



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

电子商务资讯

2014年11、12月合刊第9期总第140期

上海市电子商务行业协会主办

目录

【重要消息】

上海市商务委 市金融办 自贸试验区管委会关于印发《中国(上海)自由贸易试验区大宗商品现货市场交易管理规定》的通知.....	1
沪府办发〔2014〕62号 上海市人民政府办公厅关于印发上海市建设健康城市2015~2017年行动计划的通知.....	3
国发〔2014〕21号 国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要(2014~2020年)的通知.....	11

【政策规范】

沪府发〔2014〕77号 上海市人民政府贯彻《国务院关于促进市场公平竞争维护市场正常秩序的若干意见》的实施意见.....	30
国发〔2014〕52号 国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见.....	43

【行业动态】

盘点: 2015年中国电商行业十大发展趋势.....	45
盘点: “双11”过后电商生态链四大反思.....	48

【新增会员】

上海钱浩投资管理有限公司.....	53
上海市邮政公司虹口区分公司.....	53
上海千人互联网金融研究中心.....	54

森蓝环保（上海）有限公司····· 55

国动地产有限公司····· 55

【交流园地】

2014年中国互联网时尚消费四大趋势····· 56

最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定····· 58

【重要消息】

上海市商务委员会 市金融办 自贸试验区管委会关于印发 《中国(上海)自由贸易试验区大宗商品 现货市场交易管理规定》的通知

各有关单位：

为进一步加快推进中国(上海)自由贸易试验区面向国际的大宗商品现货市场建设，健全联合管理制度,规范交易活动,加强事中事后监管，保护交易各方合法权益，促进大宗商品现货市场健康发展,根据《中国(上海)自由贸易试验区总体方案》(国发〔2013〕38号)以及《商品现货市场交易特别规定（试行）》（商务部、中国人民银行、证券监督管理委员会令 2013 第 3 号），市商务委会同市金融办、自贸试验区管委会制定了《中国(上海)自由贸易试验区大宗商品现货市场交易管理规定》，现印发给你们，请认真遵照执行。

特此通知。

上海市商务委员会、上海市金融服务办公室
中国（上海）自由贸易试验区管委会
2014年11月17日

中国（上海）自由贸易试验区大宗商品现货市场交易管理规定

第一条 为推动中国（上海）自由贸易试验区（以下简称“自贸试验区”）面向国际的大宗商品现货市场建设，规范交易活动，保护交易各方的合法权益，加快推进现代流通方式，促进大宗商品现货市场健康发展，根据《中国（上海）自由贸易试验区总体方案》（国发〔2013〕38号）以及《商品现货市场交易特别规定（试行）》（商务部、中国人民银行、证券监督管理委员会令 2013 第 3 号），制订本规定。

第二条 本规定所称大宗商品现货市场,是指由买卖双方进行公开的、经常性的或定期性的大宗商品现货交易活动，具有信息、物流等配套服务功能的场所或互联网交易平台。

本规定所称大宗商品现货市场经营者（以下简称“市场经营者”），是指依法设立大宗商品现货市场，制定市场相关业务规则和规章制度，并为大宗商品现货交易活动提供场所及相关配套服务的法人。

第三条 上海市商务委员会（以下简称“市商务委”）负责大宗商品现货市

场行业管理，指导自贸试验区大宗商品现货市场规划布局，加强物流仓储标准化制度建设与管理，促进市场建立健全交易、交收、仓储、信息发布、风险控制等业务规则与制度，加强行业监管，推动市场健康发展。

上海市金融服务办公室（以下简称“市金融办”）负责加强与国家金融管理部门沟通协调，指导做好大宗商品现货市场资金存管、清算和结算等相关工作，规范市场交易品种和交易方式，防范系统性金融风险,推动现货市场与期货市场联动发展。

中国（上海）自由贸易试验区管委会（以下简称“自贸试验区管委会”）负责制定自贸试验区大宗商品现货市场规划布局，加强市场设立及运行中的政策协调，建立健全自贸试验区大宗商品现货市场信息和统计监测机制，加强市场规范监管。

第四条 申请在自贸试验区设立的大宗商品现货市场应符合下列要求：

（一）市场发起人具有大宗商品领域行业背景，过往三年经营无违法记录。

（二）交易品种为进出口依存度高的大宗商品；交易价格不含进口关税和进口环节增值税；交易对象为大宗保税实物商品、以大宗保税实物商品为标的物的仓单和可转让提单等提货凭证。

（三）市场经营管理制度符合自贸试验区大宗商品现货市场相关交易管理规则。

自贸试验区管委会会同市商务委和市金融办等部门，与业内专家、行业代表等组成自贸试验区大宗商品现货市场评审委员会。评审委员会对市场发起人提交的项目方案开展综合评估，评审结果应书面告知市场发起人。

第五条 自贸试验区市场经营者开展经营活动应当遵照《商品现货市场交易特别规定（试行）》（商务部、中国人民银行、证券监督管理委员会令 2013 第 3 号），并遵守下列规则：

（一）市场经营者应当建立健全交易、资金托管、清算、仓储、信息发布、风险控制、市场管理等业务规则与各项规章制度，做到“交易、托管、清算、仓储”分开，严格防范和妥善处置各类风险。

（二）市场经营者应当确保交易各方的交易资金存储在第三方的资金存管机构开设的专用资金账户，不得侵占、挪用账户资金，由主办银行或独立第三方清算机构对交易资金进行清算，确保交易资金安全。

（三）市场经营者应当建立完善的仓单管理及交收机制，由独立第三方仓单公示系统对仓单进行登记公示，确保仓单真实性和交收安全。指定交收仓库

应为自贸试验区内的保税仓库或其他符合海关监管要求的保税仓库。

(四) 市场经营者及其工作人员不得以任何方式参与市场交易。

第六条 自贸试验区大宗商品现货市场相关交易管理规则由自贸试验区管委会、市商务委、市金融办联合制定。

本规定自发布之日起施行，有效期两年，由市商务委会同市金融办、自贸试验区管委会负责解释。市商务委、市金融办、自贸试验区管委会发布的《中国（上海）自由贸易试验区大宗商品现货市场交易管理暂行规定》（沪商市场〔2014〕186号）同时废止。

沪府办发〔2014〕62号
上海市人民政府办公厅关于印发
上海市建设健康城市 2015~2017 年行动计划的通知

各区、县人民政府，市政府各委、办、局：

经市政府同意，现将《上海市建设健康城市 2015~2017 年行动计划》印发给你们，请认真按照执行。

上海市人民政府办公厅

2014 年 11 月 16 日

上海市建设健康城市 2015~2017 年行动计划

为进一步推进健康城市建设，提升健康管理服务水平，根据《全民健康素养促进行动规划（2014~2020 年）》、《中国慢性病防治工作规划（2012~2015 年）》和《上海市健康促进规划（2011~2020 年）》，制定本行动计划。

一、指导思想

进一步提升健康城市建设的社会动员和支持能力。积极整合健康教育与健康促进资源，探索拓展健康传播的渠道和方法，提高健康促进支持性环境建设的水准和覆盖面，加大全民健康生活方式推广和全民健康素养促进行动力度，引导市民掌握更多的健康自我管理技能。努力提高全人群的健康行为形成率，切实促进整个城市人群健康与环境健康协调发展。

二、行动目标

依托有效的社会动员，通过持续开展市民健康行动，使全市人群健康素养监测水平在现有基础上显著提升，市民健康文明意识继续增强，经常参加体育锻炼者在总人群中比例明显提高，成人吸烟率呈下降趋势，公共场所二手烟暴露率继续降低；食品安全核心知识的公众知晓率稳步提升，食品安全的社会监督氛围进一步形成；市民科学就医行为逐渐养成，促进就医环境有所好转。

三、主要任务

（一）“科学健身”市民行动

积极倡导“体育生活化”理念，广泛普及科学健身常识，大力开展群众性体育活动，切实加强社会体育指导员队伍建设，不断提高群众体育专项化水平。继续加大公共体育设施建设力度，扩大公共体育场馆公益性开放，推进学校体育场地在非教学时段向社会开放工作。积极培育体育社会组织，充分发挥其在开展全民健身活动中的促进和指导作用。倡导各级各类机关、企事业单位和社会团体定期举办不同层次、类型的全民健身活动，积极推广广播操和工间操。

通过上述工作，使广大市民健身意识、健身知识知晓率和健身能力明显提高，体育健身成为更多人的基本生活方式，市民主要体质指标处于全国前列水平。

（牵头部门：市体育局。配合部门：市爱卫办、市卫生计生委、市文明办、市教委、市总工会）

（二）“控制烟害”市民行动

根据相关法律和《上海市公共场所控制吸烟条例》的要求，继续完善依法控烟推进机制，切实加大控烟监管力度，逐渐降低法定禁烟区域的二手烟暴露率。探索优化无烟城市建设的社会支持系统，大力推动机关、学校、医院、企业和各类法定控烟场所参与无烟环境建设。广泛开展烟草烟雾危害核心知识与控制技能的健康科普或专题培训，不断提升公众对烟草烟雾危害知识的知晓率和对室内吸烟行为的劝阻率。增强 12320 卫生公益热线的戒烟支持功能，加大戒烟门诊建设力度，推广戒烟简短干预，在社区、单位探索开展戒烟干预活动。

通过上述工作，使广大市民能够积极主动参与各类控烟活动，公务员、教师、医务人员等群体在控制烟害活动中发挥示范作用，有戒烟意愿的吸烟者能参与戒烟干预活动并取得效果。

（牵头部门：市爱卫办。配合部门：市卫生计生委、市食品药品监督管理局、市公安局、市文化市场行政执法总队、市交通委、市教委、市住房保障房屋管

理局、市旅游局、市体育局、市文广影视局、市商务委、市机管局、上海铁路局、市文明办)

(三)“食品安全”市民行动

围绕合理膳食常识、食品安全应知应会知识以及《食品安全法》的相关规定，广泛开展进家入户的健康科普和法制宣教活动。重点做好合理膳食相关常识、“食品安全五要点”和选购食品注意事项的专项科普。拓宽公众对于食品安全提示或警示等信息的知情渠道，完善食品安全举报系统和奖励机制。

通过上述工作，切实提高广大市民尤其是青少年学生的食品安全核心知识知晓率，促进市民提升食品安全自我保护意识与能力，养成健康安全的食品消费习惯；引导市民依法维权，自觉抵制不健康食品消费，主动参与对食品安全管理的社会监督。

(牵头部门：市食品药品监督管理局。配合部门：市爱卫办、市卫生计生委、市商务委、市工商局、市教委、市农委)

(四)“正确就医”市民行动

大力普及科学就医知识，坚持科学就医行为，推动落实分级诊疗制度，引导公众正确认识医学局限性，推动建立和谐医患关系。结合公立医院改革和社区卫生服务改革的推进，多渠道、多角度宣传倡导网上预约就诊和分级分流就医等做法，促进家庭医生签约率和家庭医生有效服务率得到提高，并提倡“小病在社区，大病进医院”。同时，通过普及就诊技巧，帮助市民提高就诊效率。

通过上述工作，指导广大市民树立科学的健康观、生命观和就医观，认识医疗局限性，根据疾病状况等实际情况选择适合的医疗机构；提高居民家庭医生签约率和家庭医生有效服务率。

(牵头部门：市卫生计生委。配合部门：市爱卫办、申康医院发展中心、市文明办、市科委)

(五)“清洁环境”市民行动

结合国家卫生区(镇)的创评和巩固复审，坚持以周四爱国卫生义务劳动等为抓手，组织开展城乡环境清洁行动，重点治理农贸市场、城中村、老旧小区、背街小巷、交通集散地、公路沿线的卫生死角，促使城乡广大社区进一步落实辖区环境卫生动态化、长效化管理措施，促进垃圾分类收集理念得到全面推行和实践，推动社会卫生管理水平、城乡居住环境质量有总体提高和均衡改善。注重群众参与和专业防制相结合，治本清源、科学布防、有效治理，切实控制病媒生物密度及相关疾病发生。

通过上述工作，引导广大市民逐渐养成垃圾分类习惯，掌握病媒防制常识

和实用技能，自觉参与爱国卫生清洁劳动，主动维护工作环境和居家卫生。

（牵头部门：市爱卫办。配合部门：市绿化市容局、市水务局、市环保局、市建设管理委、市住房保障房屋管理局、市文明办）

四、主要措施

（一）开发与推行健康传播项目

1. 实施健康支持工具（读本）发放项目

依托政府财政支持，继续按年度实施基本覆盖常住人口家庭的“健康工具包”发放项目。在广泛征求市民需求意向的基础上，协调组织专业力量开发集实用性、科普性于一体的健康支持工具和健康传播读物，由政府采购并寻求较为完善的发放渠道以实施工具包发放项目；鼓励各地区、单位围绕健康城市（区、县）建设的要求，量力而行、因地制宜地推行健康促进类实物宣传品的设计和发放项目。

2. 打造“健康大讲堂”系列品牌

深化与主流媒体的多形式合作，联手打造在内容、风格、受众定位等方面各具特色的全市性“健康大讲堂”系列品牌，有序组织受益面广的巡讲活动。鼓励区县结合辖区相关资源优势 and 市民健康需求，打造区域性健康讲堂品牌。市、区县每年有计划、按要求举办面向不同人群、规模不一、目标定位明确的健康讲座，注重开展效果测评。探索引入社会力量和社会资源，联手共建相对固定的健康讲堂宣教基地。

3. 拓展健康公益传播渠道

加大以规范公共空间社会健康行为和养成健康文明理念与生活方式为核心内容的健康公益传播力度。探索加强健康公益微博平台、微信平台、数字电视的建设与维护，充分运用社交媒体特点，开展互动性较强的公众健康传播活动。有计划地设计制作诉求明确、创意独到的健康公益宣传系列视频，积极争取各类视频投放平台的管理主体支持并予以广泛投放。完善健康传播资料库建设，为全市各类健康公益传播提供技术支持。探索建立健康促进核心信息传播效果监测评估机制。

（二）营造与维护健康支持系统

1. 优化社区健康支持环境

鼓励和推动各地区进一步优化健康支持环境，开展形式多样、针对性强的健康促进活动。结合社区规划布局，在公共休闲场所的建设改造中，因地制宜增加健康促进元素，加强居住区健康宣传栏、健身苑点、健康步道、健康书屋等健康支持环境的一体化建设。利用社区宣教阵地，为各类社区人群创设参与

健康文体活动的机会，使健康生活方式倡导与社区文化养成和文明建设有机结合、相互促进。组织开展全民性、愉悦性、体验性的健康促进活动，帮助市民通过社区活动实现健康理念的知行转化。

2. 完善场所健康促进措施

聚焦重点，有效干预，不断提高职业人群和在校学生的健康行为养成率和健康素养水平。倡导医院、学校、机关、企业等单位建立并完善员工健康管理制度和措施，营造有利于员工养成健康行为、保持健康身心的环境；组织开展形式多样的健康促进活动，引导员工掌握健康素养核心信息，建立健康生活方式。探索开展戒烟干预、员工体检管理和职业健康危害因素干预。各类学校根据学生健康需求及特点，注重培养学生的健康意识和公共卫生意识，降低学生近视、龋齿和肥胖等发生率；医院根据自身资源优势，在面向患者及其亲属提供针对性健康教育与健康服务的同时，加强社区健康教育的指导和技术支撑，提升社区健康教育内涵。

（三）推行与促进人群健康管理

1. 拓展健康自我管理内涵

结合贯彻市委、市政府关于“创新社会治理、加强基层建设”的要求，在社区和单位继续推进健康自我管理小组建设，注重健康自我管理活动与慢性病群防群控、社区老年关爱、睦邻关系建设、群众社团发展、社区（单位）文化培育等工作的有机融合，探索建立“政府扶持、社会支持、个人投入”相结合的健康自我管理活动资源运作机制，因地制宜培育健康自我管理活动的不同模式。鼓励更多人群在专业支持下，通过同伴教育和自我管理，树立“预防为主、健康第一”理念，系统学习并熟练运用健康自我管理知识技能，养成健康行为，减少疾病困扰。各级健康促进部门探索建立完善科学客观的市民健康自我管理能力评价方法和健康自我管理小组活动效果的第三方评价机制。

2. 开展健康家庭建设

探索以健康自我管理活动和各类健康促进场所建设的现有参与人群为中坚力量，发挥其在推行健康生活方式领域的示范作用，从而带动不同家庭的所有成员围绕各个年龄阶段的主要健康问题和健康需求，通过多渠道接收健康素养核心信息的传授，主动参与面向不同年龄段人群的相关健康知识技能培训和健康服务活动，逐渐形成健康自我管理理念，共同践行健康生活方式。针对家庭成员中的妇幼、老年等重点人群，实施科学育儿、妇女保健、养老照护、应急求助、老年心理健康关爱等技能的培训指导，组织开展寓教于乐、以家庭为参与单位的相关活动，整体提升市民家庭的综合健康水平。

五、具体要求

（一）加强组织领导，提高投入保障水平

各级政府要坚持为人民健康服务的方向，坚持“健康融入万策”的理念，把促进人民群众健康放在本地区社会经济发展的重要位置，进一步加强对深入开展建设健康城市行动的领导，推动政府职能部门把健康促进渗透到各项民生政策的制定和实施过程，注重目标、资源、措施、方法的整合，不断完善组织管理体系、调整充实工作队伍，继续固化联动密切、运作高效的行动协调机制。要根据市民最迫切的健康需求和健康促进工作的需要，因地制宜、量力而行，持续加大对建设健康城市行动的投入保障力度。各区县、部门和有关单位要根据本行动计划，按照“5+X”（即5项全市统一的市民行动与X项区域特色行动相结合）模式，制定具体实施方案、配套措施和支持性政策，稳步有序推进。鼓励有条件的地区和部门把建设健康城市行动的重点工作纳入实事项目，从人、财、物等方面予以充分保障。

（二）加强能力建设，提高规范管理水平

各级健康促进委员会及其成员单位要结合建设健康城市行动面临的新形势、新任务和新要求，与时俱进、统筹考虑，有计划地安排本系统各类人员接受健康促进理论和实务培训，进一步加强社区单位健康促进工作人员和健康促进志愿者的能力建设，提高健康促进工作的社会参与和支持水平。要整合专业机构的力量，建立健全健康促进工作网络，逐步实行行业管理和社会化管理相结合的工作模式。联合专业技术部门、高校、学术机构、社会组织等不同类型的组织和机构共同推进健康促进的学科建设，使健康促进的理论研究与实践创新紧密结合，提升本市建设健康城市行动的科学规范管理水平。

（三）加强舆论引导，提高社会参与水平

要以公共卫生、疾病防治、全民健身、环境保护等领域的活动日（周、月）为节点，精心策划组织各类专题宣传活动，提高建设健康城市行动的社会影响力。充分运用市民喜闻乐见的传播形式，利用社区、单位的工作平台和宣传阵地，发挥新闻媒体、行业类媒体、健康类媒体及政府官方微博、微信等新媒体的舆论引导、健康科普、信息公开、行为互动等功能，积极传播健康生活方式核心理念，引导社会公众以各种方式支持、参与建设健康城市行动。探索引入社会资源参与健康促进项目的公益投入和组织运行，鼓励和扶持非政府组织、群众团体和健康促进志愿者队伍在健康城市建设的项目实施中发挥积极主导作用。

（四）加强监测评估，提高决策支持水平

要进一步完善健康教育和健康促进监测体系建设，提高健康教育和健康促进队伍的监测评估能力。定期组织开展对本轮行动计划执行情况和实施效果的监测活动，全面、科学、公正地评估阶段性目标实施工作的成效与问题。注重对健康城市建设过程中相关前沿理论运用和重点项目实施的课题研究，运用卫生经济学、社会学、管理学、传播学等领域的理论和方法，深入分析项目实施的社会效益和经济效益，加强监测评估数据的利用，为建设健康城市行动的本土化运行和可持续发展提供依据与指导。

附件：上海市建设健康城市 2015~2017 年行动计划工作指标

上海市建设健康城市 2015~2017 年行动计划工作指标

序号	指标名称	指标定义	目标水平	2017 年	牵头部门	协助部门
一	“科学健身” 市民行动					
1	经常参加体育锻炼的人数比例 (%)	被调查对象每周锻炼 1 次以上，每次 30 分钟以上，中等强度运动的人数 / 调查人口总数 × 100%	40.6	≥41	市体育局	市健促办、市总工会、市教委
2	社会体育指导员人数 (%)	社会体育指导员人数达到本市常住人口的比例	1.94	2	市体育局	市健促办
3	健康步道 (公里)	居民小区、公园修建有健康知识提示的健身步道累计长度	684	750	市健促办	市绿化市容局 市建设管理委 市体育局
二	“控制烟害” 市民行动					
4	场所内人群吸烟率 (%)	单位时间内在法定公共场所吸烟的人数 / 单位时间内在法定公共场所的总人数 × 100%	4.3	≤3	市健促办	相关部门
5	对吸烟行为有助或执法的场所比例 (%)	场所内有人对吸烟行为劝阻或执法的场所数 / 有人吸烟的场所总数 × 100%	44.6	≥50	市健促办	相关部门
6	被动吸烟危害核心知识知晓率 (%)	知晓被动吸烟相关知识的人数 / 调查总人数 × 100%	63.8	≥70	市健促办	相关部门
7	戒烟门诊新建点 (个)	在医疗机构中开设戒烟门诊的数量	61	79	市健促办	市卫生计生委
8	无烟场所建设数量 (个)	经上海市控制吸烟协会审核并授牌的无烟单位	1824	≥2000	市健促办	相关区县府
三	“食品安全” 市民行动					

9	食品安全知晓率(%)	按国家统计局上海调查总队开展的上海市民食品安全知识知晓程度调查结果确定	80.2	≥80	市食品药品监督管理局	相关部门
10	中小學生食堂安全基本知识知晓率(%)	按国家统计局上海调查总队开展的上海市民食品安全知识知晓程度调查结果确定	2013年为试点,对部分区县学生的调查	≥85	市食品药品监督管理局	市教委
11	合理膳食相关知识知晓率(%)	知道每日盐、奶制品摄入量等相关知识人数/调查人口总数×100%	56	≥65	市健促办	相关部门
12	饮酒的限量值知晓率(%)	知道饮酒限量值的人数/调查人口总数×100%	32.4	≥45	市健促办	相关部门
四	“正确就医”市民行动					
13	常规就医流程知晓率(%)	知晓常规就医流程的人数/调查人口总数×100%	74.9	85	市卫生计生委	市健促办
14	科学就医行为形成率(%)	做到科学就医行的人数/调查人口总数×100%	27.6	40	市卫生计生委	市健促办
15	家庭医生签约率(%)	签约家庭医生的常住居民数/常住居民总数×100%	32	40	市卫生计生委	市健促办
16	家庭医生有效服务率(%)	当年度利用过家庭医生基本诊疗或健康管理服务的签约居民数/签约居民总数×100%	58	60	市卫生计生委	市健促办
五	“清洁环境”市民行动					
17	国家卫生镇年创建数(个)	国家卫生镇创成数	60	70	相关区政府、市健促办	相关部门
18	病媒生物防制达标小区(个)	市级病媒生物防制达标小区的建成数(累计)	600	1200	市健促办	相关部门
19	病媒生物防制达标集市(个)	市级病媒生物防制达标集市的建成数(累计)	60	150	市健促办	相关部门
20	城镇污水处理率(%)	污水处理量(扣除地下水渗入量)/污水总量×100%	87.7	90	市水务局	相关部门
21	环境空气质量优良率(AQI)	空气质量优良的天数占全年天数的比例	66	明显改善	市环保局	相关部门
22	森林覆盖率(%)	森林保有量/上海市陆域面积×100%	13.13	≥15	市绿化市容局	相关部门
23	垃圾分类覆盖率(%)	已实施垃圾分类户数/全市总户数×100%	32	53	市绿化市容局	相关部门

六	主要措施					
24	市民具备健康素养的总水平(%)	正确问答健康素养有关问题 82%以上的被调查人数 / 调查人口总人数 × 100%	18.24	≥20	市卫生计生委	相关部门
25	健康社区(镇)达标数(个)	符合市级健康促进社区(镇)标准的社区(累计)	34	52	市健促办	相关区县政府
26	健康主题公园达标数(个)	符合市级健康主题公园标准的公园数(累计)	27	87	市健促办	市绿化市容局
27	健康知识一条街达标数(条)	符合市级健康知识一条街标准的街数(累计)	23	83	市健促办	市绿化市容局 市建设管理委
28	健康单位达标数(个)	符合市级健康单位标准的单位数(累计)	200	500	市健促办	相关区县政府
29	参加市民健康自我管理小组的人数(万)	参加社区及单位组建市民健康自我管理小组的人数(累计)	35	53	市健促办	相关部门
30	健康家庭达标数(个)	符合市级健康家庭建准的家庭数(累计)	100	300	市健促办	相关部门
31	健康生活方式指导员数量(个)	承担社区健康教育、健康生活指导作用的身躯成员的数量	5000	50000	市健促办	相关部门
32	65岁以上老年人体检率(%)	65岁以上老年人参加免费体检的人数 / 全市 65岁以上老年人总数 × 100%	89	≥90	市卫生计生委	相关部门

国发〔2014〕21号
国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要
(2014~2020年)的通知

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：
现将《社会信用体系建设规划纲要（2014~2020年）》印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院
2014年6月14日

《纲要》全文如下：

社会信用体系建设规划纲要

(2014~2020年)

社会信用体系是社会主义市场经济体制和社会治理体制的重要组成部分。它以法律、法规、标准和契约为依据，以健全覆盖社会成员的信用记录和信用基础设施网络为基础，以信用信息合规应用和信用服务体系为支撑，以树立诚信文化理念、弘扬诚信传统美德为内在要求，以守信激励和失信约束为奖惩机制，目的是提高全社会的诚信意识和信用水平。

加快社会信用体系建设是全面落实科学发展观、构建社会主义和谐社会的重要基础，是完善社会主义市场经济体制、加强和创新社会治理的重要手段，对增强社会成员诚信意识，营造优良信用环境，提升国家整体竞争力，促进社会发展与文明进步具有重要意义。

根据党的十八大提出的“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”，党的十八届三中全会提出的“建立健全社会征信体系，褒扬诚信，惩戒失信”，《中共中央国务院关于加强和创新社会管理的意见》提出的“建立健全社会诚信制度”，以及《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》（以下简称“十二五”规划纲要）提出的“加快社会信用体系建设”的总体要求，制定本规划纲要。规划期为2014~2020年。

一、社会信用体系建设总体思路

（一）发展现状。

党中央、国务院高度重视社会信用体系建设。有关地区、部门和单位探索推进，社会信用体系建设取得积极进展。国务院建立社会信用体系建设部际联席会议制度统筹推进信用体系建设，公布实施《征信业管理条例》，一批信用体系建设的规章和标准相继出台。全国集中统一的金融信用信息基础数据库建成，小微企业和农村信用体系建设积极推进；各部门推动信用信息公开，开展行业信用评价，实施信用分类监管；各行业积极开展诚信宣传教育和诚信自律活动；各地区探索建立综合性信用信息共享平台，促进本地区各部门、各单位的信用信息整合应用；社会对信用服务产品的需求日益上升，信用服务市场规模不断扩大。

我国社会信用体系建设虽然取得一定进展，但与经济发展水平和社会发展阶段不匹配、不协调、不适应的矛盾仍然突出。存在的主要问题包括：覆盖全社会的征信系统尚未形成，社会成员信用记录严重缺失，守信激励和失信惩戒机制尚不健全，守信激励不足，失信成本偏低；信用服务市场不发达，服务体系不成熟，服务行为不规范，服务机构公信力不足，信用信息主体权益保护机

制缺失；社会诚信意识和信用水平偏低，履约践诺、诚实守信的社会氛围尚未形成，重特大生产安全事故、食品药品安全事件时有发生，商业欺诈、制假售假、偷逃骗税、虚报冒领、学术不端等现象屡禁不止，政务诚信度、司法公信度离人民群众的期待还有一定差距等。

（二）形势和要求。

我国正处于深化经济体制改革和完善社会主义市场经济体制的攻坚期。现代市场经济是信用经济，建立健全社会信用体系，是整顿和规范市场经济秩序、改善市场信用环境、降低交易成本、防范经济风险的重要举措，是减少政府对经济的行政干预、完善社会主义市场经济体制的迫切要求。

我国正处于加快转变发展方式、实现科学发展的战略机遇期。加快推进社会信用体系建设，是促进资源优化配置、扩大内需、促进产业结构优化升级的重要前提，是完善科学发展机制的迫切要求。

我国正处于经济社会转型的关键期。利益主体更加多元化，各种社会矛盾凸显，社会组织形式及管理方式也在发生深刻变化。全面推进社会信用体系建设，是增强社会诚信、促进社会互信、减少社会矛盾的有效手段，是加强和创新社会治理、构建社会主义和谐社会的迫切要求。

我国正处于在更大范围、更宽领域、更深层次上提高开放型经济水平的拓展期。经济全球化使我国对外开放程度不断提高，与其他国家和地区的社会交流更加密切。完善社会信用体系，是深化国际合作与交往，树立国际品牌和声誉，降低对外交易成本，提升国家软实力和国际影响力的必要条件，是推动建立客观、公正、合理、平衡的国际信用评级体系，适应全球化新形势，驾驭全球化新格局的迫切要求。

（三）指导思想 and 目标原则。

全面推动社会信用体系建设，必须坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，按照党的十八大、十八届三中全会和“十二五”规划纲要精神，以健全信用法律法规和标准体系、形成覆盖全社会的征信系统为基础，以推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设为主要内容，以推进诚信文化建设、建立守信激励和失信惩戒机制为重点，以推进行业信用建设、地方信用建设和信用服务市场发展为支撑，以提高全社会诚信意识和信用水平、改善经济社会运行环境为目的，以人为本，在全社会广泛形成守信光荣、失信可耻的浓厚氛围，使诚实守信成为全民的自觉行为规范。

社会信用体系建设的主要目标是：到 2020 年，社会信用基础性法律法规和标准体系基本建立，以信用信息资源共享为基础的覆盖全社会的征信系统基本

建成，信用监管体制基本健全，信用服务市场体系比较完善，守信激励和失信惩戒机制全面发挥作用。政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设取得明显进展，市场和社会满意度大幅提高。全社会诚信意识普遍增强，经济社会发展信用环境明显改善，经济社会秩序显著好转。

社会信用体系建设的主要原则是：

政府推动，社会共建。充分发挥政府的组织、引导、推动和示范作用。政府负责制定实施发展规划，健全法规和标准，培育和监管信用服务市场。注重发挥市场机制作用，协调并优化资源配置，鼓励和调动社会力量，广泛参与，共同推进，形成社会信用体系建设合力。

健全法制，规范发展。逐步建立健全信用法律法规体系和信用标准体系，加强信用信息管理，规范信用服务体系发展，维护信用信息安全和信息主体权益。

统筹规划，分步实施。针对社会信用体系建设的长期性、系统性和复杂性，强化顶层设计，立足当前，着眼长远，统筹全局，系统规划，有计划、分步骤地组织实施。

重点突破，强化应用。选择重点领域和典型地区开展信用建设示范。积极推广信用产品的社会化应用，促进信用信息互联互通、协同共享，健全社会信用奖惩联动机制，营造诚实、自律、守信、互信的社会信用环境。

二、推进重点领域诚信建设

（一）加快推进政务诚信建设。

政务诚信是社会信用体系建设的关键，各类政务行为主体的诚信水平，对其他社会主体诚信建设发挥着重要的表率 and 导向作用。

坚持依法行政。将依法行政贯穿于决策、执行、监督和服务的全过程，全面推进政务公开，在保护国家信息安全、商业秘密和个人隐私的前提下，依法公开在行政管理中掌握的信用信息，建立有效的信息共享机制。切实提高政府工作效率和服务水平，转变政府职能。健全权力运行制约和监督体系，确保决策权、执行权、监督权既相互制约又相互协调。完善政府决策机制和程序，提高决策透明度。进一步推广重大决策事项公示和听证制度，拓宽公众参与政府决策的渠道，加强对权力运行的社会监督和约束，提升政府公信力，树立政府公开、公平、清廉的诚信形象。

发挥政府诚信建设示范作用。各级人民政府首先要加强自身诚信建设，以政府的诚信施政，带动全社会诚信意识的树立和诚信水平的提高。在行政许可、政府采购、招标投标、劳动就业、社会保障、科研管理、干部选拔任用和

管理监督、申请政府资金支持等领域，率先使用信用信息和信用产品，培育信用服务市场发展。

加快政府守信践诺机制建设。严格履行政府向社会作出的承诺，把政务履约和守诺服务纳入政府绩效评价体系，把发展规划和政府工作报告关于经济社会发展目标落实情况以及为百姓办实事的践诺情况作为评价政府诚信水平的重要内容，推动各地区、各部门逐步建立健全政务和行政承诺考核制度。各级人民政府对依法作出的政策承诺和签订的各类合同要认真履约和兑现。要积极营造公平竞争、统一高效的市场环境，不得施行地方保护主义措施，如滥用行政权力封锁市场、包庇纵容行政区域内社会主体的违法违规和失信行为等。要支持统计部门依法统计、真实统计。政府举债要依法依规、规模适度、风险可控、程序透明。政府收支必须强化预算约束，提高透明度。加强和完善群众监督和舆论监督机制。完善政务诚信约束和问责机制。各级人民政府要自觉接受本级人大的法律监督和政协的民主监督。加大监察、审计等部门对行政行为的监督和审计力度。

加强公务员诚信管理和教育。建立公务员诚信档案，依法依规将公务员个人有关事项报告、廉政记录、年度考核结果、相关违法违纪违约行为等信用信息纳入档案，将公务员诚信记录作为干部考核、任用和奖惩的重要依据。深入开展公务员诚信、守法和道德教育，加强法律知识和信用知识学习，编制公务员诚信手册，增强公务员法律和诚信意识，建立一支守法守信、高效廉洁的公务员队伍。

（二）深入推进商务诚信建设。

提高商务诚信水平是社会信用体系建设的重点，是商务关系有效维护、商务运行成本有效降低、营商环境有效改善的基本条件，是各类商务主体可持续发展的生存之本，也是各类经济活动高效开展的基础保障。

生产领域信用建设。建立安全生产信用公告制度，完善安全生产承诺和安全生产不良信用记录及安全生产失信行为惩戒制度。以煤矿、非煤矿山、危险化学品、烟花爆竹、特种设备生产企业以及民用爆炸物品生产、销售企业和爆破企业或单位为重点，健全安全生产准入和退出信用审核机制，促进企业落实安全生产主体责任。以食品、药品、日用消费品、农产品和农业投入品为重点，加强各类生产经营主体生产和加工环节的信用管理，建立产品质量信用信息异地和部门间共享制度。推动建立质量信用征信系统，加快完善 12365 产品质量投诉举报咨询服务平台，建立质量诚信报告、失信黑名单披露、市场禁入和退出制度。

流通领域信用建设。研究制定商贸流通领域企业信用信息征集共享制度，完善商贸流通企业信用评价基本规则和指标体系。推进批发零售、商贸物流、住宿餐饮及居民服务行业信用建设，开展企业信用分类管理。完善零售商与供应商信用合作模式。强化反垄断与反不正当竞争执法，加大对市场混淆行为、虚假宣传、商业欺诈、商业诋毁、商业贿赂等违法行为的查处力度，对典型案例、重大案件予以曝光，增加企业失信成本，促进诚信经营和公平竞争。逐步建立以商品条形码等标识为基础的全国商品流通追溯体系。加强检验检疫质量诚信体系建设。支持商贸服务企业信用融资，发展商业保理，规范预付消费行为。鼓励企业扩大信用销售，促进个人信用消费。推进对外经济贸易信用建设，进一步加强对外贸易、对外援助、对外投资合作等领域的信用信息管理、信用风险监测预警和企业信用等级分类管理。借助电子口岸管理平台，建立完善进出口企业信用评价体系、信用分类管理和联合监管制度。

金融领域信用建设。创新金融信用产品，改善金融服务，维护金融消费者个人信息安全，保护金融消费者合法权益。加大对金融欺诈、恶意逃废银行债务、内幕交易、制售假保单、骗保骗赔、披露虚假信息、非法集资、逃套骗汇等金融失信行为的惩戒力度，规范金融市场秩序。加强金融信用信息基础设施建设，进一步扩大信用记录的覆盖面，强化金融业对守信者的激励作用和对失信者的约束作用。

税务领域信用建设。建立跨部门信用信息共享机制。开展纳税人基础信息、各类交易信息、财产保有和转让信息以及纳税记录等涉税信息的交换、比对和应用工作。进一步完善纳税信用等级评定和发布制度，加强税务领域信用分类管理，发挥信用评定差异对纳税人的奖惩作用。建立税收违法黑名单制度。推进纳税信用与其他社会信用联动管理，提升纳税人税法遵从度。

价格领域信用建设。指导企业和经营者加强价格自律，规范和引导经营者价格行为，实行经营者明码标价和收费公示制度，着力推行“明码实价”。督促经营者加强内部价格管理，根据经营者条件建立健全内部价格管理制度。完善经营者价格诚信制度，做好信息披露工作，推动实施奖惩制度。强化价格执法检查与反垄断执法，依法查处捏造和散布涨价信息、价格欺诈、价格垄断等价格失信行为，对典型案例予以公开曝光，规范市场价格秩序。

工程建设领域信用建设。推进工程建设市场信用体系建设。加快工程建设市场信用法规制度建设，制定工程建设市场各方主体和从业人员信用标准。推进工程建设领域项目信息公开和诚信体系建设，依托政府网站，全面设立项目信息和信用信息公开共享专栏，集中公开工程建设项目信息和信用信息，推动

建设全国性的综合检索平台，实现工程建设项目信息和信用信息公开共享的“一站式”综合检索服务。深入开展工程质量诚信建设。完善工程建设市场准入退出制度，加大对发生重大工程质量、安全责任事故或有其他重大失信行为的企业及负有责任的从业人员的惩戒力度。建立企业和从业人员信用评价结果与资质审批、执业资格注册、资质资格取消等审批审核事项的关联管理机制。建立科学、有效的建设领域从业人员信用评价机制和失信责任追溯制度，将肢解发包、转包、违法分包、拖欠工程款和农民工工资等列入失信责任追究范围。

政府采购领域信用建设。加强政府采购信用管理，强化联动惩戒，保护政府采购当事人的合法权益。制定供应商、评审专家、政府采购代理机构以及相关从业人员的信用记录标准。依法建立政府采购供应商不良行为记录名单，对列入不良行为记录名单的供应商，在一定期限内禁止参加政府采购活动。完善政府采购市场的准入和退出机制，充分利用工商、税务、金融、检察等其他部门提供的信用信息，加强对政府采购当事人和相关人员的信用管理。加快建设全国统一的政府采购管理交易系统，提高政府采购活动透明度，实现信用信息的统一发布和共享。

招标投标领域信用建设。扩大招标投标信用信息公开和共享范围，建立涵盖招标投标情况的信用评价指标和评价标准体系，健全招标投标信用信息公开和共享制度。进一步贯彻落实招标投标违法行为记录公告制度，推动完善奖惩联动机制。依托电子招标投标系统及其公共服务平台，实现招标投标和合同履行等信用信息的互联互通、实时交换和整合共享。鼓励市场主体运用基本信用信息和第三方信用评价结果，并将其作为投标人资格审查、评标、定标和合同签订的重要依据。

交通运输领域信用建设。形成部门规章制度和地方性法规、地方政府规章相结合的交通运输信用法规体系。完善信用考核标准，实施分类考核监管。针对公路、铁路、水路、民航、管道等运输市场不同经营门类分别制定考核指标，加强信用考核评价监督管理，积极引导第三方机构参与信用考核评价，逐步建立交通运输管理机构与社会信用评价机构相结合，具有监督、申诉和复核机制的综合考核评价体系。将各类交通运输违法行为列入失信记录。鼓励和支持各单位在采购交通运输服务、招标投标、人员招聘等方面优先选择信用等级高的交通运输企业和从业人员。对失信企业和从业人员，要加强监管和惩戒，逐步建立跨地区、跨行业信用奖惩联动机制。

电子商务领域信用建设。建立健全电子商务企业客户信用管理和交易信用

评估制度，加强电子商务企业自身开发和销售信用产品的质量监督。推行电子商务主体身份标识制度，完善网店实名制。加强网店产品质量检查，严厉查处电子商务领域制假售假、传销活动、虚假广告、以次充好、服务违约等欺诈行为。打击内外勾结、伪造流量和商业信誉的行为，对失信主体建立行业限期禁入制度。促进电子商务信用信息与社会其他领域相关信息的交换和共享，推动电子商务与线下交易信用评价。完善电子商务信用服务保障制度，推动信用调查、信用评估、信用担保、信用保险、信用支付、商账管理等第三方信用服务和产品在电子商务中的推广应用。开展电子商务网站可信认证服务工作，推广应用网站可信标识，为电子商务用户识别假冒、钓鱼网站提供手段。

统计领域信用建设。开展企业诚信统计承诺活动，营造诚实报数光荣、失信造假可耻的良好风气。完善统计诚信评价标准体系。建立健全企业统计诚信评价制度和统计从业人员诚信档案。加强执法检查，严厉查处统计领域的弄虚作假行为，建立统计失信行为通报和公开曝光制度。加大对统计失信企业的联合惩戒力度。将统计失信企业名单档案及其违法违规信息纳入金融、工商等行业和部门信用信息系统，将统计信用记录与企业融资、政府补贴、工商注册登记等直接挂钩，切实强化对统计失信行为的惩戒和制约。

中介服务业信用建设。建立完善中介服务机构及其从业人员的信用记录和披露制度，并作为市场行政执法部门实施信用分类管理的重要依据。重点加强公证仲裁类、律师类、会计类、担保类、鉴证类、检验检测类、评估类、认证类、代理类、经纪类、职业介绍类、咨询类、交易类等机构信用分类管理，探索建立科学合理的评估指标体系、评估制度和工作机制。

会展、广告领域信用建设。推动展会主办机构诚信办展，践行诚信服务公约，建立信用档案和违法违规单位信息披露制度，推广信用服务和产品的应用。加强广告业诚信建设，建立健全广告业信用分类管理制度，打击各类虚假广告，突出广告制作、传播环节各参与者责任，完善广告活动主体失信惩戒机制和严重失信淘汰机制。

企业诚信管理制度建设。开展各行业企业诚信承诺活动，加大诚信企业示范宣传和典型失信案件曝光力度，引导企业增强社会责任感，在生产经营、财务管理和劳动用工管理等各环节中强化信用自律，改善商务信用生态环境。鼓励企业建立客户档案、开展客户诚信评价，将客户诚信交易记录纳入应收账款管理、信用销售授信额度计量，建立科学的企业信用管理流程，防范信用风险，提升企业综合竞争力。强化企业在发债、借款、担保等债权债务信用交易及生产经营活动中诚信履约。鼓励和支持有条件的企业设立信用管理师。鼓励

企业建立内部职工诚信考核与评价制度。加强供水、供电、供热、燃气、电信、铁路、航空等关系人民群众日常生活行业企业的自身信用建设。

（三）全面推进社会诚信建设。

社会诚信是社会信用体系建设的基础，社会成员之间只有以诚相待、以信为本，才会形成和谐友爱的人际关系，才能促进社会文明进步，实现社会和谐稳定和长治久安。

医药卫生和计划生育领域信用建设。加强医疗卫生机构信用管理和行业诚信作风建设。树立大医精诚的价值理念，坚持仁心仁术的执业操守。培育诚信执业、诚信采购、诚信诊疗、诚信收费、诚信医保理念，坚持合理检查、合理用药、合理治疗、合理收费等诚信医疗服务准则，全面建立药品价格、医疗服务价格公示制度，开展诚信医院、诚信药店创建活动，制定医疗机构和执业医师、药师、护士等医务人员信用评价指标标准，推进医院评审评价和医师定期考核，开展医务人员医德综合评价，惩戒收受贿赂、过度诊疗等违法和失信行为，建立诚信医疗服务体系。加快完善药品安全领域信用制度，建立药品研发、生产和流通企业信用档案。积极开展以“诚信至上，以质取胜”为主题的药品安全诚信承诺活动，切实提高药品安全信用监管水平，严厉打击制假贩假行为，保障人民群众用药安全有效。加强人口计生领域信用建设，开展人口和计划生育信用信息共享工作。

社会保障领域信用建设。在救灾、救助、养老、社会保险、慈善、彩票等方面，建立全面的诚信制度，打击各类诈捐骗捐等失信行为。建立健全社会救助、保障性住房等民生政策实施中的申请、审核、退出等各环节的诚信制度，加强对申请相关民生政策的条件审核，强化对社会救助动态管理及保障房使用的监管，将失信和违规的个人纳入信用黑名单。构建居民家庭经济状况核对信息系统，建立和完善低收入家庭认定机制，确保社会救助、保障性住房等民生政策公平、公正和健康运行。建立健全社会保险诚信管理制度，加强社会保险经办管理，加强社会保险领域的劳动保障监督执法，规范参保缴费行为，加大对医保定点医院、定点药店、工伤保险协议医疗机构等社会保险协议服务机构及其工作人员、各类参保人员的违规、欺诈、骗保等行为的惩戒力度，防止和打击各种骗保行为。进一步完善社会保险基金管理制度，提高基金征收、管理、支付等各环节的透明度，推动社会保险诚信制度建设，规范参保缴费行为，确保社会保险基金的安全运行。

劳动用工领域信用建设。进一步落实和完善企业劳动保障守法诚信制度，制定重大劳动保障违法行为社会公示办法。建立用人单位拖欠工资违法行为公

示制度，健全用人单位劳动保障诚信等级评价办法。规范用工行为，加强对劳动合同履行和仲裁的管理，推动企业积极开展和谐劳动关系创建活动。加强劳动保障监督执法，加大对违法行为的打击力度。加强人力资源市场诚信建设，规范职业中介行为，打击各种黑中介、黑用工等违法失信行为。

教育、科研领域信用建设。加强教师和科研人员诚信教育。开展教师诚信承诺活动，自觉接受广大学生、家长和社会各界的监督。发挥教师诚信执教、为人师表的影响作用。加强学生诚信教育，培养诚实守信良好习惯，为提高全民族诚信素质奠定基础。探索建立教育机构及其从业人员、教师和学生、科研机构 and 科技社团及科研人员的信用评价制度，将信用评价与考试招生、学籍管理、学历学位授予、科研项目立项、专业技术职务评聘、岗位聘用、评选表彰等挂钩，努力解决学历造假、论文抄袭、学术不端、考试招生作弊等问题。

文化、体育、旅游领域信用建设。依托全国文化市场技术监管与公共服务平台，建立健全娱乐、演出、艺术品、网络文化等领域文化企业主体、从业人员以及文化产品的信用信息数据库；依法制定文化市场诚信管理措施，加强文化市场动态监管。制定职业体育从业人员诚信从业准则，建立职业体育从业人员、职业体育俱乐部和中介企业信用等级的第三方评估制度，推进相关信用信息记录和信用评级在参加或举办职业体育赛事、职业体育准入、转会等方面广泛运用。制定旅游从业人员诚信服务准则，建立旅游业消费者意见反馈和投诉记录与公开制度，建立旅行社、旅游景区和宾馆饭店信用等级第三方评估制度。

知识产权领域信用建设。建立健全知识产权诚信管理制度，出台知识产权保护信用评价办法。重点打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品行为，将知识产权侵权行为信息纳入失信记录，强化对盗版侵权等知识产权侵权失信行为的联合惩戒，提升全社会的知识产权保护意识。开展知识产权服务机构信用建设，探索建立各类知识产权服务标准化体系和诚信评价制度。

环境保护和能源节约领域信用建设。推进国家环境监测、信息与统计能力建设，加强环保信用数据的采集和整理，实现环境保护工作业务协同和信息共享，完善环境信息公开目录。建立环境管理、监测信息公开制度。完善环评文件责任追究机制，建立环评机构及其从业人员、评估专家诚信档案数据库，强化对环评机构及其从业人员、评估专家的信用考核分类监管。建立企业对所排放污染物开展自行监测并公布污染物排放情况以及突发环境事件发生和处理情况制度。建立企业环境行为信用评价制度，定期发布评价结果，并组织开展动态分类管理，根据企业的信用等级予以相应的鼓励、警示或惩戒。完善企业环

境行为信用信息共享机制，加强与银行、证券、保险、商务等部门的联动。加强国家能源利用数据统计、分析与信息上报能力建设。加强重点用能单位节能目标责任考核，定期公布考核结果，研究建立重点用能单位信用评价机制。强化对能源审计、节能评估和审查机构及其从业人员的信用评级和监管。研究开展节能服务公司信用评价工作，并逐步向全社会定期发布信用评级结果。加强对环资项目评审专家从业情况的信用考核管理。

社会组织诚信建设。依托法人单位信息资源库，加快完善社会组织登记管理信息。健全社会组织信息公开制度，引导社会组织提升运作的公开性和透明度，规范社会组织信息公开行为。把诚信建设内容纳入各类社会组织章程，强化社会组织诚信自律，提高社会组织公信力。发挥行业协会（商会）在行业信用建设中的作用，加强会员诚信宣传教育和培训。

自然人信用建设。突出自然人信用建设在社会信用体系建设中的基础性作用，依托国家人口信息资源库，建立完善自然人在经济社会活动中的信用记录，实现全国范围内自然人信用记录全覆盖。加强重点人群职业信用建设，建立公务员、企业法定代表人、律师、会计从业人员、注册会计师、统计从业人员、注册税务师、审计师、评估师、认证和检验检测从业人员、证券期货从业人员、上市公司高管人员、保险经纪人、医务人员、教师、科研人员、专利服务从业人员、项目经理、新闻媒体从业人员、导游、执业兽医等人员信用记录，推广使用职业信用报告，引导职业道德建设与行为规范。

互联网应用及服务领域信用建设。大力推进网络诚信建设，培育依法办网、诚信用网理念，逐步落实网络实名制，完善网络信用建设的法律保障，大力推进网络信用监管机制建设。建立网络信用评价体系，对互联网企业的服务经营行为、上网人员的网上行为进行信用评估，记录信用等级。建立涵盖互联网企业、上网个人的网络信用档案，积极推进建立网络信用信息与社会其他领域相关信用信息的交换共享机制，大力推动网络信用信息在社会各领域推广应用。建立网络信用黑名单制度，将实施网络欺诈、造谣传谣、侵害他人合法权益等严重网络失信行为的企业、个人列入黑名单，对列入黑名单的主体采取网上行为限制、行业禁入等措施，通报相关部门并进行公开曝光。

（四）大力推进司法公信建设。

司法公信是社会信用体系建设的重要内容，是树立司法权威的前提，是社会公平正义的底线。

法院公信建设。提升司法审判信息化水平，实现覆盖审判工作全过程的全国四级法院审判信息互联互通。推进强制执行案件信息公开，完善执行联动机

制，提高生效法律文书执行率。发挥审判职能作用，鼓励诚信交易、倡导互信合作，制裁商业欺诈和恣意违约毁约等失信行为，引导诚实守信风尚。

检察公信建设。进一步深化检务公开，创新检务公开的手段和途径，广泛听取群众意见，保障人民群众对检察工作的知情权、参与权、表达权和监督权。继续推行“阳光办案”，严格管理制度，强化内外部监督，建立健全专项检查、同步监督、责任追究机制。充分发挥法律监督职能作用，加大查办和预防职务犯罪力度，促进诚信建设。完善行贿犯罪档案查询制度，规范和加强查询工作管理，建立健全行贿犯罪档案查询与应用的社会联动机制。

公共安全领域公信建设。全面推行“阳光执法”，依法及时公开执法办案的制度规范、程序时限等信息，对于办案进展等不宜向社会公开，但涉及特定权利义务、需要特定对象知悉的信息，应当告知特定对象，或者为特定对象提供查询服务。进一步加强人口信息同各地区、各部门信息资源的交换和共享，完善国家人口信息资源库建设。将公民交通安全违法情况纳入诚信档案，促进全社会成员提高交通安全意识。定期向社会公开火灾高危单位消防安全评估结果，并作为单位信用等级的重要参考依据。将社会单位遵守消防安全法律法规情况纳入诚信管理，强化社会单位消防安全主体责任。

司法行政系统公信建设。进一步提高监狱、戒毒场所、社区矫正机构管理的规范化、制度化水平，维护服刑人员、戒毒人员、社区矫正人员合法权益。大力推进司法行政信息公开，进一步规范和创新的律师、公证、基层法律服务、法律援助、司法考试、司法鉴定等信息管理和披露手段，保障人民群众的知情权。

司法执法和从业人员信用建设。建立各级公安、司法行政等工作人员信用档案，依法依规将徇私枉法以及不作为等不良记录纳入档案，并作为考核评价和奖惩依据。推进律师、公证员、基层法律服务工作者、法律援助人员、司法鉴定人员等诚信规范执业。建立司法从业人员诚信承诺制度。

健全促进司法公信的制度基础。深化司法体制和工作机制改革，推进执法规范化建设，严密执法程序，坚持有法必依、违法必究和法律面前人人平等，提高司法工作的科学化、制度化和规范化水平。充分发挥人大、政协和社会公众对司法工作的监督作用，完善司法机关之间的相互监督制约机制，强化司法机关的内部监督，实现以监督促公平、促公正、促公信。

三、加强诚信教育与诚信文化建设

诚信教育与诚信文化建设是引领社会成员诚信自律、提升社会成员道德素养的重要途径，是社会主义核心价值观体系建设的重要内容。

（一）普及诚信教育。

以建设社会主义核心价值体系、培育和践行社会主义核心价值观为根本，将诚信教育贯穿公民道德建设和精神文明创建全过程。推进公民道德建设工程，加强社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德教育，传承中华传统美德，弘扬时代新风，在全社会形成“以诚实守信为荣、以见利忘义为耻”的良好风尚。

在各级各类教育和培训中进一步充实诚信教育内容。大力开展信用宣传普及教育进机关、进企业、进学校、进社区、进村屯、进家庭活动。

建好用好道德讲堂，倡导爱国、敬业、诚信、友善等价值理念和道德规范。开展群众道德评议活动，对诚信缺失、不讲信用现象进行分析评议，引导人们诚实守信、遵德守礼。

（二）加强诚信文化建设。

弘扬诚信文化。以社会成员为对象，以诚信宣传为手段，以诚信教育为载体，大力倡导诚信道德规范，弘扬中华民族积极向善、诚实守信的传统文化和现代市场经济的契约精神，形成崇尚诚信、践行诚信的社会风尚。

树立诚信典型。充分发挥电视、广播、报纸、网络等媒体的宣传引导作用，结合道德模范评选和各行业诚信创建活动，树立社会诚信典范，使社会成员学有榜样、赶有目标，使诚实守信成为全社会的自觉追求。

深入开展诚信主题活动。有步骤、有重点地组织开展“诚信活动周”、“质量月”、“安全生产月”、“诚信兴商宣传月”、“3·5”学雷锋活动日、“3·15”国际消费者权益保护日、“6·14”信用记录关爱日、“12·4”全国法制宣传日等公益活动，突出诚信主题，营造诚信和谐的社会氛围。

大力开展重点行业领域诚信问题专项治理。深入开展道德领域突出问题专项教育和治理活动，针对诚信缺失问题突出、诚信建设需求迫切的行业领域开展专项治理，坚决纠正以权谋私、造假欺诈、见利忘义、损人利己的歪风邪气，树立行业诚信风尚。

（三）加快信用专业人才培养。

加强信用管理学科专业建设。把信用管理列为国家经济体制改革与社会治理发展急需的新兴、重点学科，支持有条件的高校设置信用管理专业或开设相关课程，在研究生培养中开设信用管理研究方向。开展信用理论、信用管理、信用技术、信用标准、信用政策等方面研究。

加强信用管理职业培训与专业考评。建立健全信用管理职业培训与专业考评制度。推广信用管理职业资格培训，培养信用管理专业化队伍。促进和加强

信用从业人员、信用管理人员的交流与培训，为社会信用体系建设提供人力资源支撑。

四、加快推进信用信息系统建设和应用

健全社会成员信用记录是社会信用体系建设的基本要求。发挥行业、地方、市场的力量和作用，加快推进信用信息系统建设，完善信用信息的记录、整合和应用，是形成守信激励和失信惩戒机制的基础和前提。

（一）行业信用信息系统建设。

加强重点领域信用记录建设。以工商、纳税、价格、进出口、安全生产、产品质量、环境保护、食品药品、医疗卫生、知识产权、流通服务、工程建设、电子商务、交通运输、合同履行、人力资源和社会保障、教育科研等领域为重点，完善行业信用记录和从业人员信用档案。

建立行业信用信息数据库。各部门要以数据标准化和应用标准化为原则，依托国家各项重大信息化工程，整合行业内的信用信息资源，实现信用记录的电子化存储，加快建设信用信息系统，加快推进行业间信用信息互联互通。各行业分别负责本行业信用信息的组织与发布。

（二）地方信用信息系统建设。

加快推进政务信用信息整合。各地区要对本地区各部门、各单位履行公共管理职能过程中产生的信用信息进行记录、完善、整合，形成统一的信用信息共享平台，为企业、个人和社会征信机构等查询政务信用信息提供便利。

加强地区内信用信息的应用。各地区要制定政务信用信息公开目录，形成信息公开的监督机制。大力推进本地区各部门、各单位政务信用信息的交换与共享，在公共管理中加强信用信息应用，提高履职效率。

（三）征信系统建设。

加快征信系统建设。征信机构开展征信业务，应建立以企事业单位及其他社会组织、个人为对象的征信系统，依法采集、整理、保存、加工企事业单位及其他社会组织、个人的信用信息，并采取合理措施保障信用信息的准确性。各地区、各行业要支持征信机构建立征信系统。

对外提供专业化征信服务。征信机构要根据市场需求，对外提供专业化的征信服务，有序推进信用服务产品创新。建立健全并严格执行内部风险防范、避免利益冲突和保障信息安全的规章制度，依法向客户提供方便、快捷、高效的征信服务，进一步扩大信用报告在银行业、证券业、保险业及政府部门行政执法等多种领域中的应用。

（四）金融业统一征信平台建设。

完善金融信用信息基础数据库。继续推进金融信用信息基础数据库建设，提升数据质量，完善系统功能，加强系统安全运行管理，进一步扩大信用报告的覆盖范围，提升系统对外服务水平。

推动金融业统一征信平台建设。继续推动银行、证券、保险、外汇等金融管理部门之间信用信息系统的链接，推动金融业统一征信平台建设，推进金融监管部门信用信息的交换与共享。

（五）推进信用信息的交换与共享。

逐步推进政务信用信息的交换与共享。各地区、各行业要以需求为导向，在保护隐私、责任明确、数据及时准确的前提下，按照风险分散的原则，建立信用信息交换共享机制，统筹利用现有信用信息系统基础设施，依法推进各信用信息系统的互联互通和信用信息的交换共享，逐步形成覆盖全部信用主体、所有信用信息类别、全国所有区域的信用信息网络。各行业主管部门要对信用信息进行分类分级管理，确定查询权限，特殊查询需求特殊申请。

依法推进政务信用信息系统与征信系统间的信息交换与共享。发挥市场激励机制的作用，鼓励社会征信机构加强对已公开政务信用信息和非政务信用信息的整合，建立面向不同对象的征信服务产品体系，满足社会多层次、多样化和专业化的征信服务需求。

五、完善以奖惩制度为重点的社会信用体系运行机制

运行机制是保障社会信用体系各系统协调运行的制度基础。其中，守信激励和失信惩戒机制直接作用于各个社会主体信用行为，是社会信用体系运行的核心机制。

（一）构建守信激励和失信惩戒机制。

加强对守信主体的奖励和激励。加大对守信行为的表彰和宣传力度。按规定对诚信企业和模范个人给予表彰，通过新闻媒体广泛宣传，营造守信光荣的舆论氛围。发展改革、财政、金融、环境保护、住房城乡建设、交通运输、商务、工商、税务、质检、安全监管、海关、知识产权等部门，在市场监管和公共服务过程中，要深化信用信息和信用产品的应用，对诚实守信者实行优先办理、简化程序等“绿色通道”支持激励政策。

加强对失信主体的约束和惩戒。强化行政监管性约束和惩戒。在现有行政处罚措施的基础上，健全失信惩戒制度，建立各行业黑名单制度和市场退出机制。推动各级人民政府在市场监管和公共服务的市场准入、资质认定、行政审批、政策扶持等方面实施信用分类监管，结合监管对象的失信类别和程度，使失信者受到惩戒。逐步建立行政许可申请人信用承诺制度，并开展申请人信用

审查，确保申请人在政府推荐的征信机构中有信用记录，配合征信机构开展信用信息采集工作。推动形成市场性约束和惩戒。制定信用基准性评价指标体系和评价方法，完善失信信息记录和披露制度，使失信者在市场交易中受到制约。推动形成行业性约束和惩戒。通过行业协会制定行业自律规则并监督会员遵守。对违规的失信者，按照情节轻重，对机构会员和个人会员实行警告、行业内通报批评、公开谴责等惩戒措施。推动形成社会性约束和惩戒。完善社会舆论监督机制，加强对失信行为的披露和曝光，发挥群众评议讨论、批评报道等作用，通过社会的道德谴责，形成社会震慑力，约束社会成员的失信行为。

建立失信行为有奖举报制度。切实落实对举报人的奖励，保护举报人的合法权益。

建立多部门、跨地区信用联合奖惩机制。通过信用信息交换共享，实现多部门、跨地区信用奖惩联动，使守信者处处受益、失信者寸步难行。

（二）建立健全信用法律法规和标准体系。

完善信用法律法规体系。推进信用立法工作，使信用信息征集、查询、应用、互联互通、信用信息安全和主体权益保护等有法可依。出台《征信业管理条例》相关配套制度和实施细则，建立异议处理、投诉办理和侵权责任追究制度。

推进行业、部门和地方信用制度建设。各地区、各部门分别根据本地区、相关行业信用体系建设的需要，制定地区或行业信用建设的规章制度，明确信用信息记录主体的责任，保证信用信息的客观、真实、准确和及时更新，完善信用信息共享公开制度，推动信用信息资源的有序开发利用。

建立信用信息分类管理制度。制定信用信息目录，明确信用信息分类，按照信用信息的属性，结合保护个人隐私和商业秘密，依法推进信用信息在采集、共享、使用、公开等环节的分类管理。加大对贩卖个人隐私和商业秘密行为的查处力度。

加快信用信息标准体系建设。制定全国统一的信用信息采集和分类管理标准，统一信用指标目录和建设规范。

建立统一社会信用代码制度。建立自然人、法人和其他组织统一社会信用代码制度。完善相关制度标准，推动在经济社会活动中广泛使用统一社会信用代码。

（三）培育和规范信用服务市场。

发展各类信用服务机构。逐步建立公共信用服务机构和社会信用服务机构互为补充、信用信息基础服务和增值服务相辅相成的多层次、全方位的信用服

务组织体系。

推进并规范信用评级行业发展。培育发展本土评级机构，增强我国评级机构的国际影响力。规范发展信用评级市场，提高信用评级行业的整体公信力。探索创新双评级、再评级制度。鼓励我国评级机构参与国际竞争和制定国际标准，加强与其他国家信用评级机构的协调和合作。

推动信用服务产品广泛运用。拓展信用服务产品应用范围，加大信用服务产品在社会治理和市场交易中的应用。鼓励信用服务产品开发和创新，推动信用保险、信用担保、商业保理、履约担保、信用管理咨询及培训等信用服务业务发展。

建立政务信用信息有序开放制度。明确政务信用信息的开放分类和基本目录，有序扩大政务信用信息对社会的开放，优化信用调查、信用评级和信用管理等行业的发展环境。

完善信用服务市场监管体制。根据信用服务市场、机构业务的不同特点，依法实施分类监管，完善监管制度，明确监管职责，切实维护市场秩序。推动制定信用服务相关法律制度，建立信用服务机构准入与退出机制，实现从业资格认定的公开透明，进一步完善信用服务业务规范，促进信用服务业健康发展。

推动信用服务机构完善法人治理。强化信用服务机构内部控制，完善约束机制，提升信用服务质量。

加强信用服务机构自身信用建设。信用服务机构要确立行为准则，加强规范管理，提高服务质量，坚持公正性和独立性，提升公信力。鼓励各类信用服务机构设立首席信用监督官，加强自身信用管理。

加强信用服务行业自律。推动建立信用服务行业自律组织，在组织内建立信用服务机构和从业人员基本行为准则和业务规范，强化自律约束，全面提升信用服务机构诚信水平。

（四）保护信用信息主体权益。

健全信用信息主体权益保护机制。充分发挥行政监管、行业自律和社会监督在信用信息主体权益保护中的作用，综合运用法律、经济和行政等手段，切实保护信用信息主体权益。加强对信用信息主体的引导教育，不断增强其维护自身合法权益的意识。

建立自我纠错、主动自新的社会鼓励与关爱机制。以建立针对未成年人失信行为的教育机制为重点，通过对已悔过改正旧有轻微失信行为的社会成员予以适当保护，形成守信正向激励机制。

建立信用信息侵权责任追究机制。制定信用信息异议处理、投诉办理、诉讼管理制度及操作细则。进一步加大执法力度，对信用服务机构泄露国家秘密、商业秘密和侵犯个人隐私等违法行为，依法予以严厉处罚。通过各类媒体披露各种侵害信息主体权益的行为，强化社会监督作用。

（五）强化信用信息安全管理。

健全信用信息安全管理体系。完善信用信息保护和网络信任体系，建立健全信用信息安全监控体系。加大信用信息安全监督检查力度，开展信用信息安全风险评估，实行信用信息安全等级保护。开展信用信息系统安全认证，加强信用信息服务系统安全管理。建立和完善信用信息安全应急处理机制。加强信用信息安全基础设施建设。

加强信用服务机构信用信息安全内部管理。强化信用服务机构信息安全防护能力，加大安全保障、技术研发和资金投入，高起点、高标准建设信用信息安全保障系统。依法制定和实施信用信息采集、整理、加工、保存、使用等方面的规章制度。

六、建立实施支撑体系

（一）强化责任落实。

各地区、各部门要统一思想，按照本规划纲要总体要求，成立规划纲要推进小组，根据职责分工和工作实际，制定具体落实方案。

各地区、各部门要定期对本地区、相关行业社会信用体系建设情况进行总结和评估，及时发现问题并提出改进措施。

对社会信用体系建设成效突出的地区、部门和单位，按规定予以表彰。对推进不力、失信现象多发地区、部门和单位的负责人，按规定实施行政问责。

（二）加大政策支持。

各级人民政府要根据社会信用体系建设需要，将应由政府负担的经费纳入财政预算予以保障。加大对信用基础设施建设、重点领域创新示范工程等方面的资金支持。

鼓励各地区、各部门结合规划纲要部署和自身工作实际，在社会信用体系建设创新示范领域先行先试，并在政府投资、融资安排等方面给予支持。

（三）实施专项工程。

政务信息公开工程。深入贯彻实施《中华人民共和国政府信息公开条例》，按照主动公开、依申请公开进行分类管理，切实加大政务信息公开力度，树立公开、透明的政府形象。

农村信用体系建设工程。为农户、农场、农民合作社、休闲农业和农产品

生产、加工企业等农村社会成员建立信用档案，夯实农村信用体系建设的基础。开展信用户、信用村、信用乡（镇）创建活动，深入推进青年信用示范户工作，发挥典型示范作用，使农民在参与中受到教育，得到实惠，在实践中提高信用意识。推进农产品生产、加工、流通企业和休闲农业等涉农企业信用建设。建立健全农民信用联保制度，推进和发展农业保险，完善农村信用担保体系。

小微企业信用体系建设工程。建立健全适合小微企业特点的信用记录和评价体系，完善小微企业信用信息查询、共享服务网络及区域性小微企业信用记录。引导各类信用服务机构为小微企业提供信用服务，创新小微企业集合信用服务方式，鼓励开展形式多样的小微企业诚信宣传和培训活动，为小微企业便利融资和健康发展营造良好的信用环境。

（四）推动创新示范。

地方信用建设综合示范。示范地区率先对本地区各部门、各单位的信用信息进行整合，形成统一的信用信息共享平台，依法向社会有序开放。示范地区各部门在开展经济社会管理和提供公共服务过程中，强化使用信用信息和信用产品，并作为政府管理和服务的必备要件。建立健全社会信用奖惩联动机制，使守信者得到激励和奖励，失信者受到制约和惩戒。对违法违规等典型失信行为予以公开，对严重失信行为加大打击力度。探索建立地方政府信用评价标准和方法，在发行地方政府债券等符合法律法规规定的信用融资活动中试行开展地方政府综合信用评价。

区域信用建设合作示范。探索建立区域信用联动机制，开展区域信用体系建设创新示范，推进信用信息交换共享，实现跨地区信用奖惩联动，优化区域信用环境。

重点领域和行业信用信息应用示范。在食品药品安全、环境保护、安全生产、产品质量、工程建设、电子商务、证券期货、融资担保、政府采购、招标投标等领域，试点推行信用报告制度。

（五）健全组织保障。

完善组织协调机制。完善社会信用体系建设部际联席会议制度，充分发挥其统筹协调作用，加强对各地区、各部门社会信用体系建设工作的指导、督促和检查。健全组织机构，各地区、各部门要设立专门机构负责推动社会信用体系建设。成立全国性信用协会，加强行业自律，充分发挥各类社会组织在推进社会信用体系建设中的作用。

建立地方政府推进机制。地方各级人民政府要将社会信用体系建设纳入重

要工作日程，推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设，加强督查，强化考核，把社会信用体系建设工作作为目标责任考核和政绩考核的重要内容。

建立工作通报和协调制度。社会信用体系建设部际联席会议定期召开工作协调会议，通报工作进展情况，及时研究解决社会信用体系建设中的重大问题。

【政策规范】

沪府发〔2014〕77号

上海市人民政府贯彻《国务院关于促进市场公平竞争维护市场秩序的若干意见》的实施意见

各区、县人民政府，市政府各委、办、局：

为进一步完善市场监管体系，促进市场公平竞争，维护市场秩序，现就贯彻《国务院关于促进市场公平竞争维护市场秩序的若干意见》（国发〔2014〕20号）提出如下实施意见：

一、完善市场准入

（一）改革市场准入制度和退出机制。只要符合法律规定的条件，不属于法律法规规章禁止或限制的情形，行政机关不得以任何理由限制进入；没有法律法规规章依据，行政机关不得作出影响市场主体权益或增加其义务的决定。要研究制定适应科技创新、产品创新、管理创新、市场创新和商业模式创新等要求的准入制度，制定和调整相应的行政审批技术规范、技术标准，建立统一的技术规范和技术标准库，实施动态管理。行政审批中，不以投资是否充分、市场是否饱和作为是否批准的条件，淡化经济业绩、企业人数、注册资本等经济性准入标准，强化资源节约、环境友好、质量、安全等社会性准入要求。（市级行政机关按职责分工分别负责）

严格对依法需要取得许可证或者需要经过强制认证市场主体的准入审查，凡不符合法定条件和要求的，依法不予发证或者审查不予通过。对不能满足审批条件和要求、整改后仍然达不到要求的市场主体，依法吊销或撤销有关证照，依法强制退出；对存在违法行为的，坚决依法查处。建立健全违法人员从

业禁止规定，制定严格的审核把关制度，依法加大处罚力度。（市级行政机关按职责分工分别负责）

（二）**进一步取消和调整行政审批**。对国务院和市政府决定取消的行政审批，一律不得再进行审批，或者变相再进行审批；对调整的行政审批，一律不得再按公布之前的方式进行，必须按调整的方式进行；市政府各部门取消的行政审批，各区县对口部门以及可能涉及的街道、乡镇也要一律取消。对下放的行政审批，通过“简化、优化、标准化”后再予以实施。对有限自然资源的开发利用、特许和专营权项目、有额度和指标限制的事项、国有资产等，要利用招投标、拍卖、挂牌、专营权转让、租赁、承包等市场机制进行配置。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

优化行政审批申请材料，申请人延续、变更等过程中涉及到申请材料与新办申请有重复且没有发生变化的，不得要求申请人再予以提供。坚决纠正违法增设审批条件、申请材料和审查环节的行为。清理行业准入限制，取消在机构名称、从业人员劳动合同等方面设定的限制条件，完善行业准入门槛。推动检验检测机构资格审批直接采信计量认证结果。推进审查内容从正确性审查转向符合性审查。推进技术审查与行政审查相分离。推进考核与培训相分离，明确不经培训也能参加考核，考核通过即予发证。推进行政审批评估评审改革，实施分类评估评审、区域评估评审、同步评估评审，简化其形式和内容。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

（三）**促进市场公平竞争**。贯彻《国务院关于禁止在市场经济活动中实行地区封锁的规定》，严格把好地方性法规、规章、规范性文件的制订关和审核关。（市政府法制办牵头负责）全面清理市场经济活动中含有地区封锁和行业垄断内容的现行规定。支持各种所有制企业公平享受各项企业扶持政策，公平获取各类社会资源，公平参与各类重大项目。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

做好《上海市定价目录》修订工作。（市发展改革委牵头负责）落实行政事业性收费目录管理制度，继续开展行政事业性收费清理，进一步规范行政事业性收费执收行为。（市财政局牵头负责）深化公证管理体制改革。完善法律服务行业收费项目公开、监督制度。（市司法局牵头负责）推动检验检测机构市场准入制度创新，推进监管执法与检验检测两分离。（市质量技监局牵头负责）在奉贤、闵行、金山和青浦 4 个区，建设危险化学品集中经营平台（市场）。（市安全监管局牵头负责）贯彻行政服务中心服务规范等相关地方标准，推进行政服务中心标准化建设。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）将工商营

业执照、组织机构代码证和税务登记证纳入区县行政服务中心，实行“一门式受理”、“一门式发证”。（区县政府负责）

（四）**打破“玻璃门”、“弹簧门”**。做好行业协会商会类等四类社会组织直接登记，推进异地商会登记制度改革，取消全市性社会团体、基金会设立、变更和终止分支机构、代表机构审批。（市民政局牵头负责）推进工商登记前置审批改为后置审批工作。改革各类经纪组织的工商登记注册流程，将先取得经纪执业证书再办理经纪组织登记注册，改为先办理经纪组织登记注册，再办理执业经纪人登记注册。试行对个体工商户、未开业企业以及无债权债务企业实行简易注销程序。（市工商局牵头负责）

加快推进公用事业和重要公共基础设施领域实行特许经营。（市发展改革委牵头负责）推进民用防工程使用实施分类管理和市场配置，探索建立防护设备生产、销售、安装、维护保养一体化的有形市场。（市民防办牵头负责）深化体育竞赛改革，支持社会力量办赛。（市体育局牵头负责）吸引符合条件的互联网企业与新型机构进入小额贷款行业和融资性担保行业。（市金融办牵头负责）逐步推进建立食品相关产品生产企业自我声明和监督制度。加快推进特种设备检验机构的资源整合，推进特种设备检验机构与政府脱钩和社会化改革。试点向社会检验检测机构开放产品质量安全风险监测工作。探索开放性选择承检机构，试行购买第三方检测服务。试点取消生产许可证获证企业年度审查。建立企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度。（市质量技监局牵头负责）

（五）**惩处违法犯罪行为**。加大对群众反映强烈、关系人民群众身体健康和生命财产安全、对经济社会发展可能造成大的危害问题的整治，特别要加大对食品药品、生态环境、安全生产、金融服务、网络信息、电子商务、房地产等领域扰乱市场秩序、侵害消费者合法权益问题的惩处力度。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

加大对价格垄断行为的查处力度。严肃查处通过价格垄断协议、滥用市场支配地位、滥用行政性权力实施价格垄断的行为。（市发展改革委牵头负责）建立反垄断案件情报收集分析机制，依法查处损害竞争、损害消费者权益以及妨碍创新和技术进步的垄断协议、滥用市场支配地位行为。以损害消费者权益问题突出的行业为重点，加大行业竞争秩序执法力度。（市工商局牵头负责）严肃查处法律服务行业损害竞争、损害当事人合法权益的行为，以及虚假宣传、虚假承诺、商业贿赂、业务回扣、同行诋毁、违规设立办证点和接待室等不正当竞争行为。（市司法局牵头负责）在上交会、工博会、华交会等大型国际展会现场处置专利纠纷和查处专利违法行为，开展电子商务领域专利执法维权专项行

动。（市知识产权局牵头负责）开展农资、电视购物、药品、侵犯商标权、侵犯著作权等为重点的打击侵权假冒专项行动。抓好打击利用互联网侵权假冒、车用汽柴油专项整治以及加强商业秘密的执法和司法保护专项工作。（市商务委牵头负责）推进危险化学品输送管道专项治理。（市安全监管局牵头负责）

二、推进社会共治

（六）**强化生产经营者主体责任**。明确市场主体是生产经营的责任主体，对本单位的生产经营承担主体责任，对未履行生产经营主体责任导致的后果负责。明确市场主体应当具备法律法规和国家标准、行业标准、地方标准规定的生产经营条件；不具备生产经营条件的，不得从事生产经营活动。推进生产经营者的主体责任法定化，规定生产经营者的主体责任范围，细化各个生产经营环节的主体责任体系、管理制度等。建立健全生产经营者主体责任评价体系。（市级行政机关按职责分工分别负责）

推进农产品质量安全地方立法工作，明确农产品生产经营者是农产品质量安全的第一责任人，明确市场开办者对市场内经营的农产品质量安全负管理责任。（市农委、市食品药品监管局、市商务委牵头负责）以第三方网络交易平台、大型购物网站等为重点，督促和引导网站经营者履行法定义务。制定本市经营者首问和赔偿先付制度的实施细则。建立商品标准自我声明公开制度，督促企业在产品上标注所采用的国家标准、行业标准或者企业标准，推动家庭装饰装修、家电维修、汽车销售和维修等行业建立服务标准。（市工商局牵头负责）试行扩大食品药品责任保险。（市食品药品监管局牵头负责）指导电子商务平台建立专利保护内部监管机制。（市知识产权局牵头负责）

（七）**全面推动社会信用体系建设**。完善金融、工商登记、税收缴纳、社保缴费、交通违法、统计等的信用记录，推进行业信用建设。引导企业增强社会责任感，在生产经营、财务管理和劳动用工管理等各环节强化信用自律。鼓励企业建立客户档案、开展客户诚信评价，将客户诚信交易记录纳入应收账款管理、信用销售授信额度计量。强化企业在发债、借款、担保等债权债务信用交易及生产经营活动中诚信履约。发展各类信用服务机构，推进并规范信用评级行业发展，促进信用服务产品在社会治理和市场交易中的应用。制定信用基础性评价指标体系和评价方法，完善失信信息记录和披露制度，使失信者在市场交易中受到制约。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

推进明码实价工作，研究制定美容美发等相关行业明码标价规范，开展明码标价示范点、价格诚信示范单位创建活动。（市发展改革委牵头负责）支持上海市工程设备监理行业协会建设设备监理单位和从业人员诚信体系。推进诚信

计量体系建设，开展“诚信计量示范社（街）区”创建活动。（市质量技监局牵头负责）推进诚信市场建设和诚信经营户创建活动，开展企业“守合同重信用”活动。（市工商局牵头负责）推进“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动和国家级知识产权保护规范化市场培育工作。（市知识产权局牵头负责）鼓励保险、商业保理、典当、融资租赁等非银行机构与第三方信用服务机构合作。（市商务委牵头负责）

（八）发挥行业协会商会自律作用。鼓励行业协会商会制订行规行约和行业内争议处理规则，制定发布产品和服务社会团体标准，提出或参与制定国家标准、行业标准、地方标准。鼓励行业协会商会提出反倾销调查、反补贴调查或者采取保障措施的应用，参与反倾销的应诉活动。支持行业协会商会协调会员之间、会员与非会员之间或者会员与消费者之间行业经营活动争议事项，参与行业性集体谈判。支持行业协会商会监督会员遵守行业自律规范、公约和职业道德准则，对违反章程或者行规行约、损害行业整体形象的会员，采取相应的行业自律措施。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

指导行业协会商会发布社会责任报告、扩大直选范围等，探索“一业多会”。（市民政局牵头负责）研究出台本市社会团体标准管理办法。指导和推动市餐饮烹饪行业协会等在上海名牌餐饮企业中设置“自助式公平秤”。（市质量技监局牵头负责）鼓励和支持行业协会制定法律服务行业工作标准。（市司法局牵头负责）依托公平贸易工作站，发布反倾销、反补贴和采取保障措施等案件信息，发展行业工作站。（市商务委牵头负责）

（九）发挥专业服务机构的的服务、沟通、鉴证、监督等功能。规范专业服务机构的出资人资格制度、执业资格制度、合伙人制度、财会制度、保险制度、人事制度、社会保障制度等。推动专业服务机构为市场主体提供多方面的增值性信息、咨询等服务，当好各类市场主体之间的桥梁和纽带，提高经济效益和资源的配置效率；提供鉴证报告评价和审查市场主体的行为，监督其公平竞争，调解市场纠纷。在监督社会经济活动、支持社会经济组织决策、评价市场主体经营管理行为、鉴证市场主体财务状况、维护投资人权益、引导资本流动等方面，广泛引入专业服务机构。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

发挥计量技术机构的技术支撑作用，维护华东地区计量器具量值传递和溯源的准确性。（市质量技监局牵头负责）发挥食品药品安全专家委员会的作用。

（市食品药品监管局牵头负责）指导并推进公证行业、司法鉴定行业收案流程、办理程序和时限公开。（市司法局牵头负责）支持和引导会计师事务所、税

务师事务所、律师事务所、资产评估机构、公证机构、司法鉴定机构等完善内部治理机制，依法对企业财务、纳税情况、资本验资、交易行为等真实性、合法性进行见证、公证、鉴定。（市财政局、市司法局按职责分工牵头负责）完善安全生产专家管理。（市安全监管局牵头负责）

（十）**推动形成社会性约束和惩戒**。做好监管执法信息的公开工作，对情节严重或者典型的案件，依法公开曝光。建立政府信息发布、政务微博信息发布等信息公开的审核机制。制定行政处罚案件信息公开实施办法及有关细则。支持新闻媒体积极开展舆论监督。鼓励社会各方力量、新闻媒体披露和曝光扰乱市场秩序、侵害消费者合法权益的问题，发挥群众评议讨论、批评报道等作用。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

构建群防群控食品安全的工作格局，组织动员社会各方力量参与食品安全工作。（市食品药品监督管理局牵头负责）支持各级消保委依法履行职责，开展社会监督。发挥各级消保委自身优势，提高公众食品安全自我保护能力和维权意识，支持消费者依法维权。（市工商局牵头负责）发挥社会公众安全生产监督作用，健全安全隐患网格化排查发现机制。（市安全监管局牵头负责）鼓励公众参与农产品质量安全监督。（市农委、市食品药品监督管理局牵头负责）定期发布质量、特种设备等安全状况，严格开展工作督办和效能考核。（市质量技监局牵头负责）通过新闻媒体、案例选编等形式开展统计法制和违法案件的普法宣传教育。（市统计局牵头负责）充分运用各种媒体向全社会宣传本市专利行政执法维权的有关举措和进展情况。（市知识产权局牵头负责）

三、强化监督管理

（十一）**建立健全监督管理基本制度**。制定和实施发展战略、规划、政策等，推进标准监管、风险管理、分类监管、技术监管和社会监督，加大惩处力度，进一步强化市场活动监管。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）调整现行法律制度中罚款等法律责任的规定，探索按日计罚等法律责任形式。扩大市场监管法律制度中惩罚性赔偿的适用范围，依法大幅度提高赔偿倍数。强化专业服务机构的连带责任。（市级行政机关按职责分工分别负责）

深化行政审批批后监督检查。明确行政审批的批后监督检查，包括对行政相对人从事行政审批事项活动以及未经行政审批擅自从事依法应取得行政审批的活动，实施监督检查及其处理。落实《上海市行政审批批后监督检查管理办法》（沪府发〔2014〕16号），制定部门批后监管工作方案，明确总体要求、工作目标、工作内容、保障措施等；制定每项行政审批的监督检查制度，明确监督检查的对象、内容、方式、措施、程序、处理、工作要求等。（市级行政审批

机关、区县政府按职责分工分别负责)由工商登记前置审批改为后置审批所涉及相关职能部门尽快落实后续监管举措,防止监管空白。(市级工商登记前置审批改为后置审批所涉及相关职能部门、区县政府按职责分工分别负责)

(十二) **深化标准监管**。强化生产经营者在标准实施中的主体责任作用,探索标准实施新举措。(市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责)优化地方标准管理,完善地方标准体系建设。制定《电梯维保质量评价标准》。(市质量技监局牵头负责)强化绿化和市容行业日常养护作业标准的贯彻实施。指导制定养护合同履约考核办法。实施企业动态管理,探索建立园林绿化施工负责人员资格标准。(市绿化市容局牵头负责)推动能效标准和能耗限额标准基本覆盖主要终端用能产品、设备和高耗能产业。完成研究制定覆盖本市主要用能行业和耗能产品的节能地方标准 100 项以上的目标。(市发展改革委牵头负责)

制定《上海市劳防用品配置标准》《危险化学品建设项目职业病危害与安全预评价导则》《危险化学品建设项目职业病危害与安全验收评价导则》《氨冷库安全生产规范》等地方标准。推动落实危险化学品禁止、限制、控制措施。(市安全监管局牵头负责)探索投资贸易领域事中事后监管技术标准、信用信息和信用报告、备案报告等政府管理方式的适用规则。(市商务委牵头负责)完善行业协会商会评估制度。(市民政局牵头负责)推进公证行业公证工作标准化建设。(市司法局牵头负责)制定推广合同示范文本,做好七大重要领域合同格式条款备案工作。根据商品或者服务的有关标准开展消费维权工作。(市工商局牵头负责)

(十三) **实施风险管理**。完善风险评估、风险预警、风险处置等各种制度和标准,定期开展风险点梳理排查、风险巡查。(市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责)建立农产品安全风险监测和评估制度。(市农委、市卫生计生委牵头负责)建立健全区域性产品质量风险警示制度,明确发布产品质量风险警示的具体条件、基本流程和工作要求。(市质量技监局、市工商局按职责分工分别负责)建立消费者投诉举报风险预警分析机制。建立网络交易监管风险预警和处置机制。(市工商局牵头负责)

制定质量安全风险管理工作规范,强化产品质量安全风险监测和预警处置。加强产品伤害监测系统建设,探索推进医疗机构、社区产品伤害和缺陷信息监测试点工作。加强特种设备应急管理平台建设和安全信息监测,分步构建特种设备安全风险信息预警平台。加强食品相关产品生产过程风险监测,建立重点食品相关产品质量安全监管制度。(市质量技监局牵头负责)建立和完善区域食品药品检验和技术审评、药品和医疗器械不良反应(事件)监测。建立食

品药品市场重点产品、重点领域的风险评估指标体系、风险监测预警和跟踪制度、风险管理防控联动机制。（市食品药品监督管理局牵头负责）按企业风险级别和程度，制定安全生产执法计划，建立以随机抽查为重点的日常监督检查制度。（市安全监管局牵头负责）

（十四）**巩固分类监管**。依据监管对象的基本情况，包括日常经营活动情况、违法情况等，将监管对象分为不同类别，建立相应的激励机制、预警机制、惩戒机制等。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）建立健全企业信息公示制度和公示信息抽查制度，建立健全企业经营异常名录制度和严重违法企业名单制度。（市工商局牵头负责）推进和落实食品药品严重违法企业及相关责任人员“黑名单”制度。（市食品药品监督管理局牵头负责）对建筑市场活动中各单位和注册执业人员的信用状况实行分类管理，加强对失信单位和人员的监管，对信用良好的单位和人员实施便利措施。（市建设管理委牵头负责）

建立以组织机构代码为基础、企业质量档案为主体的质量信用信息采集系统，探索在企业市场准入、分类分级监管、名牌推荐、质量奖励、执法处罚中引入质量信用机制。建立本市电梯维保单位“黑名单”制度。建立食品相关产品生产企业“黑名单”制度。（市质量技监局牵头负责）根据法律服务市场主体信用状况，实行分类分级、动态监管。（市司法局牵头负责）建立健全统计信息披露制度，开展统计调查单位信用等级分类评定和分类监管工作。（市统计局牵头负责）建设上海市安全生产（危险化学品）信用系统，建立安全生产领域“黑名单”制度，强化危险化学品使用单位分类、全覆盖监管。（市安全监管局牵头负责）建立商业企业、供应商和消费者有关诚信信息数据库。（市商务委牵头负责）

（十五）**优化技术监管**。推广城市管理网格化经验，在其他领域建立和完善以监管对象现状为基础的网格化监管模式，实现对监管对象的精细化管理。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）借助信息化技术手段，全面推进本市市场价格网格化监管制度。（市发展改革委牵头负责）健全重点领域信息安全责任制，实施重要信息系统全生命周期安全监管。开展远程数字证书签发与服务试点。建设官方网站实名认证系统、假冒网站发现与阻断系统。（市经济信息化委牵头负责）推进食品安全信息追溯工作。（市商务委、市农委、市食品药品监督管理局牵头负责）

加快上海市新型农业经营主体信息管理平台、上海农产品价格监测平台建设。（市农委牵头负责）优化完善基层工商所综合监管系统。构建信息化网络监管平台，建立网络违法行为特征语义库，实施对网络交易信息的日常监测和专

项监测。开展在线网页留证和电子取证工作、运用网络远程监管拍卖会、网络监测利用微博微信公众服务账号开展商业宣传等。（市工商局牵头负责）探索运用园林绿化数字化工地监管系统加强对园林绿化施工过程的质量安全远程监督。

（市绿化市容局、市建设管理委牵头负责）加强能源资源计量监督。（市质量技术监督局牵头负责）

（十六）**完善社会监督**。积极回应群众举报投诉、新闻媒体反映的问题，依法向社会公众公开处理结果。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）完善信息消费投诉举报及查处机制。（市经济信息化委牵头负责）制定消费投诉处理工作实施意见，完善舆情监测预警机制。（市工商局牵头负责）健全公众参与食品药品监督的激励机制，完善食品药品有奖举报制度。（市食品药品监管局牵头负责）健全法律服务行业执业行为投诉处理制度，建立法律服务行业投诉处理工作规范，完善法律服务市场行政审批与投诉调查相对分离制度。（市司法局牵头负责）

加快建设全市价格举报管理信息系统，研究网络价格举报受理。（市发展改革委牵头负责）加强知识产权维权援助机制建设，完善举报投诉受理处置机制。

（市知识产权局牵头负责）健全公众参与安全生产监督的激励机制，严格落实安全生产有奖举报制度。（市安全监管局牵头负责）加强群众信访事项办理，压实工作责任，及时回应、解决群众通过信访渠道反映的妨碍市场公平竞争的信访问题。健全人民建议征集制度，及时收集汇总人民群众提出的相关意见建议，提供政府决策参考。加强领导干部接访下访，完善分级分责和信访稳定例会机制，及时协调解决涉及市场公平竞争领域的政策性、普遍性问题，促进维护正常市场秩序。（市信访办、区县政府按职责分工负责）

四、规范监管行为

（十七）**全面实施行政审批标准化管理**。行政机关要按照《上海市行政审批业务手册和办事指南管理办法》（沪府〔2011〕93号），以及《行政审批业务手册编制指引》（DB31/T 544-2011）、《行政审批办事指南编制指引》（DB31/T 545-2011）的要求，认真做好业务手册和办事指南的编制和实施。行政机关要充分利用计算机扫描技术将纸质行政审批法律文书等作电子化处理，生成影像文件进行存储，建立健全包括基础数据、业务数据和管理数据等在内的行政审批工作数据库。（市级行政审批机关、区县政府按职责分工分别负责）

全面推开行政审批业务手册和办事指南具体执行情况的实时监督检查，行政机关应按要求运用网络信息技术，建立数据报送系统，通过数据对接和数据交换，将业务手册和办事指南的具体执行情况以及相关法律文书等，实时报送

至上海市行政审批标准化管理系统，开展实时监督、预警纠错、效能测评等。抓紧实现市级、区县级和乡镇街道三级行政审批的标准化管理，探索构建上海市行政审批标准化管理框架，逐步建立行政审批标准化实施、评价制度。（市级行政审批机关、区县政府按职责分工分别负责）

（十八）**严格控制新设行政审批**。强化行政审批目录管理制度，行政审批应纳入目录管理，凡未进入目录者，一律不得进行审批；凡需增加行政审批，必须在实施前进行登记备案列入目录后方可实施。对目录上的行政审批不得停止审批，需停止审批的，必须事先向市审改办备案。区县要以市里发布的行政审批目录为基础，以有无申请对象为依据，梳理编制本区域的行政审批目录，不得对行政审批进行取消或调整。认真贯彻“八个严禁”：严禁以合并、拆分行政审批，以及改换事项名称等手段逃避审改；严禁通过“红头文件”等设立门槛变相审批；严禁以年度考核、备案等形式变相审批和上收权力；严禁以加强监管为由搞变相审批；严禁以提供信息化便民举措为由增加审批环节；严禁将属于行政审批的事项转为中介服务事项，搞变相审批、有偿服务；除法律法规规章明确规定外，严禁指定社会组织和专业服务机构提供与行政审批有关服务，将其出具的书面文件作为前置条件；严禁把指定机构的咨询作为审批的必要条件。（市级行政审批机关、区县政府按职责分工分别负责）

加强对地方性法规、规章拟设定行政审批的审查论证，在行政规范性文件备案审查中强化行政审批内容的审查工作，涉及增加审批条件、环节、内容等，要按照规定的程序严格处理，坚决纠正。（市政府法制办牵头负责）

（十九）**建立健全行政权力清单制度**。按“合法、合理、效能、责任、监督”和“谁实施、谁清理”的原则，对现有的行政权力进行全面清理，该取消的一律取消，该调整的一律调整，该优化的一律优化，理顺政府与市场、政府与社会以及政府层级、部门之间的关系。对保留的行政权力，要以行政审批标准化管理为切入点，围绕“目录管理、业务手册、办事指南、网上运行、数据共享、监督检查”，编制发布行政权力目录，规范行政裁量权行使，依法公开权力运行流程，全方位实施行政权力标准化管理。（市审改办、市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）建立上海市行政权力标准化管理系统，确保行政权力标准化管理真正落到实处。（市审改办、市经济信息化委牵头负责）

通过实施行政权力清单制度，坚持法未授权政府部门不能为，推进政府管理方式转变。凡是市场能够解决的，应当由市场解决；通过市场难以解决，但通过社会组织和专业服务机构能够解决的，应当通过社会组织和专业服务机构去解决；即使是市场机制、社会组织、专业服务机构解决不了，需要政

府加以管理的，也要首先考虑通过除审批之外的其他管理措施如经济手段、法律手段等解决。在这些手段和措施都解决不了时，才考虑通过行政手段解决。

（市审改办、市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

（二十）**完善市场执法工作**。提高规范执法公正执法的意识和能力，明确界定市场执法主体和权限，严格规范市场执法程序，加强对市场执法行为的监督。坚持诚实守信原则，对违法或者不当的市场执法行为，给行政相对人的合法权益造成损害的，应当依法给予补偿或者赔偿。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）全面推行行政处罚裁量基准制度，结合本系统相关法律法规规章中的规定以及执法的实际情况，从法定依据、处罚种类、处罚幅度、违法情节轻重等方面考虑，制定并公布行政处罚裁量基准。（市级行政机关按职责分工分别负责）

完善行政处罚案件涉刑移送标准和程序要件，将涉刑与否列入行政处罚案件审查要素，健全行政处罚案件涉刑审查机制，建立行政机关与公安机关、检察机关案情通报机制。建立行政机关与法院在执行行政处罚决定或者司法判决和裁定方面的工作衔接机制，积极探索裁执分离模式。完善执法告知制度，实施行政检查、行政处罚、行政强制等，应当告知执法内容、依据以及行政相对人依法享有的陈述权、申辩权、救济权等，行政执法人员不得要求或者误导行政相对人放弃依法享有的权利。完善行政复议委员会开门复议审理机制。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

（二十一）**优化监管规则和方法**。完善日常监管方式，明确检查依据、权限分工、责任人、承担机构、对象确定标准、启动情形、计划、程序、结果处理等。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）制定流通领域商品质量抽检工作实施意见，完善不合格商品后续监管机制。制定自贸试验区反垄断执法工作办法。按法定程序，推进《上海市消费者权益保护条例》《上海市反不正当竞争条例》修订。通过信用分类监管与随机抽查完善网络交易日常监管制度，细化网上检查工作流程和处理方式。（市工商局牵头负责）编制《经营者集中申报反垄断审查实务手册》，开展系列实务培训。制定《中国（上海）自由贸易试验区经营者集中反垄断审查工作办法》。（市商务委牵头负责）制定并落实《中国（上海）自由贸易试验区反价格垄断工作办法》。（市发展改革委牵头负责）

健全“法治质监”建设评价指标体系。制定重点产品质量监控目录和监督抽查计划，完善监督抽查工作制度。（市质量技监局牵头负责）完善法律服务行业执业违法行为行政处罚制度和执业违纪行业惩戒制度。（市司法局牵头负责）

规范安全生产执法计划制度、执法责任制度和执法互查制度，健全各类执法行为指引，建立并完善执法监管业务手册。（市安全监管局牵头负责）建立民防行政执法绩效评估制度。（市民防办牵头负责）编印《统计执法操作手册》。（市统计局牵头负责）

五、提升监管效能

（二十二）**开展监管效能建设**。科学配置部门监管资源，优化部门监管要素，完善部门监管方式，改进部门监管工作作风。完善行业基础管理工作。以勤政为核心，推进具备专业能力、职业素养、敬业精神和价值追求的公务员队伍建设。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

抓好行政执法人员、基层一线、窗口公务员法律法规知识培训，开展处级以上公务员依法行政全员培训。加大基层执法人员分类招录力度。（市公务员局牵头负责）全面落实财政保障执法经费制度，将市场监管工作经费和能力建设经费全部纳入部门预算保障。严格执行收缴分离制度、收支两条线制度和国库集中收付制度。（市财政局牵头负责）建立健全行政效能投诉制度。对故意或者过失不履行、不正确履行法定职责，产生危害后果或者不良影响的，严肃追究行政监管人员的行政责任；行政监管行为造成重大损失或者恶劣影响的，应当对行政机关负责人进行问责，问责情况应当及时向社会公布。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

（二十三）**推进监管效能评估**。对监管效能建设制度设计与实施运行的有效性，包括政府部门的各项监管业务和行政权力进行全面评价，关注发展中的瓶颈问题、群众反映的突出问题、工作推进中的老大难问题。建立上海市政府效能建设管理系统，对效能建设中可以量化的部分，要围绕工作效率、社会效果和管理效益 3 个方面，运用效能考核的方式进行效能评估。对效能建设中对于不可量化的部分，要运用效能评价的方式，进行全方位的评估分析，找出存在的具体问题，明确推进监管工作的目标、思路和具体举措。以监管效能评估为抓手，建立效能持续改进的长效机制，特别是要建立负责综合协调、解决效能低下的工作机制，通过“12345”市民服务热线等各类渠道发现问题，及时研究解决问题，形成工作闭环，切实提高监管效能。（市审改办牵头负责）

（二十四）**加强监管协同执法**。完善联合执法相关制度和实施细则，参加联合执法的行政执法单位在各自的职责范围内依法作出行政执法决定，承担相应的法律责任。（市级行政机关、区县政府按职责分工分别负责）

推进农业、工商、食品药品监管、公安等部门的协同配合，形成跨地域、跨部门，覆盖从田间到餐桌全过程的农产品质量安全监管制度。加强供沪动物

及动物产品防疫管理，强化省际间动物防疫联防联控工作机制，规范供沪动物及动物产品推荐工作程序。（市农委牵头负责）建立健全网络、违法拍卖、知识产权监管、打击传销等信息共享和执法协作机制。建立健全苏浙沪地区公平交易执法协作、华东六省一市商标管理协作、长江三角洲地区商标监管合作、苏浙沪工商部门网络商品交易及有关服务行为监管协作机制。（市工商局牵头负责）建立健全产品质量、特种设备安全、计量等部门执法协作机制。（市质量技监局牵头负责）加强知识产权、工商、版权、公安、海关、质量技监等部门协同打击侵犯知识产权违法犯罪行为的长效机制，发挥长三角区域、全国九省市专利行政执法协作的就近请求、异地移送等协作执法的优势。（市知识产权局牵头负责）推动危险化学品安全监管“联动联控”。（市安全监管局牵头负责）

（二十五）**解决多头执法**。整合规范市场监管执法主体，推进城市管理、文化等领域跨部门、跨行业综合执法，相对集中执法权。市场监管部门直接承担执法职责，原则上不另设具有独立法人资格的执法队伍。一个部门设有多支执法队伍的，业务相近的应当整合为一支队伍；不同部门下设的职责任务相近或相似的执法队伍，逐步整合为一支队伍。清理取消没有法律法规规章依据、违反机构编制管理规定的执法队伍。（市编办、市政府法制办牵头负责）

（二十六）**消除多层重复执法**。厘清市政府、区县政府、乡镇政府和街道在市场监管领域不同的监管职责，加强食品药品、环境保护、劳动保障、海域海岛等重点领域基层执法力量。加快区县市场监管体制改革，探索综合设置市场监管机构，整合市场监管资源，下沉执法力量。乡镇街道在没有市场执法权的领域，发现市场违法违规行为应及时向上级报告。（市编办牵头负责）

六、加强组织领导

（二十七）**落实责任**。行业主管部门要依法对各类市场各个行业进行指导、检查、监督和管理。发展改革、商务、工商、公安、物价、税务、人力资源社会保障、质量技监、国资等部门依据各自职责，对市场行为进行监管。市级行政机关要主动对接国务院相关部委，了解国务院部委有关市场监管举措的具体内容和要求，对照国家牵头部门出台的具体方案和实施办法，及时制定出台本市的贯彻意见。

（二十八）**明确分工**。各区县、各部门要按照本实施意见提出的各项措施和要求，研究提出工作方案和可检验的成果形式，实化细化落实任务的时间表、路线图。市级行业主管部门要根据所管行业实际，对照本意见中由市级行政机关、市级行政审批机关负责的任务，制定各自行业的贯彻实施意见。各区县政府和相关牵头部门、市级行政机关、市级行政审批机关要按职责分工，研

究出台具体操作性办法。

(二十九) **加强督查**。各区县、各部门要建立健全市场监管体系建设的领导和协调机制, 加强对本意见落实工作的统筹协调、监督检查, 市政府各部门要对本系统的贯彻落实工作强化指导。对推诿扯皮、敷衍塞责、互为掣肘、效率低下的, 要及时予以教育帮助、通报批评、告诫、限期改正等。市审改办要加强对有关工作的指导、协调、检查、督促, 确保本实施意见全面、有效实施。

上海市人民政府
2014年12月2日

国发〔2014〕52号 国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见

各省、自治区、直辖市人民政府, 国务院各部委、各直属机构:

工商登记制度改革极大地激发了市场活力和创业热情, 小型微型企业数量快速增长, 为促进经济发展和社会就业发挥了积极作用, 但在发展中也面临一些困难和问题。为切实扶持小型微型企业(含个体工商户)健康发展, 现提出如下意见。

一、充分发挥现有中小企业专项资金的引导作用, 鼓励地方中小企业扶持资金将小型微型企业纳入支持范围。(财政部、发展改革委、工业和信息化部、科技部、商务部、工商总局等部门负责)

二、认真落实已经出台的支持小型微型企业税收优惠政策, 根据形势发展的需要研究出台继续支持的政策。小型微型企业从事国家鼓励发展的投资项目, 进口项目自用且国内不能生产的先进设备, 按照有关规定免征关税。(财政部会同税务总局、工商总局、工业和信息化部、海关总署等部门负责)

三、加大中小企业专项资金对小企业创业基地(微型企业孵化园、科技孵化器、商贸企业集聚区等)建设的支持力度。鼓励大中型企业带动产业链上的小型微型企业, 实现产业集聚和抱团发展。(财政部、工业和信息化部、科技部、商务部、工商总局等部门负责)

四、对小型微型企业吸纳就业困难人员就业的, 按照规定给予社会保险补贴。自工商登记注册之日起3年内, 对安排残疾人就业未达到规定比例、在职

职工总数 20 人以下（含 20 人）的小型微型企业，免征残疾人就业保障金。（人力资源社会保障部会同财政部、中国残联等部门负责）

五、鼓励各级政府设立的创业投资引导基金积极支持小型微型企业。积极引导创业投资基金、天使基金、种子基金投资小型微型企业。符合条件的小型微型企业可按规定享受小额担保贷款扶持政策。（财政部会同发展改革委、工业和信息化部、证监会、科技部、商务部、人力资源社会保障部等部门负责）

六、进一步完善小型微型企业融资担保政策。大力发展政府支持的担保机构，引导其提高小型微型企业担保业务规模，合理确定担保费用。进一步加大对小型微型企业融资担保的财政支持力度，综合运用业务补助、增量业务奖励、资本投入、代偿补偿、创新奖励等方式，引导担保、金融机构和外贸综合服务企业等为小型微型企业提供融资服务。（银监会会同发展改革委、工业和信息化部、财政部、科技部、商务部、人力资源社会保障部、人民银行、税务总局等部门负责）

七、鼓励大型银行充分利用机构和网点优势，加大小型微型企业金融服务专营机构建设力度。引导中小型银行将改进小型微型企业金融服务和战略转型相结合，科学调整信贷结构，重点支持小型微型企业和区域经济发展。引导银行业金融机构针对小型微型企业的经营特点和融资需求特征，创新产品和服务。各银行业金融机构在商业可持续和有效控制风险的前提下，单列小型微型企业信贷计划。在加强监管前提下，大力推进具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构。（银监会会同人民银行、发展改革委、财政部、工业和信息化部、科技部、商务部等部门负责）

八、高校毕业生到小型微型企业就业的，其档案可由当地市、县一级的公共就业人才服务机构免费保管。（人力资源社会保障部、工业和信息化部、工商总局等部门负责）

九、建立支持小型微型企业发展的信息互联互通机制。依托工商行政管理部门的企业信用信息公示系统，在企业自愿申报的基础上建立小型微型企业名录，集中公开各类扶持政策及企业享受扶持政策的信息。通过统一的信用信息平台，汇集工商注册登记、行政许可、税收缴纳、社保缴费等信息，推进小型微型企业信用信息共享，促进小型微型企业信用体系建设。通过信息公开和共享，利用大数据、云计算等现代信息技术，推动政府部门和银行、证券、保险等专业机构提供更有效的服务。从小型微型企业中抽取一定比例的样本企业，进行跟踪调查，加强监测分析。（工商总局、发展改革委、税务总局、工业和信息化部、人力资源社会保障部、人民银行、质检总局、统计局等部门负责）

十、大力推进小型微型企业公共服务平台建设，加大政府购买服务力度，为小型微型企业免费提供管理指导、技能培训、市场开拓、标准咨询、检验检测认证等服务。（工业和信息化部会同财政部、科技部、商务部、质检总局等部门负责）

各地区、各部门要结合本地区、本部门实际，在落实好已有的小型微型企业扶持政策的基础上，加大对政策的解读、宣传力度，简化办事流程，提高服务效率。各地区、各部门要确保政策尽快落实，并适时提出进一步措施。

国务院

2014年10月31日

【行业动态】

盘点：2015年中国电商行业十大发展趋势

从1990年电子商务诞生到2014年的全民电商时代，电子商务作为新兴行业快速发展至成熟稳定期。纵观将20多年的中国电子商务发展历程，我们可以发现，从行业起步到快速发展这一段时间周期内，电子商务大致每隔3年左右就会出现一个阶段的“流行趋势”，这可以看做是行业高速发展的一个标志。

2015年是非常具有代表性的一年，既是对上一阶段我国电子商务发展成绩的一个考核年同时也是对电子商务行业发展的前瞻年，下面我们就从市场拓展、产品服务、品牌及营销等方面来对2015年电商的十大趋势做一次总结与预测。

趋势一：下沉战略势在必行

在一线城市，各种形式的电商充斥着人们的生活，加之物流以及网络的发达，“网购”俨然已成为一线城市的居民最为热衷的生活方式，而相对与一线城市，二三线城市再到乡镇农村还有大规模的用户群体待挖掘，而且在二三线城市从事电商行业的公司比较紧缺，其中还有假货泛滥、产品监管有漏洞等不健全的发展因素制约着二三线城市电商业务的发展。但同时基础设施建设的跟进，二三线城市居民消费观的转变，电商下沉也“水到渠成”。我们看到阿里、京东争相刷墙推广其电商业务，各大物流公司逐渐扩大派送范围，这些也都为电商下沉铺好了路。

趋势二：走向国际，扩大发展版图

在今年，我们看到越来越多的电商开始将自己的业务线向外延伸，例如淘宝全球购、天猫国际、聚美优品开放海淘专区、苏宁成立跨境电商项目组等等。其中很重要的因素就是国内用户的海外购物需求逐渐膨胀，而通过目前通过个人进行海外代购，这个过程存在很多弊端，其一采购量有限，其二假货较多，包括提供的海外代购小票等很多证明文件均可造假，消费者权益很难保障，还有就是整个采购周期较长，等到拿到货将近半个月就过去了，再加上网上购物其中也含有一些冲动因素，但退换货却十分不方便，这些都是目前的海淘的弊端。但是如果在物流、支付各方面都比较有经验和能力的电商平台加入进来，可让消费者享受更多海外购物的便利以及资金保障，另外在开拓海外市场以及引进外国品牌进驻都会起到一定积极作用，实现多方共赢。

趋势三：互联网金融开疆拓土，政策是关键

今年“宝宝们”的出生，为百姓增添了更多可投资的渠道，在初期较高的回报更吸引了大批用户，使得余额宝等互联网金融平台在短期内积累了大量的资金，由此开启了电商深入拓展金融类产品的大幕。尤其是拥有自己的支付平台的电商，无论是技术、安全还是资金，都给电商提供金融服务打好了基础。在今年下半年我们看到京东推出了包含京东白条、项目众筹等功能的京东金融平台、支付宝也针对淘宝卖家推出了信用支付手段，以及越来越多 P2P 平台涌现，电商兼具了越来越多的银行功能，这些都让我们看到，未来电商在互联网金融方面的野心。但是目前最大的变数来自政府的政策是否会限制这种爆炸式发展的局面，当然我们说必要的行业规定规范互联网金融是十分必要的。

趋势四：产业群互联网化催生更多垂直电商

互联网化帮助各产业链缩减了其中一部分环节，甚至是促进了上游和终端的直接连接，削减了中间成本。生鲜电商就是非常不错的例子并颇具潜力，种植商可通过电商平台直接面对用户，用户可以通过电商平台了解生鲜产品的生长过程，买到更为放心的食品。民以食为天，这是人类最大的需求，但是我们经常可以看到产销不平衡造成经济损失的例子，某地的农副产品因交通、天气等因素导致滞销，但同时另外一个地方却因为产量降低导致价格上涨。此时如果电商平台将生鲜产业链串联起来，促进这种不平衡的改善，十分有意义。或许我们在不久的将来会看到某电商开始圈地种菜了。

趋势五：O2O 走多方合作的平台化战略

没错，在谈到电商未来趋势的时候，很难不提 O2O。电商这一依托线上交易的互联网产物只有与线下建立联系，才能说是建立了完整的生态链。但是传统商务从线下走向线上容易，但在线上占据绝对优势的电子商务如何走向线

下，铺好线下的路子，需要面对的问题则十分具有挑战性，目前电商建立的线下实体店，大多数属于一个脸面工程，很难在优化用户体验，增加服务品类上有所建树。今年 9 月万达、百度、腾讯战略合作形成 WBT 联盟就 O2O 展开合作，虽前途必将坎坷，但集合了万达的线下优势以及百度的数据分析能力以及腾讯平台的社交优势，这将是一次非常值得借鉴的经验。

趋势六：微商生力军进一步扩大

在支付平台日益完善，社交平台越来越优质的用户体验下，我们会发现你身边的朋友、家人都开启了微店，做起了生意，这一类借助自身的口碑效益逐渐积累了不少忠实用户的微商群体在逐渐扩大，可以说我们目前进入到了人人皆电商的时代，与此同时，成熟的电商平台也在“微”平台开放入口，通过降低佣金等等举措来网罗更多的卖家，在今后一年内，这种趋势仍将保持强劲的增长态势。

趋势七：电商时尚路开启

天猫发布时尚战略，提供一系列时尚化解决方案，从时尚大片的定制、建立导购专题到发布时装秀打造其时尚圈生态链，京东也宣布将与《时尚芭莎》展开深度合作改变京东用户男女比例失调的局面。再到近期当当更换品牌 logo 强调当当的时尚属性，我们看到电商们争相为自身品牌打上时尚的烙印，这与电商的用户群体属性是分不开的，电商用户年轻化、个性化的体现越来越明显，如何网罗新用户，并保持老用户的新鲜感，打时尚牌显然是顺应潮流之举。

趋势八：基础服务再成行业竞争焦点

在经历了价格战、电商“造节”等发展阶段之后，国内电商通过早期粗放式的抢夺用户开始到如今修炼内功，逐渐转变为精细化的发展模式。精细化后，例如物流、售后这些直接决定品牌美誉度以及用户黏性的环节，变得尤其重要。而且目前国内电商品牌林立，各类综合性百货电商以及垂直电商都是八仙过海，各有各招，不过在价格这方面可做的文章并不多，同时在基础服务方面，遭到消费者最多的诟病，虽然自电商诞生起，服务便是主打牌，但是消费者不满意，这就意味消费者的需求没有得到满足，于是新的竞争点就出现了。所谓“天下武功唯快不破”，其实本质上消费者要求的就是一个快速响应的服务机制，这在物流以及售后换修等方面体现尤其明显。

趋势九：物联网成为电商流量新入口

如果做年度热词排行榜的话，可穿戴设备、智能家居等词必然当仁不让地上榜。我们看到越来越多的科技公司、创业新生军加入智能设备行列，智能手

表、空气监测器、siri 空调等不断涌现，这一大趋势使得电商将可从除互联网、移动互联网以外更多平台获取新的流量，碎片化购物模式的形成更推动了物联网成为电商流量新入口的大趋势。

趋势十：流量成本加大，追求更精准的营销

作为销售者，其实从始至终追求的就是精准化营销，花钱就要花在刀刃上，这是成本考量的第一要诀，对于电商来说，如何将产品定向推荐给需要的用户，这在近几年以及未来几年都将会是不变的趋势。今年，我们看到阿里坐稳了电商圈老大的宝座，看到目前电商圈由阿里系、京东主导的格局已定，看到京东还未盈利，但越来越具备实现“千亿”愿景的实力。同时我们看到国美、苏宁、聚美等一批颇具实力的电商也逐渐完善各自的生态圈。

（来源：地纬商机网；编选：中国电子商务研究中心）

盘点：“双 11” 过后电商生态链四大反思

12 日零时，阿里巴巴杭州总部大屏幕的销售数据定格为 571 亿元。而根据国家邮政局最新数据统计，预计 11 日全行业处理的快件将达到 5.86 亿件。数据上看，今年的“双 11”不可谓不火。

作为全球化首秀，阿里今年主打跨境电商概念，赚足眼球。其他电商小伙伴也是各出招数，从广告到营销再到价格，见招拆招，热闹非凡。

“双 11”步入第六季，这个电商狂欢的大 Party 也日渐成熟。今年亮点不少：移动端销售额占比增加，全球化跨境买卖，电商品牌全系参与，快递物流变革更新。

但喧嚣之后，又见“一地鸡毛”。先是阿里出了个“商标注册”，随后苏宁便发了 6 版“打脸”广告剑指阿里。就在 11 日当天，《设计师吉承致马云的一封信》曝光，直指天猫小二集体身着翅膀卫衣系盗版。除了这些新问题，事实上，困扰这一购物节的老问题依旧存在，业界也在反思，如何构建更加成熟、健康的生态链。刚满六岁的“双 11”，还须直面诸多成长的烦扰。

反思 1——跨境电商看似“火”实则虚？

今年是阿里天猫首次面向全球，可谓是阿里“双 11”国际化的首秀，共有 217 个国家和地区参与。

国人跨境网购的需求日渐增长，根据阿里方面的数据，此次共有美国、意大利、澳大利亚、新西兰、日本、韩国等多个国家和地区的 4 万多件海外商品

“参战”。据阿里相关负责人介绍，天猫国际此次采用了保税备货模式。海外商家提前将非生鲜类商品运至中国国内的保税区，消费者下单后，商品可以直接从国内保税区发货。

艾媒咨询 CEO 张毅接受采访时表示，国人跨境网购的需求不小，但在落地操作上还有很大的距离。比如价格过高、检验检疫、通关报税、物流快递等，需要政策扶持。“还有个问题，衣服、包包这些国内也都能买到，但消费者真正想买的奶粉、母婴用品却买不进来。”

随着阿里海外上市，全球卖的概念更加放大。据了解，速卖通和淘宝海外是阿里巴巴实现全球卖的两大平台。阿里巴巴国际 B2C 事业部总经理吴倩表示，而在中国香港、台湾地区以及东南亚等华人聚集区，通过淘宝海外购物的消费者非常多。从成交额来看，淘宝海外居于香港地区电商类平台首位，在台湾地区列第三位。

在 11 日晚间的新闻发布会上，马云称，接下来再用四年时间进行全球化布局。

除了阿里，京东、苏宁易购、亚马逊中国等诸多电商平台都在布局跨境电商。

跨境电商，几乎成了 2014 年以来电商业最热门的话题。但记者走访几家试点企业和快递公司后发现，跨境电商目前还处于初级阶段，离真正普及尚需时日。

一家试点跨境电商的企业负责人告诉记者，跨境电商在通关报税上涉及到多个相关部门，手续流程繁琐，“化妆品、奶粉这些都进不来，现在奇石没有走几单”。而负责天猫超市物流配送的心怡科技物流有限公司相关负责人表示，目前跨境电商的物流配送只占很小的比例。

多位有过跨境网购经历的买家接受南方日报采访时均表示，对快递时间最担心，其次是怕退货麻烦。

现代物流报副总编辑、中国物流学会特约研究员杨达卿认为，天猫今年首次把“双 11”电商购物节推向全球，而国际市场的开拓需要至少两三年的培育才可能进入开花期，现在还不过是育苗期。“国际网购和快递市场只有供销及物流生态链对接流程后，才可能结出硕果。”

反思 2——成交数据商品折扣水分几多？

75 秒移动端破亿，3 分钟破十亿，38 分钟破百亿，13 时 31 分突破 350 亿元……12 日零时，位于阿里巴巴杭州总部的直播室里大屏幕上，最终数字定格在了 571 亿元。

阿里方面表示，今年的天猫“双 11”引入了独立第三方机构 PwC（普华永道）对线上成交总额和天猫电器城手机销售数量执行协定程序，并成功申报了 2 项吉尼斯世界纪录称号。

协定程序是指 PwC 根据天猫及吉尼斯世界纪录的挑战规则所订立的一系列工作，包括对数据结果进行验证、检查等。据了解，今年 PwC 在“双 11”开幕之前就介入，对数据统计逻辑执行协定程序，确保最终数据的真实性。

尽管如此，阿里的数据还是受到了外界的质疑。有外媒指出，数据包括了后期可能退货的商品。而根据往年的经验，“双 11”期间出现的退货率大概在 10%-20% 之间。文章指出，这些数据往往被算了进去。而目前国内的各大电商企业均没有公开公布退货数据。

易观国际分析师王小星表示，从统计维度来看，“双 11”更多统计的是订单的成交，退货不可避免。不过，今年的退货可能会减少，今年采用促销形式，鼓励提前下单和预售，“消费者在购买时就不会那么仓促，理性选择下单，退货率就会下降。”

除了数据，商品价格特别是折扣问题今年也饱受质疑。有不少买家吐槽爆料，电商平台上不乏先涨价后降价的现象。

广州市民余先生告诉记者，发现自己在天猫以及淘宝购买的多件商品都调整过原价。比如，购买的正版 CD，2014 年 10 月价格为 42 元，“双 11”价格提到 85 元再打折变成 41 元，便宜 1 元；再比如办公椅，2014 年 10 月价格为 986 元，“双 11”价格提到 3939 元再打折变 885 元，便宜 101 元。

也有消费者抱怨，很多商品几秒钟就卖光了。广州市某商业银行职员吴小姐表示，早早地将支付宝充值好，把东西放进了购物车，11 日零时一到就开始抢购，“但还是没有抢到，才几秒钟时间就没了。”

反思 3——部分企业迫于压力消极参与？

“老实说，做‘双 11’是亏本生意。生产、备货、仓储、广告投入、物流、客服等，前期投入巨大，但收益并没有想象中那么大。”广东一家在线品牌有关负责人张明（化名）告诉记者，这个节日可以吸引全国甚至全球目光，企业参与其中便可获得较多流量和关注，有利于提高品牌形象。

据张明称，很多商家为冲销量、冲排名而不顾后果，在广告宣传投入、备货量方面都超支。但“双 11”当天的销售若不理想，或退货率高，则会导致商家仓库里积压很多，以致迟迟无法消化库存。张明以自己公司为例，前些年没有经验，为争名次罔顾“利润”，花了大半年时间投入广告宣传，以 1:5 或更高的比例备货。而在“双 11”当天销售量不及预期 50%，之后的几个月都在清

库存，对公司运营带来很大负面效应。

此外，业内人士表示，“双 11”投入巨大，靠低价一时引来爆发式流量。但如果企业不懂得将这些流量变成有效购买力，将新顾客沉淀下来，那对商家来说，“双 11”也只是花钱买难受。“根据调查，我们要花 120 元引进一个新顾客，包括投入广告等；而引进老顾客只要花十几块。”张明说。

电商资深人士老兵指出，做销量最好的方式就是通过价格战制造价格鸿沟，与传统渠道拉开距离。另一个好处就是通过价格战来建立消费者对平台的品牌认知。对电商平台来说，积累客户和教育消费者最好的方式就是价格，让消费者形成消费认知，从而打出自己的江湖地位。

他同时也指出，“双 11”的价格规定，在某些领域来说违背市场规律，“一件商品如果按正常价格打五折后可能连成本都捞不回来，而企业生存必须有利润，这就倒逼企业必须先抬高价格再打折。

反思 4——“暴饮暴食”是否有损生态链？

仅 11 日一天时间，阿里订单 2.78 亿，京东单日订单量超 1400 万，苏宁易购订单量同比增长了 487%。网购销售额的不断刷新，带来的是快递物流业的翻倍激增。

国家邮政局副局长刘君 11 日晚表示，今年“双 11”的网购促销产生的快递包裹将超预期，“双 11”当天邮政、快递企业揽收快递包裹 8860 万件。

而此前国家邮政局预测，“双 11”期间（11 月 11 日至 16 日）邮件（快件）业务量将达到 5.1 亿件。而从 11 日当天信息系统监测显示，实际业务量将高于预期 15% 左右。即“双 11”期间，全行业处理的邮件（快件）量将达到 5.86 亿件，比去年同期增长近 70%。记者从广东省邮政局获悉，双“11”当天，广东快递业务量接近 3000 万件，比去年“双 11”当天的 1600 万件翻了近一番。

每年“双 11”，快递物流都为电商企业和消费者所诟病。今年“双 11”快件压顶，预计达 5.86 亿件，几乎每家快递公司单日处理量均超过各自历史峰值。中国电子商务研究中心分析师孙璐倩认为，快递行业面临有史以来最大的包裹量、严格的短时处理能力考验，爆仓仍会是一大严峻问题。

中国成为全球第二大快递业市场，与之形成鲜明对比的是，国内快递企业的收入只相当于外资快递企业的 1/8 甚至 1/10。每年“双 11”电商狂欢的背后，是物流快递行业的低价无序竞争。

杨达卿认为，暂时爆发式的消费带来“暴饮暴食”的应急物流，打乱了制造企业和物流企业常规的生产体系，对他们都存在诸多伤害。“网上赶集式购

物”的可持续化，还需及早建立合理有序的生态链。“阿里巴巴、腾讯京东等已上市的龙头电商，应发挥生态链的链主作用，要避免为讨好股市做短期好卖相，应多为营造新生态链做战略布局。”

其实，不仅仅是快递物流企业，很多线下传统商家也是“龙套陪跑”，亏钱赚吆喝。由于“双 11”长期价格战，引发了今年的反倾销事件。11 月 12 日，四川 1919 酒类直供董事长杨陵江在微博发表声明称，1919 明年不再参加天猫“双 11”活动，并将于近日向天猫正式提起书面抗议。

在“双 11”之前，包括 1919 在内的多家酒类经销商、电商平台因低于出厂价销售，而遭到茅台、五粮液、郎酒等的公开指责。

数据“双 11”——各平台数据

天猫：2014 年 11 月 11 日全天，天猫成交额突破 571 亿元，超过 500 亿元目标约 14.2%，订单总量 2.79 亿。其中，无线端成交额 243.3 亿，占比 42.6%。其中，有 220 多个国家和地区的 3 万 multiple 海外商品参与销售，202 个国家和地区的用户达成交易。

京东：2014 年 11 月 11 日当天（0:00-24:00），京东商城和拍拍网共售出超过 35186616 件实物商品。京东集团旗下各平台的全天订单量超过 1400 万单，移动端占比超 40%。其中京东商城的订单量是去年同期的 2.2 倍，拍拍网的订单量为去年同期的 2.4 倍。京东全天下单交易额是去年的两倍以上。

苏宁：2014 年 11 月 11 日零时至 18 时，苏宁易购同比增幅达 487%，移动端销售占比达 38.9%。苏宁云台入驻商户总销售额同比增长 735%。

国美在线：2014 年 11 月 11 日，国美在线全站流量暴增 4.2 倍，交易额同比增长 580%，无线端同比增长 1050%，无线端占比全站 43%。

唯品会：2014 年 11 月 11 日，以品牌特卖为主的唯品会网络销售额达 3.46 亿元。

物流：2014 年“双 11”当天全国邮政、快递企业揽收快递包裹 8860 万件，预计全行业处理的快件将达到 5.86 亿件，比去年同期增长近 70%。日最高处理量将接近 1 亿件，比去年同期增长 54%，是今年以来日常处理量（3309 万件）的 3 倍。

菜鸟物流：截至 11 月 11 日 24:00，菜鸟物流一天的累计包裹量达到 2.78 亿个。

（来源：南方日报 文/彭琳 欧志葵 陈律言； 编选：中国电子商务研究中心）

【新增会员】

上海钱浩投资管理有限公司（会员单位）

主要业务经营范围：投资管理、商务信息咨询、企业管理咨询、资产管理、投资信息咨询（除经纪）、实业投资、会务服务、展览展示服务、财务咨询（不得从事代理记账）、市场营销策划、企业形象策划、旅游咨询（不得从事旅行社业务）、证券咨询（不得从事金融、证保险业务）、保险咨询（不得从事金融、证券、保险业务）。

会员企业情况介绍：上海钱浩投资管理有限公司，2013年5月6日成立于上海，注册资金2000万，是一家专业的资产管理公司。公司集合了各类金融专业人才及营销精英，主要为中高收入人群的闲余资金提供投资管理和顾问服务及提供线上、线下金融信息对接服务。

公司成立以来，秉承专业、规范、安全、高效的发展之路，紧跟国家政策，以市场力导向，以实战为依托，以规范为原则，不断积淀经验、创新研发，建立了严格的风控管理体系，确保每一项投资的安全性，收益性和流动性。

钱浩始终坚持“稳健经营”的经营理念，凭借着高度的责任心、高素质专业化的团队以及科学的管理制度，为平台两端的客户提供信用咨询、抵押物评估、借款方案制定、协议管理、回款管理等专业化全方位的财富管理咨询服务，并得到了业界和公众的一致赞誉。

我们的远景：通过我们的服务让每个家庭都能和谐，健康，快乐的实现财富增值。

单位网址：www.qhtzglgs.com

（上海钱浩投资管理有限公司）

上海市邮政公司虹口区分公司（会员单位）

主要业务经营范围：国内和国际邮件寄递业务，国内报刊发行、批发、零售、仓储业务，销售邮票、集邮票品，邮政器材、邮政包装用品，金银饰品、农业生产资料（除专营、许可经营项目）、日用百货、通信设备及相关产品（除卫星地面接受装置），邮政汇兑，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布广告，机要通信业务和义务兵通信业务，邮政代理业务。

会员企业情况介绍：上海市邮政公司虹口区分公司隶属于上海市邮政公

司，位于吴淞路 529 号，经营业务范围包括：函件广告、电子商务、发行投递、代理业务、集邮产品等。分公司内设综合办公室、计划财务部、监督检查与安全保障部、人力资源部、市场部；下辖 7 个邮政支局、15 个邮政所、6 个邮政储蓄银行二级二类支行；投递线路 265 条，线路单程总长度 1418.8 公里，其中汽车投递线路 7 条、单程长 103 公里，自行车投递线路 258 条、线路单程长 1315.8 公里；开箱线路 7 条、单程长 112 公里；设有信箱（筒）158 个，ATM 机 32 台。2013 年末在册员工 1035 人。服务范围：虹口行政区；服务面积：23 平方公里；服务人口约 80 万人。完成邮政业务总量 1.92 亿元；完成业务收入 1.49 亿元，用户满意度平均达到 93.65 分。当前邮政电子商务定位于品牌商品的 B2C 销售平台，主要销售品牌服饰、箱包鞋帽、个人护理、居家生活、食品保健、母婴用品、数码家电等 2 万多种商品。邮政集实物运递网、信息网和金融网于一身，这是邮政参与电子商务市场竞争的强大优势，除此之外，邮政系统还拥有自己的物流网，在参与和发展电子商务物流配送方面也有自己的独特优势。

单位网址：www.shpost.com.cn

（上海市邮政公司虹口区分公司）

上海千人互联网金融研究中心（会员单位）

主要业务经营范围：搭建信息平台,提供研究、咨询、培训、对外交流、职业资格鉴定等服务。

会员企业情况介绍：抓住我市智慧城市深入建设和互联网金融快速发展的机遇，创新体制机制，促进产、学、研、用相结合，规范行业标准和市场秩序，用 3~5 年时间，创建一个服务行业、服务政府、服务社会的公共服务平台，全力推进上海形成互联网金融企业集群，助推上海国际金融中心建设。

（上海千人互联网金融研究中心）

森蓝环保（上海）有限公司（会员单位）

主要业务经营范围：电子废弃物的回收拆解、处置（凭许可资质经营），生产性废旧金属收购，工业废弃物再生专业领域内的技术开发、技术应用，环保领域内的技术开发、技术咨询、技术转让，金属制品、橡胶制品、环保设备的加工、制造、销售，塑料制品、金属材料、化工原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）的销售，从事货物与技术的进出口业务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

会员企业情况介绍：森蓝环保（上海）有限公司是集电子废弃物和工业废弃物回收、拆解、处置和资源循环再利用为一体的高新技术企业，是上海市废弃电器电子产品定点处理企业和上海市环保局电子废物拆解处置名录企业。公司秉承“创新收集、精拆细分、高值利用、环保处置”理念。公司采用独创的“5H 回收体系”，为上海市企事业单位、工业园区、商业区、居民社区、超市及大型百货商场等提供便捷、高效标准化的收集服务。坚持科技创新，科技和环保成果突出。

单位网址：www.selot.cn

（森蓝环保（上海）有限公司）

国动地产有限公司（会员单位）

主要业务经营范围：房地产开发经营、实业投资、物业管理。

会员企业情况介绍：国动地产是国动控股旗下重要的产业板块之一，成立于 2014 年 1 月，注册资金 6000 万元。作为“使命国动、责任国动、品牌国动”的一员，国动地产以打造国内最具品牌价值、最具行业影响力的专业城市运营商为目标，主动肩负社会发展责任，致力于政府主导下的城市可持续发展的开发实践，实现优势产业、有限资源、发展规划的有效整合。不断创新地产开发模式，在城市经济发展、居民安居就业中实现企业利益目标和社会公益目标的最佳结合。

（国动地产有限公司）

【交流园地】

2014 年中国互联网时尚消费四大趋势

趋势一：Glocal 的全球购

以寻找安全奶粉为导火索，以年轻的 80 后妈妈为代表，“海外淘宝”的消费群体最初于 2008 年开始形成。海淘消费者通过互联网检索海外商品信息并直接在海外网站下单，由海外购物网站通过国际快递发货，或是由转运公司代收货物再转寄回国。整个过程涉及海外运输、进口通关、清关缴税等多个环节，最快 1~2 个星期才能到达消费者手中，最长时间则多达 1 个半月——即最初的 Global 全球购模式。

随着人民币不断升值，以国内中产阶级为代表的海淘消费群体消费力逐渐升级，消费群体迅速成长壮大，购买需求范围也不断升级，从母婴用品、服装、鞋帽、皮包、化妆品、玩具，甚至电子产品都成了海淘的主要对象。人们发现在国外购买的商品即使加上运费和关税也比海外品牌进驻国内直销的价格便宜时，海淘大军开始了爆炸式的增长。人们不再单独追求国外商品的品质，而且还看中了其价格上的优势，海淘消费已经逐渐成为中产消费者的常规化购物方式。

如何让整个海淘过程更加愉悦和高效，是未来全球购物发展趋势下亟需解决的问题。伴随保税区仓储物流的发展，使用海关核准的保税仓库存放海关批准暂缓纳税的进口货物，使得全球购买进程向前跨出一大步，标志着购物全球化从 Global 升级至 Glocal 阶段。货物摆脱以往逐一从海外运送的模式，而是提前集货或预先存储在本地保税仓库，大大降低了物流成本，提升了物流速度，Glocal 全球购买本地化蓄势待发。

目前，美国最大的连锁会员制仓储量贩店 Costco、美国最大的钻石在线零售商 Bluenile、日本最大药妆店 Kenko、日本第一大邮购网购企业龙头 Nissen、泰国最大的免税集团 kingpower 等商家通过入驻国内知名购物平台，在杭州、宁波、广州海关协助下，将保税、直邮、集货三种跨境物流方式有效结合，本地化全球购正蓄势待发，未来，海淘订单和国内订单同期抵达消费者手中已经成为可能。此外，为了加速本地全球购买进程，平台集中引进国外中小品牌或家族品牌，这些品牌虽暂时不具备直接进入中国市场的条件，但产品质量过硬，设计做工精美，为海外质优商品丰富本地商品货架提供了便利条件。

Glocal 全球购买本地化将大大提升消费者的消费体验，一方面，消费者从海外购买商品的物流和通关时间将被成倍缩短，有幸体验到本地化带来的高效便捷的售后服务，海外和本地购买区隔不再明显；另一方面，消费者将接触到

更多更优质的来自全球中小企业的质优正品，“足不出户，买遍全球”，充分享受 Glocal 全球购买带来的消费乐趣。

趋势二：数据信用消费

基于互联网购买行为产生的信用记录日趋完善，虽然产生信用的本体是虚拟的，但依托于现实社会和人的活动，通过映射而产生的购买记录及文字评论等信息经过长时期积累，已然成为自然人在现实社会信用表现的一部分。消费者和商家开始消费互联网大数据储备的信用，选取互联网上零售信用记录良好的消费者，结合消费习惯的信用购买模式应运而生。

趋势三：大数据预测你的消费

电商企业利用得天独厚的优势，使用互联网技术收集消费者在消费活动中产生的数据，涉及买卖双方和交易过程中的每一个细节，基于事实的角度出发，这些宝贵的数据可以还原出购买过程中的重要行为节点，甚至可以通过挖掘大数据做出惊人的预测。

消费者通过互联网的每一次进行消费，都将自己消费模式的部分细节透露给商家和数据收集者。电商企业致力于利用互联网技术收集大数据，进行不同信息分门别类的管理，使用微观数据挖掘分析出消费者尽量完整的个人偏好、需求、以及对不同优惠券的反应等。

消费者最新的消费活动，部分受自己固有的“消费惯性”影响，通过深层次数据认识和还原的该消费者的消费模式，产生一系列的消费推荐预测，最终指导和帮助消费者在自己虚拟的“消费惯性”下达成了新的消费。未来，具有类似消费特征人群的数据挖掘将提升推荐营销的视野，结合社交网络产生新的应用场景，使推荐精准率获得进一步提升。

趋势四：消费者共创时尚

当性格洒脱、注重内涵表达的 85 后和 90 后成长为社会中坚力量，作为互联网时尚消费的主力军，注定将把更多个人化的行为与思考融入未来消费时尚。从整个世界范围内，近十年来，消费者对于时尚商业品牌的概念和接收程度也在发生大的转变，以往由大型公司决定产品设计和销售的模式正在改变。全球范围内 ZARA, H&M 等快时尚品牌的崛起，反映出消费者渴望能够和更多的时尚品牌建立起个性化的联系，而快速小批量的产品推出方式也给了消费者更多的选择空间。

消费者心目中的时尚到底是什么？只有来自消费者端的声音才是最真实的，时尚不再是设计师或者少数高端品牌的一家之言，而是商家在和消费者互动交流过程中的感知、吸纳与再加工的结晶。在购物过程中，激发消费者的热

情更多参与品牌的互动与认知，抒发消费者内心的声音，将成为未来消费的重要组成部分。

（摘自：199it；来自：阿里研究院）

《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》

今天上午，最高人民法院举行审理利用网络侵害人身权益司法解释发布会，通报了《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》（以下简称《规定》）的有关情况，同时公布了 8 起利用信息网络侵害人身权益的典型案例。发布会同时邀请了最高人民法院民一庭副庭长姚辉出席，就典型案例进行说明并回答各位记者的提问。

一、《规定》的制定背景

近年来，互联网行业的全面发展，促进了传统产业的升级和新兴产业的崛起，丰富了人民群众的物质文化生活，推动了我国的信息化进程，深刻影响了社会生产方式。同时，也带来了一系列的法律问题。例如，网络知识产权保护、个人信息保护、网络犯罪的惩治以及利用信息网络侵害人身权益的治理与预防等等，都成为急需解决的问题。

针对互联网发展过程中出现的法律适用问题，最高人民法院制定了《关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》，联合最高人民检察院制定了《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》，连同今天发布的司法解释，共同形成了有关互联网法律问题的裁判规则体系，对于规范网络行为、建立良好的网络秩序，具有重要的意义。

为起草《规定》，最高人民法院自 2013 年起，在总结审判实践、尊重互联网发展规律的基础上，通过召开座谈会、书面征求意见等形式，听取了法院系统、立法机构、相关部委和专家学者的意见，特别是反复听取了互联网行业及主管部门的意见和建议。《规定》立足司法解释的功能定位，严格按照侵权责任法的精神，结合审判实践中遇到的难点问题，在充分考虑互联网技术的特点、发展现状和未来趋势的前提下，为民事主体权益保护提供充分的司法手段。

据中国电子商务研究中心了解，《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》已于 2014 年 6 月 23 日由最

高人民法院审判委员会第 1621 次会议通过，自 2014 年 10 月 10 日起施行。

二、《规定》全文内容

最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定（2014 年 6 月 23 日最高人民法院审判委员会第 1621 次会议通过）

为正确审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件，根据《中华人民共和国民事诉讼法》《中华人民共和国侵权责任法》《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》《中华人民共和国民事诉讼法》等法律的规定，结合审判实践，制定本规定。

第一条 本规定所称的利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件，是指利用信息网络侵害他人姓名权、名称权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权等人身权益引起的纠纷案件。

第二条 利用信息网络侵害人身权益提起的诉讼，由侵权行为地或者被告住所地人民法院管辖。

侵权行为实施地包括实施被诉侵权行为的计算机等终端设备所在地，侵权结果发生地包括被侵权人住所地。

第三条 原告依据侵权责任法第三十六条第二款、第三款的规定起诉网络用户或者网络服务提供者的，人民法院应予受理。

原告仅起诉网络用户，网络用户请求追加涉嫌侵权的网络服务提供者作为共同被告或者第三人的，人民法院应予准许。

原告仅起诉网络服务提供者，网络服务提供者请求追加可以确定的网络用户为共同被告或者第三人的，人民法院应予准许。

第四条 原告起诉网络服务提供者，网络服务提供者以涉嫌侵权的信息系网络用户发布为由抗辩的，人民法院可以根据原告请求及案件的具体情况，责令网络服务提供者向人民法院提供能够确定涉嫌侵权的网络用户的姓名（名称）、联系方式、网络地址等信息。

网络服务提供者无正当理由拒不提供的，人民法院可以依据民事诉讼法第一百一十四条的规定对网络服务提供者采取处罚等措施。

原告根据网络服务提供者提供的信息请求追加网络用户为被告的，人民法院应予准许。

第五条 依据侵权责任法第三十六条第二款的规定，被侵权人以书面形式或者网络服务提供者公示的方式向网络服务提供者发出的通知，包含下列内容的，人民法院应当认定有效：

(一) 通知人的姓名（名称）和联系方式；

(二) 要求采取必要措施的网络地址或者足以准确定位侵权内容的相关信息；

(三) 通知人要求删除相关信息的理由。

被侵权人发送的通知未满足上述条件，网络服务提供者主张免除责任的，人民法院应予支持。

第六条 人民法院适用侵权责任法第三十六条第二款的规定，认定网络服务提供者采取的删除、屏蔽、断开链接等必要措施是否及时，应当根据网络服务的性质、有效通知的形式和准确程度，网络信息侵害权益的类型和程度等因素综合判断。

第七条 其发布的信息被采取删除、屏蔽、断开链接等措施的网络用户，主张网络服务提供者承担违约责任或者侵权责任，网络服务提供者以收到通知为由抗辩的，人民法院应予支持。

被采取删除、屏蔽、断开链接等措施的网络用户，请求网络服务提供者提供通知内容的，人民法院应予支持。

第八条 因通知人的通知导致网络服务提供者错误采取删除、屏蔽、断开链接等措施，被采取措施的网络用户请求通知人承担侵权责任的，人民法院应予支持。

被错误采取措施的网络用户请求网络服务提供者采取相应恢复措施的，人民法院应予支持，但受技术条件限制无法恢复的除外。

第九条 人民法院依据侵权责任法第三十六条第三款认定网络服务提供者是否“知道”，应当综合考虑下列因素：

(一) 网络服务提供者是否以人工或者自动方式对侵权网络信息以推荐、排名、选择、编辑、整理、修改等方式作出处理；

(二) 网络服务提供者应当具备的管理信息的能力，以及所提供服务的性质、方式及其引发侵权的可能性大小；

(三) 该网络信息侵害人身权益的类型及明显程度；

(四) 该网络信息的社会影响程度或者一定时间内的浏览量；

(五) 网络服务提供者采取预防侵权措施的技术可能性及其是否采取了相应的合理措施；

(六) 网络服务提供者是否针对同一网络用户的重复侵权行为或者同一侵权信息采取了相应的合理措施；

(七) 与本案相关的其他因素。

第十条 人民法院认定网络用户或者网络服务提供者转载网络信息行为的过错及其程度，应当综合以下因素：

- （一）转载主体所承担的与其性质、影响范围相适应的注意义务；
- （二）所转载信息侵害他人人身权益的明显程度；
- （三）对所转载信息是否作出实质性修改，是否添加或者修改文章标题，导致其与内容严重不符以及误导公众的可能性。

第十一条 网络用户或者网络服务提供者采取诽谤、诋毁等手段，损害公众对经营主体的信赖，降低其产品或者服务的社会评价，经营主体请求网络用户或者网络服务提供者承担侵权责任的，人民法院应依法予以支持。

第十二条 网络用户或者网络服务提供者利用网络公开自然人基因信息、病历资料、健康检查资料、犯罪记录、家庭住址、私人活动等个人隐私和其他个人信息，造成他人损害，被侵权人请求其承担侵权责任的，人民法院应予支持。但下列情形除外：

- （一）经自然人书面同意且在约定范围内公开；
- （二）为促进社会公共利益且在必要范围内；
- （三）学校、科研机构等基于公共利益为学术研究或者统计的目的，经自然人书面同意，且公开的方式不足以识别特定自然人；
- （四）自然人自行在网络上公开的信息或者其他已合法公开的个人信息；
- （五）以合法渠道获取的个人信息；
- （六）法律或者行政法规另有规定。

网络用户或者网络服务提供者以违反社会公共利益、社会公德的方式公开前款第四项、第五项规定的个人信息，或者公开该信息侵害权利人值得保护的重大利益，权利人请求网络用户或者网络服务提供者承担侵权责任的，人民法院应予支持。

国家机关行使职权公开个人信息的，不适用本条规定。

第十三条 网络用户或者网络服务提供者，根据国家机关依职权制作的文书和公开实施的职权行为等信息来源所发布的信息，有下列情形之一，侵害他人人身权益，被侵权人请求侵权人承担侵权责任的，人民法院应予支持：

- （一）网络用户或者网络服务提供者发布的信息与前述信息来源内容不符；
- （二）网络用户或者网络服务提供者以添加侮辱性内容、诽谤性信息、不当标题或者通过增删信息、调整结构、改变顺序等方式致人误解；
- （三）前述信息来源已被公开更正，但网络用户拒绝更正或者网络服务提

供者不予更正；

（四）前述信息来源已被公开更正，网络用户或者网络服务提供者仍然发布更正之前的信息。

第十四条 被侵权人与构成侵权的网络用户或者网络服务提供者达成一方支付报酬，另一方提供删除、屏蔽、断开链接等服务的协议，人民法院应认定为无效。

擅自篡改、删除、屏蔽特定网络信息或者以断开链接的方式阻止他人获取网络信息，发布该信息的网络用户或者网络服务提供者请求侵权人承担侵权责任的，人民法院应予支持。接受他人委托实施该行为的，委托人与受托人承担连带责任。

第十五条 雇佣、组织、教唆或者帮助他人发布、转发网络信息侵害他人人身权益，被侵权人请求行为人承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十六条 人民法院判决侵权人承担赔礼道歉、消除影响或者恢复名誉等责任形式的，应当与侵权的具体方式和所造成的影响范围相当。侵权人拒不履行的，人民法院可以采取在网络上发布公告或者公布裁判文书等合理的方式执行，由此产生的费用由侵权人承担。

第十七条 网络用户或者网络服务提供者侵害他人人身权益，造成财产损失或者严重精神损害，被侵权人依据侵权责任法第二十条和第二十二条的规定请求其承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

第十八条 被侵权人为制止侵权行为所支付的合理开支，可以认定为侵权责任法第二十条规定的财产损失。合理开支包括被侵权人或者委托代理人为侵权行为进行调查、取证的合理费用。人民法院根据当事人的请求和具体案情，可以将符合国家有关部门规定的律师费用计算在赔偿范围内。

被侵权人因人身权益受侵害造成的财产损失或者侵权人因此获得的利益无法确定的，人民法院可以根据具体案情在 50 万元以下的范围内确定赔偿数额。

精神损害的赔偿数额，依据《最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》第十条的规定予以确定。

第十九条 本规定施行后人民法院正在审理的一审、二审案件适用本规定。

本规定施行前已经终审，本规定施行后当事人申请再审或者按照审判监督程序决定再审的案件，不适用本规定。

三、附：利用信息网络侵害人身权益典型案例

案例 1

徐大雯与宋祖德、刘信达侵害名誉权民事纠纷案——精神损害赔偿应与侵权人的过错程度相适应

（一）基本案情

2008年10月18日凌晨1时许，著名导演谢晋因心源性猝死，逝世于酒店客房内。2008年10月19日至同年12月，宋祖德向其开设的新浪网博客、搜狐博客、腾讯网博客上分别上传了《千万别学谢晋这样死!》、《谢晋和刘xx在海外有个重度脑瘫的私生子谢xx!》等多篇文章，称谢晋因性猝死而亡、谢晋与刘xx在海外育有一个重度脑瘫的私生子等内容。2008年10月28日至2009年5月5日，刘信达向其开设的搜狐网博客、网易网博客分别上传了《刘信达愿出庭作证谢晋嫖妓死，不良网站何故黑箱操作撤博文?》、《刘信达：美×确是李××女儿，照片确是我所拍》、《宋祖德十五大预言件件应验!》、《宋祖德的22大精准预言!》等文章，称谢晋事件是其亲眼目睹、其亲自到海外见到了“谢晋的私生子”等内容。2008年10月至11月间，齐鲁电视台、成都商报社、新京报社、华西都市报、黑龙江日报报业集团生活报社、天府日报社的记者纷纷通过电话采访了宋祖德。宋祖德称前述文章其有确凿证据，齐鲁电视台及各报社纷纷予以了报道。成都商报社记者在追问宋祖德得知消息来源于刘信达后，还通过电话采访了刘信达。刘信达对记者称系自己告诉了宋祖德，并作出了同其博客文章内容一致的描述。徐大雯以宋祖德、刘信达侵害谢晋名誉为由起诉，请求停止侵害、撤销博客文章、在相关媒体上公开赔礼道歉并赔偿经济损失10万元和精神损害抚慰金40万元。

（二）裁判结果

上海市静安区人民法院一审认为，博客注册使用人对博客文章的真实性负有法律责任，有避免使他人遭受不法侵害的义务。宋祖德、刘信达各自上传诽谤文章在先，且宋祖德称消息来源于刘信达的“亲耳所闻、亲眼所见”，而刘信达则通过向博客上传文章和向求证媒体叙述的方式，公然宣称其亲耳听见了事件过程并告诉了宋祖德。两人不仅各自实施了侵权行为，而且对于侵犯谢晋的名誉有意思联络，构成共同侵权。诽谤文章在谢晋逝世的次日即公开发表，在此后报刊等媒体的求证过程中继续诋毁谢晋名誉，主观过错十分明显。宋祖德、刘信达利用互联网公开发表不实言论，使谢晋的名誉在更大范围内遭到不法侵害，两被告的主观过错十分严重，侵权手段十分恶劣，使谢晋遗孀徐大雯身心遭受重大打击。综上，判决宋祖德、刘信达承担停止侵害、在多家平面和网络媒体报醒目位置刊登向徐大雯公开赔礼道歉的声明，消除影响；并赔偿徐大雯经济损失89951.62元、精神损害抚慰金人民币200000元。宋祖德、刘信

达不服上诉，上海市第二中级人民法院维持原判，驳回上诉。

（三）典型意义

本案是一起利用博客侵害他人名誉权的案件。正如一、二审判决所言，在公开博客这样的自媒体中表达，与通过广播、电视、报刊等方式表达一样，都应当遵守国家的法律法规，不得侵犯他人的合法权益。**博客开设者应当对博客内容承担法律责任**。本案两被告利用互联网和其他媒体侵犯谢晋名誉，法院根据其行为的主观过错、侵权手段的恶劣程度、侵权结果等因素，判处较高数额的精神损害抚慰金，体现了侵权责任法的理念和精神。

案例 2

蔡继明与百度公司侵害名誉权、肖像权、姓名权、隐私权纠纷案——不宜仅以侵权信息的出现即认定网络服务提供者知道侵权事实的存在

（一）基本案情

原告作为政协委员公开发表假日改革提案后，引起社会舆论关注。网络用户于百度贴吧中开设的“蔡继明吧”内，发表了具有侮辱、诽谤性质的文字和图片信息，且蔡继明的个人手机号码、家庭电话等个人信息也被公布。百度公司在“百度贴吧”首页分别规定了使用“百度贴吧”的基本规则和投诉方式及规则。其中规定，任何用户发现贴吧帖子内容涉嫌侮辱或诽谤他人，侵害他人合法权益的或违反贴吧协议的，有权按贴吧投诉规则进行投诉。蔡继明委托梁文燕以电话方式与百度公司就涉案贴吧进行交涉，但百度公司未予处理，梁文燕又申请作“蔡继明贴吧”管理员，未获通过，后梁文燕发信息给贴吧管理组申请删除该贴吧侵权帖子，但该管理组未予答复。2009年10月13日，蔡继明委托律师向百度公司发送律师函要求该公司履行法定义务、删除侵权言论并关闭蔡继明吧。百度公司在收到该律师函后，删除了“蔡继明吧”中涉嫌侵权的网贴。蔡继明起诉百度公司请求删除侵权信息，关闭蔡继明吧、披露发布侵权信息的网络用户的个人信息以及赔偿损失。

（二）裁判结果

北京市海淀区法院一审认为，百度贴吧服务是以特定的电子交互形式为上网用户提供信息发布条件的网络服务，法律并未课以网络服务商对贴吧内的帖子逐一审查的法律义务，因此，不能因在网络服务商提供的电子公告服务中出现了涉嫌侵犯个人民事权益的事实就当然推定其应当“知道”该侵权事实。根据《互联网电子公告服务管理规定》，网络服务商仅需对其电子公告平台上发布的涉嫌侵害私人权益的侵权信息承担“事前提示”及“事后监管”的义务，提供权利人方便投诉的渠道并保证该投诉渠道的有效性。百度公司已尽到了法定

的事前提示和提供有效投诉渠道的事后监督义务，未违反法定注意义务。百度公司在 2009 年 10 月 15 日收到蔡继明律师函后，立即对侵权信息进行了删除处理，不承担侵权责任。由于百度公司已经删除了侵权信息并采取了屏蔽措施防止新的侵权信息发布，蔡继明继续要求百度公司关闭涉诉贴吧于法无据，且蔡继明因公众关注的“国家假日改革”事件而被动成为公众人物，成为公众关注的焦点，出于舆论监督及言论自由的考虑，应当允许公众通过各种渠道发表不同的声音，只要不对蔡继明本人进行恶意的人身攻击及侮辱即可。而“蔡继明吧”只是公众舆论对公众人物和公众事件发表言论的渠道，以“蔡继明”命名吧名只是指代舆论关注的焦点，其本身并无侵害其姓名权的故意，对关闭蔡继明吧的请求不予支持。

关于蔡继明诉前要求百度公司提供相关网络用户的个人信息，百度公司依照《[互联网电子公告服务管理规定](#)》第十五条未直接向蔡继明提供侵权网络用户信息，并无过错。蔡继明诉讼请求百度公司提供上述信息，百度公司亦当庭表示在技术上可以提供，故蔡继明要求百度公司通过法院向蔡继明提供涉嫌侵权的网络用户信息的诉讼请求理由正当，一审法院对此予以支持。

北京市第一中级法院二审认为，百度公司在收到梁文燕投诉后未及时采取相应措施，直至蔡继明委托发出正式的律师函，才采取删除信息等措施，在梁文燕投诉后和蔡继明发出正式律师函这一时间段怠于履行事后管理的义务，致使网络用户侵犯蔡继明的损害后果扩大，应当承担相应侵权责任。根据本案具体情况，百度公司应当赔偿蔡继明精神抚慰金十万元。

（三）典型意义

本案涉及到网络服务提供者的责任边界问题，在三个方面具有参考意义：一是通知人通知的方式及效果与网络服务提供者公示的方式存在关系，只要通知人满足了网络服务提供者公示的通知方式，网络服务提供者就应当采取必要措施。二审法院认定原告委托的代理人投诉至原告律师函送达之间这一段期间的责任由百度公司承担，即以此为前提。二是判断网络服务提供者是否知道网络用户网络服务侵害他人权益，不能仅以其提供的服务中出现了侵权事实就当然推定其应当“知道”。三是要注意把握对公众人物的监督、表达自由与侵权之间的界限，实现两者之间的平衡，一、二审法院对删除蔡继明吧的诉讼请求不予支持，利益衡量妥当。

案例 3

北京金山安全软件有限公司与周鸿祎侵犯名誉权纠纷案——公众人物发表网络言论时应承担更大的注意义务

（一）基本案情

2010年5月25日至27日期间，周鸿祎（奇智软件（北京）有限公司董事长）在其新浪微博、搜狐微博、网易微博等微博上发表多篇博文，内容涉及“揭开金山公司面皮”、“微点案”、“金山软件破坏 360 卫士”等。金山公司认为这些微博虚构事实、恶意诽谤，诋毁原告商业信誉及产品信誉，且经网络和平面媒体报道后，造成金山公司社会评价的降低。因此，请求周鸿祎停止侵害、在新浪、搜狐、网易微博首页发布致歉声明并赔偿经济损失 1200 万元。

（二）裁判结果

北京市海淀区法院一审认为，微博的特点在于寥言片语、即时表达人对人对事所感所想，是分享自我的感性平台，与正式媒体相比，微博上的言论随意性更强、主观色彩更加浓厚，对其言论自由的把握尺度也更宽。考虑微博影响受众不特定性、广泛性的“自媒体”特性，对微博言论是否构成侵权，应当综合考量发言人的具体身份、言论的具体内容、相关语境、受众的具体情况、言论所引发或可能引发的具体后果等加以判断。周鸿祎作为金山公司的竞争对手奇虎 360 公司的董事长，且是新浪微博认证的加“V”公众人物，拥有更多的受众及更大的话语权，应当承担比普通民众更大的注意义务，对竞争对手发表评论性言论时，应更加克制，避免损害对方商誉。一审法院认为，周鸿祎利用微博作为“微博营销”的平台，密集发表针对金山软件的不正当、不合理评价，目的在于通过诋毁金山软件的商业信誉和商品声誉，削弱对方的竞争能力，从而使自己任职的公司在竞争中取得优势地位，具有侵权的主观故意，其行为势必造成金山公司社会评价的降低，侵犯了金山公司的名誉权，应承担停止侵权、赔礼道歉、消除影响并赔偿损失的责任。但金山公司并无证据证明其股价下跌与周鸿祎微博言论的关联性，判决周鸿祎停止侵权、删除相关微博文章、在新浪、搜狐、网易微博首页发表致歉声明，并赔偿经济损失 8 万元。二审法院改判赔偿经济损失 5 万元。

（三）典型意义

本案是利用微博侵害企业名誉权的案件。首先，一、二审法院根据微博这一“自媒体”的特征，认为把握微博言论是否侵权的尺度要适度宽松，体现了与互联网技术发展相结合的审判思路，值得赞同。其次，一、二审法院都认为，微博言论是否侵权应当结合博主的身份、言论的内容及主观目的等因素综合认定。公众人物应当承担更多的注意义务，这一判断与侵权法的基本理念相契合。本案在利用网络侵害经营主体商业信誉、商品或服务的社会评价的现象逐步增加的背景下，更具启示意义。

案例 4

赵雅芝与上海琪姿贸易有限公司、上海诺宝丝化妆品有限公司侵害姓名权纠纷、肖像权纠纷案——被侵权人的影响力是判断经济损失的重要因素

（一）基本案情

2005年5月16日，赵雅芝与诺宝丝公司签订《形象代言协议书》，约定赵雅芝允许诺宝丝公司合法使用其肖像为VZI系列化妆品进行广告宣传，合约有效期为2005年7月31日至2006年7月31日，诺宝丝公司支付港币80万元作为酬金等。2012年1月9日，被告琪姿公司与被告诺宝丝公司签订协议书，约定诺宝丝公司确认琪姿公司为“VZI 氧疗系列产品”上海区域的独家总代理商；诺宝丝公司向琪姿公司提供品牌代言人赵雅芝等六大明星为“VZI”产品制作的影响广告宣传资料；协议有效期自2012年1月9日至2013年1月8日等内容。2012年，琪姿公司在其经营的网站上使用赵雅芝的姓名、肖像等。赵雅芝起诉请求两被告停止使用其姓名及肖像、公开赔礼道歉并赔偿经济损失95万元及精神抚慰金5万元。

（二）裁判结果

上海市浦东区法院认为，诺宝丝公司未经赵雅芝同意，无权在双方协议约定期间届满后继续使用其姓名和肖像，也无权授权他人使用，两被告的行为侵犯了原告的姓名权和肖像权。原告作为影视明星，其姓名和形象在中国大陆具有较高知名度，加之原告良好的外形和在公众中所产生的良好声誉，使用其姓名和形象对相关产品进行宣传可提升该产品的影响力和可信度，对该产品的生产商或销售商亦可带来实际的利益。因此，原告的姓名和肖像具有一定的商业价值，对其姓名权和肖像权造成侵害，侵权人应当赔偿一定的经济损失。对于该数额的确定，法院认为，结合琪姿公司在网站上使用原告姓名和肖像的时间长短、对原告造成的影响范围、其行为的过错程度等综合因素，酌情确定被告琪姿公司应赔偿原告损失25万元，诺宝丝公司承担连带责任。

（三）典型意义

使用名人的影响力提升产品或服务的知名度，是比较常用的营销手段。基于互联网技术，未经同意使用他人肖像或姓名要比过去更容易查证。本案的特点是，法院在认定受害人的经济损失时，综合考虑了被侵权人的知名度、对相关产品进行宣传可提升该产品的影响力和可信度、对该产品的生产商或销售商可带来的实际利益、使用被侵权人姓名和肖像的时间长短、对被侵权人造成的影响范围、其行为的过错程度等因素，并据此判决较高的经济损失，贯彻了通过损害赔偿制裁违法行为、提高违法行为的成本的制度功能。

案例 5

范冰冰与毕成功、贵州易赛德文化传媒有限公司侵犯名誉权纠纷案—— “影射”者的责任：从信息接受者的视角判断

（一）基本案情

2012年5月19日，香港《苹果日报》刊登一篇未经证实的关于内地影星章子怡的负面报道。2012年5月30日毕成功转发并评论其于2012年3月31日发布的微博。主要内容是，前述负面报道是“Miss F”组织实施的。2012年5月30日19:10，易赛德公司主办的黔讯网新闻板块之“娱乐资讯”刊登了《编剧曝章子怡被黑内幕，主谋范冰冰已无戏可拍》一文，以前述微博内容为基础称：“……知名编剧毕成功在其新浪微博上揭秘章子怡被黑内幕，称范冰冰是幕后主谋。……”之后，易赛德公司刊载的文章以及毕成功发表的微博被广泛转发、转载，新浪、搜狐、腾讯、网易等各大门户网站以及国内各知名报刊均进行了相关转载及衍生性报道，致使网络上出现了大量对于范冰冰的侮辱、攻击性言论及评价。范冰冰起诉，请求易赛德公司和毕成功停止侵权、删除微博信息、公开赔礼道歉并赔偿精神抚慰金50万元。毕成功则辩称，“Miss F”指的是在美国电影《致命契约》中饰演“Clary Fray”的美国女演员莉莉·科林斯（Lily collins）。

（二）裁判结果

北京市朝阳区法院和第二中级法院认为，在一定情况下，毁损性陈述有可能隐含在表面陈述中（即影射）。这时并不要求毁损性陈述指名道姓，只要原告证明在特定情况下，具有特定知识背景的人有理由相信该陈述针对的对象是原告即可。从毕成功发布的微博的时间、背景来看，易让读者得出“Miss F”涉及章子怡报道一事。从毕成功该微博下的评论、《内幕》一文以及后续大量网友的评论和相关报道来看，多数人认为“Miss F”所指即是范冰冰。毕成功虽于2012年6月4日发表微博，称其未指名道姓说谁黑章子怡，但该微博下的大量评论仍显示多数网友认为仍是范冰冰实施的所谓诬陷计划，而毕成功并未就此作出进一步明确的反驳，否认“Miss F”是范冰冰。毕成功提交的证据未能证明“诬陷计划”以及莉莉·科林斯与“诬陷计划”的关系，且毕成功在诉讼前面对大量网友认为“Miss F”就是指范冰冰时，也从未提及“Miss F”是指莉莉·科林斯，故毕成功有关“Miss F”的身份解释明显缺乏证据支持。易赛德公司作为网络服务提供者应对其主办的“黔讯网”发布的新闻负审查、核实义务，《内幕》一文系由易赛德公司主动编辑、发布，但事前未经审查、核实，故由此所产生的责任理应由易赛德公司自行承担。综上，毕成功和易赛德公司应

分别承担赔礼道歉、赔偿精神抚慰金 3 万元和 2 万元。

（三）典型意义

在利用信息网络侵害他人名誉权等人身权益的案件中，侵权信息往往具有“含沙射影”、“指桑骂槐”的特征，并不明确指明被侵权人，尤其是在针对公众人物的情况下。如何判断网络信息针对的对象就是原告？如何判断原告因这些信息受到损害？本案的结论是，要从信息接受者的角度判断，即“并不要求毁损性陈述指名道姓，只要原告证明在特定情况下，具有特定知识背景的人有理由相信该陈述针对的对象是原告即可。”这种判断标准实质性地把握了损害后果、损害后果与侵权信息之间的因果关系，对于利用网络信息侵害名誉权案件的审理，具有启示意义。

案例 6

王某与张某、北京凌云互动信息技术有限公司、海南天涯在线网络科技有限公司侵犯名誉权纠纷系列案——媒体报道应当尊重个人隐私

（一）基本案情

王某与死者姜某系夫妻关系，双方于 2006 年 2 月 22 日登记结婚。2007 年 12 月 29 日，姜某从自己居住楼房的 24 层跳楼自杀身亡。

姜某生前在网络上注册了名为“北飞的候鸟”的个人博客，并进行写作。在自杀前 2 个月，姜某关闭了自己的博客，但一直在博客中以日记形式记载了自杀前两个月的心路历程，将王某与案外女性东某的合影照片贴在博客中，认为二人有不正当两性关系，自己的婚姻很失败。姜某的日记显示出了丈夫王某的姓名、工作单位地址等信息。姜某在 2007 年 12 月 27 日第一次试图自杀前将自己博客的密码告诉一名网友，并委托该网友在 12 小时后打开博客。在姜某于 2007 年 12 月 29 日跳楼自杀死亡后，姜某的网友将博客密码告诉了姜某的姐姐，姐姐将姜某的博客打开。张某系姜某的大学同学。得知姜某死亡后，张某于 2008 年 1 月 11 日注册了非经营性网站，名称与姜某博客名称相同，即“北飞的候鸟”（网址：<http://orionchris.cn/>）。在该网站首页，张某介绍该网站是“祭奠姜某和为姜某讨回公道的地方”。张某、姜某的亲属及朋友先后在该网站上发表纪念姜某的文章。张某还将该网站与天涯网、新浪网进行了链接。

姜某的博客日记被转发在天涯社区论坛中，后又不断被其他网民转发至不同网站上，姜某的死亡原因、王某的“婚外情”等情节引发众多网民的长时间、持续性关注和评论。许多网民认为王某的“婚外情”行为是促使姜某自杀的原因之一；一些网民在进行评论的同时，在天涯虚拟社区等网站上发起对王某的“人肉搜索”，使王某的姓名、工作单位、家庭住址等详细个人信息逐渐被

披露；更有部分网民在大旗网等网站上对王某进行谩骂、人身攻击，还有部分网民到王某家庭住址处进行骚扰，在门口刷写、张贴“逼死贤妻”“血债血偿”等标语。

大旗网系由凌云公司注册管理的经营性网站。在姜某死亡事件引起广泛关注后，大旗网于2008年1月14日制作了标题为《从24楼跳下自杀的MM最后的BLOG日记》的专题网页，主要包括如下内容：对姜某自杀事件发生经过的介绍；相关帖子的链接；网民自发到姜某自杀的小区悼念的现场情况；对网民进行现场采访的内容；对姜某的姐姐、姜某的同学张某、姜家的律师进行电话采访的内容和“网友留言”、“心理专家分析”等专栏。大旗网在专题网页中使用了王某、姜某、东某的真实姓名，并将姜某的照片、王某与东某的合影照片、网民自发在姜某自杀身亡地点悼念的照片、网民到王家门口进行骚扰及刷写标语的照片等粘贴在网页上。

王某分别起诉张某、凌云公司、天涯在线，请求停止侵害、删除信息、消除影响、赔礼道歉并赔偿精神抚慰金。

（二）裁判结果

北京市朝阳区法院认为，公民的个人感情生活包括婚外男女关系均属个人隐私。张某披露王某的个人信息行为侵害了王某的隐私权。凌云公司在其经营的大旗网上对关于该事件的专题网页报道未对当事人姓名等个人信息和照片进行技术处理，侵害了王某的隐私权并导致王某的名誉权遭受损害，应当承担删除专题网页、赔礼道歉和赔偿精神损害等侵权责任。天涯公司经营的天涯虚拟社区网根据有关法律法规制定了上网规则、对上网文字设定了相应的监控和审查过滤措施、在知道网上违法或侵权言论时采取了删除与本案有关的网络信息，已经履行了监管义务，不承担侵权责任。

（三）典型意义

哪些信息是个人信息？哪些个人信息是个人隐私？那些有违公序良俗的个人信息是否应当受到保护？这些问题的答案都随着互联网时代的到来发生着深刻的变化。本案是曾引起舆论广泛关注的所谓博客自杀第一案。本案中，虽然原告王某的婚外情在道德上值得批评，但这并非公众干预其个人生活的合法理由。公民的个人感情生活包括婚外男女关系均属个人隐私，无论是个人通过互联网披露、还是媒体的公开报道，都应当注意个人隐私的保护。

案例7

闫某与北京新浪互联信息服务有限公司、北京百度网讯科技有限公司侵犯名誉权、隐私权纠纷案——原告有权通过诉讼方式要求网络服务提供者提供侵

权人的相关个人信息

（一）基本案情

某新浪博客博主发表涉及原告个人隐私的文章，原告先后向新浪公司和百度公司发出律师函要求采取必要措施，新浪公司在诉讼中未提交证据证明其采取了删除等必要措施，百度公司则提供证据证明采取了断开链接、删除等措施。原告起诉要求两公司提供博主的个人信息。

（二）裁判结果

北京市海淀区法院认为，新浪公司不能证明其已尽到《互联网电子公告服务管理规定》所规定的事前提示和事后监督义务，应承担相应不利法律后果。百度公司在百度网站首页、“百度知道”首页、“百度百科”首页公示了权利人的投诉渠道和投诉步骤，设置了投诉链接及权利声明，并明确提示网络用户的注意义务，已尽到了法定事前提示和提供有效投诉渠道的事后监督义务，不承担侵权责任。新浪公司未能举证证明接到原告通知后采取了必要措施，应承担侵权责任；百度公司则在接到原告通知后及时采取了断开链接、删除等措施，不承担侵权责任。原告要求新浪公司提供博主的 IP 地址和全部注册信息，包括但不限于姓名、地址、联系方式等资料，由于两个博客的内容涉及了原告的人格权益，原告有权知晓该网络用户的个人信息以便主张权利，新浪公司应当在网络技术力所能及的范围内，向原告披露上述两位博主的网络用户信息，以维护其保护自身合法权益的信息知情权，应予支持。

（三）典型意义

网络侵权案件的一大特点就是网络的匿名性，如何确定侵权人的个人身份，常常成为阻碍原告维护自身权利的障碍。但是，另一方面，互联网公司又负有法定的对网络用户的保密义务，如何处理两者之间的关系？通过诉讼的方式，由人民法院对原告请求网络服务提供者提供网络用户个人信息的要求进行审查后并作出判断，能够较好地实现两者的平衡。

案例 8

徐杰敖与北京新浪互联信息服务有限公司侵犯名誉权纠纷案——转载者的责任：专业媒体应承担更大的注意义务

（一）基本案情

2003 年 11 月 14 日华商晨报发表“持伪证、民告官、骗局被揭穿”一文；同日，北京新浪互联信息服务有限公司在其经营的网站中转载了上述文章，并长达八年之久。另案生效判决认定华商晨报社侵犯了徐杰敖的名誉权并赔偿精神抚慰金 2 万元。2006 年 6 月 9 日华商晨报社在当日报刊尾版夹缝中刊登了对

徐杰敖的致歉声明，但是字数、篇幅确实过小不是很显著。徐杰敖以新浪公司未及时更正为由请求其承担侵权责任。

（二）裁判结果

北京海淀区法院认为，新浪公司在其网站上转载华商晨报的侵权文章并无不妥，但在法院于 2004 年年底认定华商晨报的行为构成侵害原告名誉权且 2006 年 6 月 9 日华商晨报在报纸刊载致歉声明后，新浪公司仍未更正或删除该信息，但因华商晨报的致歉声明篇幅过小且位置不显著，因此新浪公司虽不具有主观恶意但却具有过失，应当承担相应的民事责任。原告主张数额明显过高，应当根据具体案情以及新浪公司的侵权过错程度、持续时间等情节酌情判定新浪公司赔偿原告经济损失人民币八万元及精神损害抚慰金人民币二万元。

（三）典型意义

自媒体的发展及成熟是互联网时代的一大特征，但是这并不意味着专业媒体与自媒体之间就应当同等对待。本案的判决说明，在认定互联网时代最普遍的转载行为的法律责任时，应当区分专业媒体和非专业媒体，专业媒体的注意义务应当高于一般自媒体。所以，转载他人信息未更正仍需承担侵权责任。

（来源：最高人民法院；编选：中国电子商务研究中心；编辑：言回）

编辑：汪玉申、黄小平
责任编辑：张承鹤