圾信息的防治要提到议事日程。”有网友发言建议说。

“现在的网络侵权成本低，维权成本高。”有网友倾诉身边就有朋友因为网络维权搭进了人力、财力、时间，“结果却心力憔悴，干脆放弃，这无疑助长了侵权者的嚣张气焰。”

## 专家怎么说？

“四中全会刚刚结束，在这样一个全面推进依法治国的大背景下，中央网信办带领组织讨论网络法治建设具有重要的现实意义。”最高人民检察院法律政策研究室处长卢宇睿说，“当前网络违法犯罪行为首先是针对网络实施犯罪，主要表现为制作传播网络病毒，或者通过其他技术手段侵入、破坏或者获取网络空间的各种资源。其次是将网络作为一种手段实施犯罪，如盗窃、诈骗、诽谤等。”

说到诽谤和侵权，在场的律师们表示感触很深。“网络监督执法力度差，很多客户说不打官司，打不起官司，到网络投诉，但具体由谁来管？行政法在这一块明显缺位；案件发生后依照什么处理，找不到侵权者，找到后根据什么处理，赔偿数额是什么？”隆安律师事务所律师徐家慷慨激昂，呼吁司法改革电子取证方面要加强。

“对于网络行为，如何通过制度设计，来制订相应的监督、管理、处分措施？目前这里非常欠缺，立法工作需要加强，执法水平也需要提高。”全国律协刑事专业委员会委员高子程说，“另外，虚拟空间实施的犯罪追究刑事责任立法很严厉，但是执法水平，特别是区县一级的

## 网民恨什么？

“我最恨网上的虚假信息。”“我特别反感网上黄色和暴力的内容，对青少年的毒害太大了。”“上网时冷不丁冒出的弹窗很烦人，关还关不掉。”“我想让孩子到网上看一些中华文化的有益知识，发现这样的好东西并不多。”“网上时常出现网购被骗、虚假广告等，还有些网民网上情绪化较强，没有规矩意识。”“有时，我问网民，你们没有法律意识吗？有网民回答说网上没有人管。”……

来自北京社区的大爷大妈和基层代表在座谈会上直言他们对当前网络不良现象的厌恶。

在北京民政部门任职的网民李靖，是一位年轻孩子的母亲，每天看到网上层出不穷的重口味信息，忧心不已。“网络是一个工具，线下每个人都要遵守公约，希望在线上也一样。”

作为一名青少年心理工作者，谷金玉以“看病”为例：“去医院看病会分儿童医院和成人医院，但进入网络

执法水平有待提高。还有，刑事处罚应该作为网络空间法治建设的震慑手段，对于极端情况须启动刑事处罚程序。”

“现实网络空间的规范，缺的不是标准化，或者信息的规范化，缺的是对违反信息鉴定的快速反应机制。对于服务提供商责任意识要明确，要有这么一个快速反应机制。”中国传媒大学政治与法律学院教授、副院长王四新说。

“网络法治化建设中，法律准则、道德伦理并不矛盾。”北京大学中文系教授张颐武表示，互联网法律问题有两个层次比较重要，一个是道德层面，在网上达成共识，大家不能那么做，这是道德共识，不涉及法律问题，当然后面还有一个底线，就是法律约束，它是互联网运作的基础。“我们一方面要加强互联网法律知识的普及，同时，发挥网民的主动性，在道德伦理方面建立解决问题的机制。比如采取民间协调，形成一些道德委员会，采取伦理谴责、伦理管理、伦理诉求等，以更快捷的管理。”

清华大学法学院教授、院长王振民表示，在网络立法方面，目前比较迫切的还是有一个基本法。依法治网的“法”在哪里？法律是行政机关的“营业执照”，网络空间也要有“营业执照”，要通过立法授予管理网络职权。

“在中国开展网络法治建设也要考虑在国际上有同样的国际视野。”王振民说，网络空间毕竟是一个新生事物，很多国际规则不确定，要通过中国的网络法治建设来推动国际网络世界法律秩序建立。“中国作为世界上最大的网络国家，拥有最多网民，在建立国际网络秩序方面应该发挥主导作用。”

## 媒体如何看？

来自人民网、新华网、光明网等中央新闻网站和新浪网、搜狐网、网易网等主要商业网站的负责人积极发言，表示依法办网，推进网络空间法治化，是网站义不容辞的责任。

人民网总裁廖江表示，以依法治国和依法治网的精神为指导，人民网下一步工作是重点打造好的栏目，开展一系列的权威访谈；组织一系列的网评，把四中全会精神传达好。“加强网络报道的管理，严把互联网关口，不给虚假非法信息的传播留空间。”

国际在线总裁范建平认为，在目前网络媒体普遍实施公司化运作的情况下，网络媒体要做到依法办网，就应“取财有道”。“做到了依法，才能行之久远。”

“依据法律制定的任何规则，不可以随便触犯，这是红线，比如说新闻必须真实，不能敲诈，不能造谣等等，所有这些东西都必须成为一种铁律，不可以触犯。”中国网络电视台总编辑汪文斌说，对于网站来讲，一个是报道，一个是经营，都必须有自己的“道”，这个道就是必须依法。

“最近两年来，我们也看到不少网络企业及员工，因触犯法律而受到制裁，实在令人痛心。”凤凰网总编辑邹明说，“我们绝对不能因追求经济效益而丧失原则，用企业的生命去试法，这样做的结果只能是遭到法律的制裁。我们绝对不能为了追求流量而丧失基本的道德底线，让低级庸俗充斥版面；我们也绝对不能为迎合网民的兴趣爱好，而降低我们的品质和追求。”

“作为新闻网站，我们将推进法治社会建设作为自己的一项基本职责，深入研究新兴舆论传播规律，打造好网上法治文化传播平台。”千龙网总裁、总编辑黄庭满说，“我们会规划做强法治频道，大力运用各类新平台、新应用终端，与政法部门和机构合作，开展网上法制宣传教育；对接网友心理与需求，用网友喜闻乐见的表达方式，传播好党的法治声音，歌唱好法治正气歌，大力宣传法治社会建设领域中的先进典型和善行义举，推动法治成为人们的生活方式和共同信仰。”

搜狐网总编辑吴晨光表示，作为门户网站，我们要通过每一个报道、每一个标题、每一个专题策划，在传播方式上对“法治”两个字进行深入的研讨。“其次是报道正能量，对一些网络谣言以及不符合法治精神的报道进行及时辟谣。”

“我们要从产品、人员和内外协同三个层面实践依法办网。”百度执行总编辑于丹认为首先要“照镜子”，对全线产品进行彻查，保证全线产品依法提供服务；其次要依法处置违法信息，提高工作人员进行违法信息处置的主动和自觉，增强法制观念和职业素养。

网络非“法外之地”。网络空间的法治建设不仅是依法治国方略的本质要求，是国家治理体系和治理能力现代化的重要组成，更是中华民族复兴的有力保障。全面推进网络空间法治化建设，多管齐下，一起行动起来，让网络成为传递“法治正能量”的平台！

# 爱茉莉太平洋集团 注重品质拓市场 美丽妆园今建成

韩国最大的化妆品集团爱茉莉太平洋集团10月21日宣布，为灵活应对快速增长的中国市场需求，提供更适合中国消费者的优质产品，集团在中国投资兴建的集生产、研发、物流等功能于一体的“爱茉莉上海美丽妆园”正式建成并投产。

“爱茉莉上海美丽妆园”位于上海嘉定区马陆镇，是爱茉莉太平洋中国全新的生产、研发和物流中心。“爱茉莉上海美丽妆园”总投资7.5亿元人民币，占地总面积为92787平方米，建筑面积为41001平方米。

全新的爱茉莉上海美丽妆园配备了全球标准运营系统及环保型设备，年均生产能力将达1.3万吨，约相当于年产1亿支产品，产能是原上海工厂的10倍。这也是爱茉莉太平洋集团迄今为止在韩国以外兴建的最大的生产研发物流基地。

爱茉莉太平洋集团董事长徐庆培表示，具有“亚洲之美创造者”之称的爱茉莉太平洋集团很早就开始关注中国市场的巨大潜力。作为集团中国战略全新提速的重要标志，全新的爱茉莉上海美丽妆园将以强大的生产能力、卓越的研发技术和快速的物流系统，帮助集团更灵活、迅速地应对中国消费者需求，生产出能够细致准确地体现中国市场特性的优质产品。

爱茉莉太平洋集团将以爱茉莉上海美丽妆园作为在中国发展的全新起点，坚持和韩国本土一致的高品质管理，始终贯彻“绝对品质主义”。

爱茉莉太平洋集团希望通过不断的努力，实现2020年成为“亚洲第一化妆品公司”和“卓越的全球化品牌公司”的愿景，更好地履行“亚洲之美创造者(Asian Beauty Creator)”的美丽使命，创造自然、人类和企业融合共存的美丽世界。爱茉莉上海美丽妆园的建成，将作为集团发展历史中最重要的里程碑之一，成为集团实现2020年愿景的重要推动力，同时也标志着爱茉莉太平洋集团对中国市场的开拓进入全新阶段。

美丽妆园的落成。

徐庆培先生介绍，爱茉莉上海美丽妆园不仅是爱茉莉太平洋迄今为止在中国最重要的投资之一，更是集团在韩国以外最大的生产研发物流中心。今后，爱茉莉太平洋集团将扎根中国，依托5大国际代表品牌，以最快的速度应对中国消费者的需求，实现中国市场的快速增长。同时，通过顺畅的物流和销售渠道的铺设，以及电子商务渠道的进一步开拓，努力成为受中国消费者喜爱和信赖的公司。

随后，爱茉莉太平洋中国总经理高祥钦先生介绍了在中国市场所取得的瞩目成绩。近10年来，爱茉莉太平洋中国区销售业绩年平均增长达47%。2013年，中国市场销售总额达3387亿韩元；2014年上半年，中国市场的销售总额达2209亿韩元，较去年同期持续增长26.5%。目前，中国市场的发展由集团旗下五大国际代表品牌雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、伊蒂之屋主导，未来将根据品牌各自特点，继续开拓市场，以多渠道战略，覆盖更广大的市场，并在此基础上，努力寻求新品牌进入中国市场的机会。

中国市场是支持爱茉莉太平洋海外市场强劲增长的中坚力量。2014年中国市场预计贡献超过4200亿韩元的销售收入，将使集团的销售总额提升10%。公司同时期望，到2020年，中国市场的平均年增长率能够达到41%，实现3.3万亿韩元的销售收入，贡献爱茉莉太平洋全球销售总额的28%。



爱茉莉太平洋集团董事长徐庆培

爱茉莉太平洋集团2014年上半年财报显示，在韩国和全球海外市场的销售总额达23165亿韩元，较去年同期增长15.6%，营业利润较去年同期增长32%。为了实现成为“卓越的全球化品牌公司”的愿景，爱茉莉太平洋集团制定了2020年销售总额达到12万亿韩元的目标，其中海外市场销售额贡献将达50%，利润贡献将达15%。

## 从“量的增长”到“质的经营”

爱茉莉太平洋集团董事长徐庆培强调，为



爱茉莉上海美丽妆园

践行“亚洲之美创造者”(Asian Beauty Creator)的使命，爱茉莉太平洋在中国始终强调追求“质的经营”，坚持以“品质”和“客户”为优先的理念，从顾客、环境、员工和社区等角度兑现爱茉莉太平洋对中国市场长期深耕的承诺。在扩大开发兼具安全性和高效能的优秀品质产品的同时，最大程度履行企业社会责任，奠定可持续发展的基础。

爱茉莉上海美丽妆园绿色设施反映了集团对中国环境保护的重视和决心。爱茉莉上海美丽妆园采用了一系列环保工艺，积极承担企业社会责任。其中包括，引进先进的环保设备，构建了应用收缩热系统；将夜间的冷却水应用于白天的空调机，减少二氧化碳的排放量；引进雨水再利用系统，将废水处理设备中洗涤用水及药品溶解用水由净水换为雨水；使用LNG天然气、环保建材和照明设备，力求减少对环境的破坏和污染。

在品质管理方面，爱茉莉上海美丽妆园致力于为消费者提供安全、卫生的产品。上海工厂将与韩国一样，继续执行“绝对品质主义”的管理方针，从原料选择到产品生产，严格贯彻安全性、储存性、稳定性和有效性。

在研发方面，爱茉莉太平洋中国持续加强各项本地化的研究和调查工作，针对中国市场消费者需求，开发更适合中国顾客使用的产品。爱茉莉太平洋上海研发部门与中国科学院昆明植物研究所、中国药科大学等多所皮肤科机构签署备忘录，共同开展多种合作研究项目，积极研究传统草药，开发革新原料乃至特

有的美容方法，推进各项技术创新，努力为中国顾客提供更多的产品。2013年，以“探索中国式美丽”为主题重点发布了眼角老化、7岁周期论观点、皮肤刺激性、毛发和头皮老化等4项研究，相关成果已被应用于产品的开发中。

在企业社会责任方面，爱茉莉太平洋以女性、环境、文化等三大领域为中心开展工作。为帮助更多女性实现健康之美，爱茉莉太平洋将集团的代表性项目“妆典生命”活动引入中国，于2011年正式启动。

3年来，“妆典生命 Makeup Your Life”活动已帮助超过570名在癌症治疗过程中饱受容貌之苦的女性患者学习化妆、护肤和美发技巧，让她们重拾自信，增强康复意志。在今年8月云南鲁甸地震灾害发生后，爱茉莉太平洋中国第一时间向灾区捐款200万元人民币，帮助灾区的重建工作。

未来，爱茉莉太平洋中国还会通过一系列丰富的企业社会责任活动，发挥积极的社会影响力，通过美丽给消费者带来幸福，积极履行企业社会责任，努力回馈社会。

根据2013年的统计数据，爱茉莉太平洋中国共有5,609名员工，本地员工比例为89%。爱茉莉太平洋中国积极培养女性员工，努力建造支持女性员工的工作环境，公司女性员工比率76%，女性管理人员比率52%。

此外，爱茉莉太平洋中国还成立了专门的组织并制定了人才培养战略，力求在公司发展的同时帮助员工能力得到提升。这些均为企业的可持续经营提供了支持。



爱茉莉上海美丽妆园落成典礼

10月21日下午，上海市嘉定区马陆镇，爱茉莉太平洋集团董事长徐庆培与来自全国各地的近百位记者一起，共同见证了爱茉莉上海

## 爱茉莉上海美丽妆园提升“美丽实力”