

工信部出台26条措施规范APP应用 未经用户同意不得强制下载APP

记者27日从工信部获悉，工信部近日印发通知，出台26条措施，通过规范安装卸载行为、优化服务体验、加强个人信息保护等，进一步提升移动互联网应用服务能力。其中，聚焦APP安装卸载等提出12条措施，围绕APP开发运营者、分发平台等提出14条措施。

近年来，我国移动互联网蓬勃发展，各类应用服务日益丰富。工信部数据显示，目前，在架APP数量达

258万款，小程序、快应用等创新形态不断出现。

工信部信息通信管理局有关负责人表示，这26条措施在供给侧推动提升行业上下游服务能力，在需求侧着力解决影响用户服务感知的问题。

比如，针对规范安装卸载提出3方面要求：确保知情同意安装，不得通过“偷梁换柱”“强制捆绑”“静默下载”等方式欺骗误导用户下载安装；规范网页推荐下载

行为，在用户浏览页面内容时，未经用户同意或主动选择，不得自动或强制下载APP；实现便捷卸载，除基本功能软件外，APP应当可便捷卸载等。

针对优化服务体验、加强个人信息保护等方面，通知也明确一系列举措。值得一提的是，通知明确，APP合理申请使用权限，在业务功能启动时，动态申请所需权限，特别是在调用终端相册、通讯录、位置等权限时，应同步告知用

户申请该权限的目的。

通知针对APP开发运营、分发、运行等提出相应规范举措，通过各链条联防共治，共同提高行业整体服务水平。

工信部信息通信管理局有关负责人表示，将推动行业落实有关要求，通过组织相关企业开展自查自纠、加强指导监督、强化技术手段等方式，优化服务供给，改善用户体验，维护良好的信息消费环境。据新华社

推荐商品、带货，甚至发布不实评测 互联网第三方评测还能信吗？

在互联网平台上，针对各类商品的“第三方评测”十分常见。评测机构和博主通过测试相关产品，并就质量、价格、服务等方面做出排行，为消费者提供购物参考。记者调查发现，评测机构所使用的检测方法和标准五花八门，评测质量参差不齐。一些机构甚至“以商养测”，以评测名义收取品牌方费用，不仅无法起到购物参考作用，反而影响了正常的市场秩序。

评测眼花缭乱，购物左右为难

数据显示，10年来，国内数字零售交易规模增长9倍，目前已超过13万亿元。“网购市场日趋庞大，商品种类日益丰富，不少消费者为挑选到质量出众、性价比高的产品，养成了先看产品评测再购物的习惯，评测机构圈子也应运而生。”电商从业者张向阳说，在社交平台和视频平台检索某类产品，常常会出现关于评测

机构或博主制作的产品推荐排行榜，从价格、质量、功能等多个维度对一批产品进行打分，并按照分数高低进行排名，供消费者参考。

随着涌出的评测机构越来越多，不少机构的评测内容也遭到消费者质疑。一些消费者表示，近两年一些评测机构不再专注于评测，有的还推荐商品、直接带货，一些消费者甚至因此

买到问题商品，不少人开始对评测内容持怀疑态度。

在一项针对2010名受访者的媒体调查显示，72.4%的受访者觉得第三方评测机构/平台缺乏统一、规范的商品评测标准，59.7%的受访者指出第三方评测机构/平台用虚假评测来营销推广产品，44.6%的受访者觉得检测过程缺乏相关监督。

公开资料显示，部分评

测机构还发布不实评测。不久前，某自媒体账号发布“9款热卖橄榄油竟全部翻车”的评测视频，引起了广泛关注。中国粮油学会油脂分会随后发布公告表示，从市场上随机抽取视频中提到的9款橄榄油产品，送至具有检测资质的检测机构进行检测，结果显示各项指标完全符合国家标准，相关机构发布的评测内容不实。

看似客观中立，实则为了利益？

许多评测机构标榜自己是“第三方”，相关评测结果“客观中立”，但由此引发的消费乱象时常出现。这不仅没有维护消费者的正常权益，反而扰乱了市场秩序。

记者发现，相同品类的产品，不同机构的评测结果却不同。以拉杆箱为例，一家评测机构选取了5款拉杆箱，评测后得出一组结论，而

另一家机构评测得出的排名顺序完全相反。多名消费者认为，一些评测看似专业，但没有明确的测试标准，评测过程中充斥着随意性、主观性，反而会误导买家选择。

一些评测机构标榜权威，但缺乏检测资质。在某社交平台上一则关于婴儿奶粉的评测中，评测机构宣称购买了6款婴儿奶粉，找

到业界权威机构进行营养成分分析、有害物质检测等评测。但无论是评测视频还是文章，均未说明到底选取的是哪家“权威机构”。

业内人士介绍，以食品行业为例，一些餐饮产品的检测不是仅靠一些仪器设备就能完成的，一般需要到高校和科研机构中具备检测资质的实验室进行。有

些评测机构在没有专业测试的情况下进行虚假宣传，制造“权威”的噱头。

此外，“以商养测”也让一些评测内容变了味。记者注意到，目前一些“头部”评测机构出于利益考量，在评测中或是推荐自己的产品，或是为他人代言产品。有消费者反映，一些机构的评测看似是评测，实则是广告。

加强日常监管，引导行业自律

受访专家认为，第三方评测机构涉猎范围广、发布内容杂，部分内容涉嫌违规。以食品行业为例，国务院食品安全办等10部门《关于加强食品安全谣言防控和治理工作的通知》明确规定，任何组织和个人未经授权不得发布国家食品安全总体情况、食品安全风险警示信息，不得发布、转载不具备法定资质条件的

检验机构出具的食品检验报告，以及据此开展的各类评价、测评等信息。因此，机构违规进行产品检测并发布相关排名，监管部门和平台方应积极采取行动予以管制。

专业人士介绍，收取排名费为个别商家广告宣传的，可以视为广告经营者；既评测又卖产品的，也可以视为广告主。北京宣言律

师事务所律师杜秀军认为，互联网平台要完善自身监管体系，对于从事评测业务的机构或博主，严格进行内容审核，仔细区分评测与广告，并对广告内容做出标识。如果广告经营者或广告主存在违法或虚假行为，应及时配合相关部门的处罚，对涉事主体的账号进行封禁。

“第三方评测平台应做到独立、公正、科学和专业，

需要严防利益冲突。非独立公正的评测结果，涉嫌侵害消费者知情权和选择权，也涉嫌构成虚假宣传或商业诋毁等不正当竞争行为。”中国互联网协会法工委副秘书长胡钢说，市场监管、消协等部门应加强日常监管，一旦出现消费纠纷引发的法律问题，相关评测机构要承担相应的法律责任。据新华社

文化和旅游市场电子证照 3月1日起推行应用

记者2月27日从文化和旅游部获悉，为全面实现文化和旅游市场涉企证照电子化，不断提升“互联网+政务服务”水平，文化和旅游部办公厅近日发出通知，决定自2023年3月1日起，在全国范围内推行应用文化和旅游市场涉企电子证照，启用文化和旅游市场电子印章。

通知明确，电子证照与纸质证照同步制发，并行使用，具有同等法律效力。

通知还要求，推进电子证照互通互认，规范电子证照共享调用。提升政务服务便利化水平，探索电子证照线上线下融合创新应用，有序推进电子证照社会化应用试点。

据新华社

3月“天象剧场”好戏连台 金木相合要把握 月掩金星别错过

3月“天象剧场”大幕将起，好戏连台，其中，金木相合要把握，月掩金星别错过。

3月2日傍晚时分的西方天空，太阳系中最亮的两颗行星——金星与木星近距离相合，肩并肩“凑”在一起，为公众上演一幕精彩的“二人转”。

“由于这两颗行星都非常明亮，即使是在光污染较为严重的城市也能用肉眼轻松捕捉到它们的身影。”天津市天文学会理事、天津科学技术馆天文科普专家宋媛媛说。

3月21日，小行星带中唯一的矮行星——谷神星将上演冲日表演。冲日时，谷神星和太阳正好分处地球两侧，三者几乎成一条直线，谷神星被太阳照亮的一面会完全朝向地球。

宋媛媛表示，冲日时，通常是谷神星最亮的时候，是观测它的绝佳时机。届时只要天气晴好，感兴趣的公众借助小型天文望远镜就可以在繁星背景中寻觅到它的身影。

3月24日傍晚，一场非常适合我国观测的月掩金星将在西方天空上演。月掩金星是指月球运行至地球与金星之间，三者排成一条直线，届时月球将在金星前面“路过”。由于月球的视直径远大于金星的视直径，因此在“路过”的时候会把金星完全遮挡住。金星会在很短的时间内完全“消失”，过一阵子再迅速出现。

“24日为农历闰二月初三，月相为如钩般的峨眉月，我国南方部分地区可以看到金星被小月牙‘吃掉’的趣味一幕，而北方地区虽然看不到掩星过程，但却可以看到金星在小月牙旁‘擦肩而过’，也非常具有观赏性。”宋媛媛说。

3月28日21时左右，一场美丽的火星合月会现身天宇，感兴趣的公众凭借肉眼就可观赏到火星与上弦月近距离相伴的画面；3月31日14时，金星与天王星相合，遗憾的是二者“距离”最近时发生在白天，不过30日和31日傍晚金星与天王星依然相距不远，感兴趣的公众可在这个时段借助小型天文望远镜见证这“亲密一刻”。

据新华社

3月“天象剧场”
3月2日 金星合木星
3月21日 谷神星冲日
3月24日 月掩金星
3月28日 火星合月
3月31日 金星合天王星

