

电商法对电子商务经营者、电子商务合同的订立与履行、电子商务争议解决、电子商务促进和法律责任这5个方面做了规定，是电子商务领域的一部基础性的法律。自2016年12月首次提交全国人大常委会审议，电商法经过4次审议，3次向社会公布法律草案，充分听取和研究了各方面的意见建议，终于在8月31日获得通过，将从明年1月1日起施行。



办事先查信用的社会环境初步形成

——访山东威海市社会信用管理中心主任王波

□ 本报记者 吴限

威海，位于山东半岛东端，北与辽东半岛相对，东与朝鲜半岛隔海相望，是首批中国沿海开放城市。“近年来，威海市以‘信用威海’城市品牌为引领，坚持政府推动、社会共建，科学规划、分步实施，按照‘信用信息评级化、行业管理规范化、信用应用产品化、联合奖惩常态化、创新试点特色化、宣传教育经常化’的工作思路，加快推进社会信用体系建设，着力营造诚实、自律、守信、互信的社会信用环境，推动经济转型发展，促进社会和谐，初步建立起以信用为核心的市场监管机制和社会治理模式。2017年12月，成功获批全国首批社会信用体系建设示范城市。”日前，威海市社会信用管理中心主任王波接受记者采访时如是说。

抓顶层设计 促规范管理 形成“2+3+N”行业信用监管体系

记者：推进信用体系建设，制度建设是关键也是重中之重，在这方面威海市是如何做的？

王波：我们主要是采取“两强

化”来开展工作。一是强化规划引领。出台了加快推进社会信用体系建设的实施意见，明确了信用建设的方向目标、工作重点和保障措施，着力打造体系完整、分工明确、运行高效、监管有力的社会信用体系。还编制了社会信用体系建设“十三五”规划，大力实施“三年行动计划”，确定2016年为“信用建设年”、2017年为“信用推广年”、2018年为“信用提升年”，分阶段、有侧重地推进社会信用体系建设不断走向深入。

二是强化制度建设。围绕公共信用信息归集、披露、查询、使用、异议处理、联合奖惩等方面，我们以市政府规范性文件出台了《威海市公共信用信息管理办法》《威海市守信联合激励和失信联合惩戒办法》等2个办法，编制了数据清单、应用清单、联合奖惩措施清单等3张清单，配套印发了创建示范城市、双公示、联合奖惩等6个专项工作方案和2个年度工作要点，推动20多个部门建立了行业和重点人群信用监管制度，形成了较为完整的“2+3+N”全行业信用监管体系。

抓平台建设 促信息共享 率先建立“一网三库”核心系统

记者：信用平台的建设和推广，能够有效促进信用状况公开透明、可查可核，实现多部门、跨地域、跨领域信息共享。在平台建设方面，威海市采取了哪些有效措施？

王波：首先，坚持高点定位，开发建设信用平台。我们按照“统一标准、适度超前”的原则，在山东省率先建成以信用威海网站和企业法人、非企业法人、自然人公共信用基础数据库“一网三库”为核心的地市级公共信用信息平台，并与国家、省级平台实现了互联互通。目前，威海市公共信用信息平台安全等级保护已达到三级，为公共信用信息的归集、披露、查询、使用等提供了全方位安全保障。

其次，打破信息壁垒，推动信息归集共享。按照“对外开放、内部共享”的原则，连续3年编制了公共信用信息指导目录，主要归集政府部门、司法部门在行政管理过程中产生的资质、监管、判决等信息，覆盖所辖区市和69个市直部门，归集事项达到3613项，归集信息1.43亿条，涵

盖所有市场主体和255万18周岁以上常住人口，并可通过信用信息平台、信用威海网站、手机APP、信用服务窗口等4个途径进行查询。

再次，开展个人信用积分，形成引导良好社会秩序的有效机制。我们研究起草了《威海市个人信用积分管理办法》《威海市个人信用积分计算标准》，以千分制为基础，从守法履约、社会责任、公共服务、道德公益、表彰奖励等5个方面，对148个正面指标和1320个负面指标实行差异化赋分，形成体现个人信用水平的积分，并从高到低依次划分为3A、2A、A、B、C、D六个等级。为方便个人信用应用，将个人信用积分与威海市民卡、信用威海移动APP等载体绑定，实现应用场景多元化，让市民真正体验到信用生活带来的便利化和获得感。目前，《威海市信用积分惠民政策清单》已收录了22类信用惠民便民措施。

抓联合奖惩 促查询应用 创新编制三批联合奖惩措施清单

记者：守信联合激励和失信联合惩戒机制是社会信用体系建设的核心机制之一，在建设联合奖惩方面，威海是怎么做的？

王波：首先，在联合奖惩方面，我们建立了常态化信用查询应用机制。编制了《威海市级信用产品应用清单（2018年版）》，推动51个部门在行政审批、招标投标、市场准入、资质审核等299个行政管理服务事项中查询使用信用记录，并作为必要条件或重要参考，初步形成了“办事先查信用”的社会环境。

其次，创新编制联合奖惩措施清单和优化联合奖惩运行机制。打破分领域签署联合奖惩备忘录的常规做法，创新编制了联合奖惩措施清单，明确了16项激励措施和31项惩戒措施，并确定了具体适用对象和执行部门，在国家有关部委已签署联合惩戒备忘录的基础上，新增了交通出行、劳动保障、社会保障、海洋渔业、消防、城市管理9个领域的严重失信责任主体，联合惩戒覆盖范围累计达40个领域。此外，基于“联合奖惩对象库”与“联合奖惩措施清单库”两大基础库，采用“客户端/服务器”软件架构方式，在市、区两级开发上线了联合奖惩应用客户端，仅需

“选中奖惩对象—按下快捷键—选择奖惩措施—确认反馈”等4个步骤，即可完成从查询到反馈的全流程操作，形成了“发起—响应—执行—反馈”的业务闭环。

目前，联合奖惩应用系统已经部署至市县两级政务服务大厅和51个部门的业务办公电脑，全国600多万失信被执行人信息和威海市发布的8408条“红黑名单”信息，全部实现系统内自动化实时查询和应用。通过实施联合奖惩，有2900多名失信主体退出了“黑名单”，有21家房地产企业在参加A级以上企业信用评级时被一票否决，对236个守信主体采取部门联合激励措施，对365个失信主体采取了联合惩戒措施，大力营造了“褒扬诚信、惩戒失信”社会信用环境。

抓创新试点 促示范引领 积极推广“信用+工作”模式

记者：目前，威海市在信用建设方面还有哪些积极探索？

王波：我们目前积极推广“信用+工作”模式，按照“有信用承诺、有信用记录、有信用监管、有红黑名单、有联合奖惩”的标准，推动全市各行业、各领域及公务员、会计等14类重点人群的信用制度建设，建立以信用为核心的事中事后监管制度。

以威海市住房和城乡建设局为例，该局建成了威海市建筑市场监督管理平台，全市1628家工程建设项目在政府投资项目招标投标、创优评选等方面予以推荐，投标中给予诚信加分，并免于缴纳下一年度农民工工资保证金，对C级、D级企业则加强监管，D级更是列入重点监控企业名单，增加日常抽检频率。鼓励各区市结合本地实际，重点在社区管理、中小微企业金融信贷服务、社会公益活动等方面开展信用创新试点，将信用建设延伸到镇、村、企业等“最后一公里”。

诚信快讯

教育部：集中开展防范非法集资宣传教育进校园活动

本报讯 记者王砾尧报道 教育部近日发布《关于进一步加强防范非法集资有关工作的通知》（以下简称《通知》），要求各地各高校加强校园秩序管理，严禁任何人、任何组织通过任何形式在校内推介非法集资活动。

《通知》要求各地各高校要在秋季开学一段时间内，集中开展防范非法集资宣传教育进校园活动，使广大师生牢固树立“高收益必然伴随高风险”“参与非法集资风险自担、责任自负”的意识，消除学生对“非法集资损失政府买单”的误解和不当期盼，引导师生绝不参与非法集资活动。

同时，《通知》明确，各地各高校要加强校园秩序管理，严禁任何人、任何组织通过任何形式在校内推介非法集资活动。对已参与非法集资活动的学校和师生，要启动应急预案，协助有关部门做好解释安抚、维稳化解工作，加强校园安全防范，避免事态扩大。

在防范非法集资宣传教育参考提纲中，教育部还提示社会公众，如遇以下情形的“理财”“保险”产品，务必提高警惕：以“看广告、赚外快”“消费返利”为幌子；以境外投资股权、期权、外汇、贵金属等为幌子；以投资养老产业可获高额回报或“免费”养老为幌子；以私募基金、众筹等为幌子，但不办理企业工商注册登记；以投资虚拟货币、区块链等为幌子；以“扶贫”“互助”“慈善”等为幌子；在街头、商场、超市等发放广告传单；以组织考察、旅游、讲座等方式招揽老年群众；“投资、理财”公司、网站及服务器在境外的；要求以现金方式或向个人账户、境外账户缴纳投资款的。

银保监会：严打保险经营乱象 保护消费者合法权益

本报讯 记者岁正阳报道 今年二季度，银保监会系统共对保险业273家次机构出具罚单382张，较一季度增加77张。

从上半年处罚的典型案来看，平安养老保险股份有限公司吉林分公司在2016年1月~2017年4月期间，违反保险法有关规定，不如实记载投保人信息等保险业务事项，承保团体健康保险未书面告知每个被保险人其参保情况及相关权益。吉林省保监局对该公司作出警告并罚款12万元的行政处罚。

人保财险黄冈市分公司在2016年1月~2017年9月期间，违反保险法有关规定，通过赠送实物礼品、可消费购物积分等方式给予投保人合同约定以外利益，以列支“咨询费”名义，按照代理车险保费规模，向其合作车险业务的12家汽车销售服务有限公司支付奖励费用共计26.7万元。湖北省保监局对该公司罚款33万元，并责令改正违法行为。

据介绍，财产险公司违规行为主要包括编造或者提供虚假报告、报表，给予或者承诺给予保险合同以外利益，虚列费用等；人身险公司违规行为主要包括欺瞒投保人，虚列费用，编造或者提供虚假报告、报表，对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况等。

银保监会有关部门负责人表示，下一步将严打保险经营乱象，督促保险公司提高合规意识，更好保护消费者合法权益。



今年8月，由威海市发改委、威海盛祥商业管理有限公司联合举办的“诚信建设万里行”信用示范街区建设活动在威海广场启动，300余位商户代表参加启动仪式。（威海市信用办供图）

诚信杂谈

□ 戎杰

证监会和中国银行间市场交易商协会近日均发布公告称，因国内信用评级机构大公报在多家发行人开展评级服务的同时，为发行人提供咨询服务，并收取了高额费用，有违独立原则，分别暂停其债务融资工具市场和公司债券市场相关业务一年。

评级机构是金融市场重要的中介力量，因其独立性、公正性和专业性，被称为资本市场的“看门人”。在债权发行过程中，评级的高低直接关系到发债成本。不少投资人正是依据专业评级机构对企业的评价等级来衡量债券价值，决定投资策略，相关监管部门也会据此判断机构的风险状况，从某个角度来看，评级机构的公正性是金融市场稳健运行的基石。而一旦靠信誉生存的评级机构自身存在信用问题，动摇的是整个市场的价值体系，会扭曲市场定价。自去年以来，对评级机构的质

疑声屡屡响起。去年下半年，债券市场违约企业中不乏评级较高的上市公司，当时就有市场人士认为评级机构难辞其咎，正是其推高了评级泡沫，才会让不合格的企业成功发债。如今债务发生违约，让所有投资人为其埋单，而直到企业违约之后，评级机构才开始大幅下调企业评级等级。还有一些企业明明已经出现流动性风险，发行的债券被市场认定为垃圾债，但评级机构此时却上调债券的评级等级，让投资人大跌眼镜。如果只有等到债务违约后，评级等级才下调，那等级岂非形同虚设？何以成为投资人的重要参考？如果评级等级与市场多数人的判断大相径庭，评级机构的专业性又体现在哪里？

评级机构的独立性一直容易受

来自外部的动摇。在美国影片《大空头》中，空头们问评级机构标准普尔：“你们对这些债券的评级，有没有低于AAA级的？”评级机构回答：“如果不给他们AAA级，他们转头就会去找隔壁的穆迪评级了。”在被评级企业付费的市场中，评级机构难免不会被出钱的“金主”发债企业所左右，丧失客观公正性。国际金融危机之后，国际监管机构提出的一个改革方向就是从债券发行人付费转为投资人付费方式。此外，投资人和相关监管部门过于依赖信用评级报告，会过度放大评级机构在市场上的作用，也会催生企业不惜代价提升评级水平，滋生出不健康的市场生态。重新树立评级机构的独立性和专业性，不能不从这些根上去找病因。

评级机构要握紧信用这根生命线

在当下逐步打破“刚性兑付”的市场上，评级机构的独立性尤显重要。债券市场正在恢复中，评级机构的专业评级，关乎企业能否顺利发债，更是投资人决策的重要依据。未来打破“刚性兑付”，投资人必须自己承担投资失误带来的损失，此时只有客观、专业的企业信用评级，才能为投资人提供准确参考，帮助其作出正确判断。现在行业普遍存在信用评级虚高的问题，当务之急就是要去掉“泡沫”，让评级准确反映企业的信用风险状况，信用风险定价体系回归正轨，打破“刚性兑付”的价值投资“基底”才会更加坚实。

在金融日益开放的大背景下，评级机构的独立性尤显重要。中国金融市场开放正在提速，不少领域的开放走在前面，而信用评级

行业的开放度相对较低，国际、国内评级机构的评级技术、标准体系、监管环境不尽相同，对同一家企业的评级等级差距较大。未来市场逐步开放，国外历经百年市场淬炼的外资评级机构会来到中国市场，真正的较量才刚刚开始。国内的评级机构唯有不断提升自身评级技术和综合竞争力，握紧“信用”这根生命线，才能真正获得市场认可。

良性的市场环境需要各个市场主体共同构建。监管部门要放弃“唯信用等级”的“指挥棒”；投资人要抛弃“信用等级唯一论”，重新拾起自己的专业判断能力；评级机构也要秉持做百年老店的心态，信守自身的独立性、公正性和专业性；发债企业对投资人拿出真本事、真面目，市场才会日臻健康。

《信用中国》编辑部
责任编辑：王砾尧
新闻热线：(010)56805031
监督电话：(010)56805167
电邮：crd_xyzhg@163.com



电商法让网上生活更有保障

□ 王萌

买到假货投诉无门、预缴押金难以退还、搭售商品防不胜防、给出差评被商家骚扰……网络消费中,消费者难免遇到这些糟心事。日前通过的《电子商务法》(以下简称电商法),对这些问题都作出明确规定。

自2016年12月首次提交全国人大常委会审议,电商法经过4次审议,3次向社会公布法律草案,充分听取和研究了各方面的意见建议,终于在8月31日获得通过,将从明年1月1日起施行。电商法共7章89条,旨在充分保障各方主体正当权益,有效维护市场秩序和公平竞争,让网上生活更有保障。

加强对消费者保护力度

电商法的审议进程一直受到各界广泛关注,此次正式成为法律,被媒体评价为“电商野蛮生长时代终将结束”。业内人士表示,与其他各国电商法律法规相比,我国的电商法格外重视规范平台交易秩序与保护消费者合法权益。

全国人大财经委员会副主任委员尹中卿指出,这些年的实践证明,在电子商务有关

三方主体中,最弱势的是消费者,其次是电商经营者,最强势的是平台经营者,所以电商法在均衡地保障电子商务这三方主体的合法权益时,适当加重了电子商务经营者,特别是第三方平台的责任义务,适当地加强对电子商务消费者的保护力度。

安全是第一要义,如何加强保护消费者人身安全?电商法规定,对关系消费者生命健康的商品或者服务,电商平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,依法承担相应的责任,情节严重的,将处50万元以上200万元以下罚款。

网购遇假货一直是消费者的心头之痛,买到假货谁来担责?电商法规定,电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。

此外,电商法还对电商平台经营者身份核验、恶意搭售、消费者押金退还、消费者评价等方面作出规定。

“电商法的许多规定,如建立健全信用评价制度、建立知识产权保护规则、履行环境保护义务等,都有利于保护消费者权益,履行社会责任。”京东集团法律研究院院长丁道勤说。

规范电子商务市场秩序

近年来,中国电子商务快速发展,2017年交易额接近30万亿元。虽然规模大、增长快,但电商行业暴露的问题不可忽视。法律如何界定各方责任、规范行业发展,备受关注。

电商法对电子商务经营者、电子商务合同的订立与履行、电子商务争议解决、电子商务促进和法律责任这5个方面做了规定,是电子商务领域的一部基础性的法律。丁道勤认为,电商法坚持问题导向,从制度上规定平台经营者、平台内经营者的义务,对保护各方主体权益作了很多有益的探索。

比如,针对网上假货、高仿品泛滥的情况,电商法不断细化知识产权保护规则;针对电商竞价排名乱象,电商法增加“对于竞价排名的商品或者服务,应当显著标明‘广告’”的规定;针对卖家擅自删差评现象,电商法规定电子商务平台经营

者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价;针对微商交易维权困难,电商法将微商纳入电子商务经营者范畴,消费者维权有法可依……

中国政法大学教授赵旭东认为,电商法对规范电子商务行为会起到非常具体而直接的作用,对电子商务主体的设立行为和终止行为、一般性经营行为等进行了调整和规范,能有效维护各方合法权益,规范电子商务市场秩序。

应随环境变化适时修改

电商法的诞生,不仅在于规范电商产业、遏制违法行为,更在于营造有利于推动电子商务良性发展的市场环境。

尹中卿表示,目前我国国家电子商务正处于蓬勃发展的时期,渗透广、变化快,新情况、新问题层出不穷,在立法中既要解决电子商务领域的突出问题,也要为未来发展留出足够的空间。

电商法的落地对于整个行业而言有着不言而喻的重要意义。如何让电商法更好促进电商产业健康发展?专家指出,电商法要随着市场环境变化而适当调整。

赵旭东表示,电商法具有很强的实践性,目前这个法律文本适应了当前电子商务发展的情况。他同时指出,中国电子商务还在高速发展之中,随着电子商务出现新的问题,这部法还要有适时修改。

“法律并不是一劳永逸的操作指南,具体实施有待未来配套法规的明确。”丁道勤建议尽快出台法律实施细则,比如现在电商逃税漏税问题比较严重,后续如何解决这一情况,很值得期待。

中国社科院法学研究所研究员周汉华认为,数字经济是一个日益庞大的体系,要关注政府和平台、平台和平台、平台和消费者之间的多重法律关系。电商法的出台仅仅是一个开始,未来数字经济领域的立法进程仍然任重而道远。



电商法对电子商务经营者、电子商务合同的订立与履行、电子商务争议解决、电子商务促进和法律责任这5个方面做了规定,是电子商务领域的一部基础性的法律。自2016年12月首次提交全国人大常委会审议,电商法经过4次审议,3次向社会公布法律草案,充分听取和研究了各方面的意见建议,终于在8月31日获得通过,将从明年1月1日起施行。



8月27日下午,十三届全国人大常委会第五次会议在北京人民大会堂举行。会议听取了全国人大常委会副主任委员徐辉作的关于电子商务法草案审议结果的报告。(资料图片)

刘震摄

行业观察

诚信建设不能“松绑” 科研项目转包分包“该治”

□ 龙跃梅

一手要项目、一手“转包”“分包”的现象,在科研领域时有发生。当前,科研“以项目论成败”的导向使得科研人员不得不积极争项目、囤项目,干不完再分包出去;一些学阀垄断大项目,充当项目“二传手”;甚至个别科研人员在项目中“藏猫腻”,通过假分包、假外包,虚报劳务费等方式违法套取项目资金。这样的现象着实让人感叹,严肃的科研项目成了“唐僧肉”,如何能保证科

研的效果。

《科技日报》评论称,科研项目是有明确的目标或目的,必须在特定的时间、预算、资源限定内,依据规范完成。设立科研项目具有强烈的目标导向,就是为了出研究成果,解决现实中尚未解决的科研难题,是非常严肃、严谨的事情。

然而现实中,一些科研人员却打起科研项目经费的歪主意,把科研项目当成了生意来做,不管时间、精力、能力是否扛得起,先拿下来再说,然后再当“二传手”“分包”、套取项目资金……

久而久之,科研人员“富有者弥望之田,贫者无立锥之地,有力者无田可种,有田者无力可耕”。这完全背离了科研项目设立的初衷。

这些问题的出现,说明科研管理系统有较多漏洞待补齐。可是现实却一再告诉我们,如果对每个科研环节都死死地盯着,会导致科研人员亦步亦趋、不胜其烦,天天和表格、材料打交道,根本没时间专心做研究。如果对科研项目采取“无为而治”,又会导致一些科研人员钻空子、走歪门邪道,通过

“捷径”轻而易举拿到科研项目和经费。

那么,面对科研项目领域出现的诸如“二传手”“外包”等现象,该如何应对?严厉打击是必须的,但要注意方法,不能“头痛医头、脚痛医脚”,设计出更多的条条框框,最后成了少部分科研人员“生病”,全部的科研人员来“吃药”。这显然与目前国家对科研人员“松绑”的大方向不相符。

但是,无论怎样对科研人员“松绑”,对科研人员的诚信建设不能“松绑”,要让科研诚

信成为科研人员心中紧绷的一根弦,一刻也不能放松。对那些发现问题的科研人员,不能轻描淡写、听之任之,要追究责任、严肃处理,使得“动歪脑筋”的成本大大增加,从而在科研领域、科研人员以及全社会形成强大的威慑力。

如今,科研人员迎来了黄金时期。在这个时期,不要被“黄金”蒙蔽了双眼,将本来崇高的事业庸俗化,而是要利用国家提供的各项优厚条件,通过自身的努力,为社会创造更多的价值。

(未完待续)

——来源:信用中国(安徽)网

红黑榜

安徽省“守合同 重信用”企业公示信息(13)

- 巢湖市鑫鑫汽车销售服务有限公司
- 安徽双诚电线电缆有限公司
- 巢湖市鼎力铁塔有限公司
- 安徽六建建设集团有限公司
- 蚌埠市新城二手车交易市场有限公司
- 安徽九洲城建设(集团)有限公司
- 中国石油天然气股份有限公司安徽蚌埠销售分公司
- 蚌埠市建筑设计研究院
- 蚌埠市工程建设监理公司
- 蚌埠市新城建筑安装工程有限公司
- 龙湖园林工程集团有限公司
- 安徽明达人力资源集团有限公司
- 安徽瑞丰水利建筑有限公司
- 蚌埠新达汽车销售服务有限公司
- 安徽祥源科技股份有限公司
- 安徽皖酒制造集团有限公司
- 安徽方圆机电股份有限公司
- 安徽普源分离机械制造有限公司
- 安徽科达自动化集团股份有限公司
- 安徽元鼎建设工程有限责任公司
- 安徽佳源油脂有限公司
- 安徽三宝钢结构有限公司
- 安徽福顺食品有限公司
- 安徽承庆堂国药股份有限公司
- 涡阳县锦辉食品有限公司
- 安徽金太阳生化药业有限公司
- 安徽省颍上县正泰电器有限责任公司
- 安徽贝克联合制药有限公司
- 安徽皖投新辉光电科技有限公司
- 安徽泗县顺通建筑安装工程有限公司
- 宿州广厦建设(集团)有限公司
- 灵璧县建筑工程有限公司
- 安徽达园粮油有限公司
- 安徽荷金来农业发展股份有限公司
- 灵璧县渔沟建筑有限责任公司
- 安徽天鹏工程建设有限公司
- 安徽远发建筑工程有限公司
- 安徽康美达面业有限责任公司
- 安徽诚盛建筑工程有限公司
- 灵璧县永盛制粉有限责任公司
- 安徽阳光药业有限公司
- 安徽省鑫誉建筑装饰有限公司
- 安徽国兴建筑装饰有限公司
- 利辛县东方建筑安装有限公司
- 安徽双全面粉有限公司
- 安徽省临泉县建筑工程有限公司
- 安徽晋煤中能化工股份有限公司
- 巢湖市鑫鑫汽车销售服务有限公司
- 安徽双诚电线电缆有限公司
- 巢湖市鼎力铁塔有限公司
- 安徽六建建设集团有限公司
- 蚌埠市新城二手车交易市场有限公司
- 安徽九洲城建设(集团)有限公司
- 安徽省新同济建设监理咨询有限公司
- 安徽恒兴装饰工程有限公司
- 安徽天威羊绒制品有限公司
- 安徽阜阳医药集团有限公司
- 安徽恒达建筑装饰有限公司
- 安徽劲龙粮油股份有限公司
- 阜阳市浩瀚机车有限公司
- 安徽康桥拍卖有限公司
- 阜阳市第八建筑工程有限公司
- 蚌埠高灵传感系统工程有限公司
- 安徽环球药业股份有限公司
- 安徽精菱玻璃机械有限公司
- 凯盛科技股份有限公司
- 安徽瑞格电梯服务股份有限公司
- 蚌埠市双环电子集团股份有限公司
- 中科电力装备集团有限公司
- 安徽科泰工贸有限责任公司
- 安徽八里河旅游开发有限公司
- 安徽管仲酒业有限公司
- 安徽颍上农村商业银行股份有限公司



“五色榜”变环保信用为无形资产

江苏建立环保信用评级制度,将企业按环境行为分成红、黑、黄、蓝、绿五个等级,奖优罚劣倒逼企业主动承担环保责任

□ 丁国锋 罗莎莎

在当下的江苏,环保信用评级关系着企业的环评审批、信贷融资、水价电价……对全省近3万家重点污染源企业而言,“环保信用”越来越重要,是可以变成“真金白银”的“青山绿水”。

一旦在环保信用评级中获得“差评”,企业就会面临污水处理费和电价加价,限制贷款等不利于发展的局面。在什么样的情况下,企业会被实施污水处理费和电价加价?会持续多久?带着这一串问题,我们踏上了解谜之旅。

“差别化”让减排更有效

早在2009年,江苏南通就开始探索实施差别化污水处理费政策。

“通过对中水回用实现零排放的绿色企业免征污水处理费;对环保信用评级为红色、黑色的企业,在现有污水处理费

基础上每吨加收0.6元、1元污水处理费。”南通市环保局法规处处长刘华军向《法制日报》记者介绍道。

“自环保部门公布上年度企业环境行为评级结果后次月起,‘红色’‘黑色’等级企业就开始执行差别化的污水处理费,缴纳加收费用,执行期1年。执行单位缴纳加收费用满1年,企业环境行为评级达到‘黄色’‘蓝色’或‘绿色’等级的,可以停止执行。”刘华军补充说。

据了解,目前南京、无锡、南通等多个设区市已实行差别化污水处理费政策。被评为“红色”等级企业污水处理费加收标准不低于0.6元/立方米,被评为“黑色”等级及连续两次以上被评为“红色”等级企业污水处理费加收标准不低于1元/立方米。

“除了实施差别化污水处理费政策外,我们还试行了差别化电价政策,电价由省电

网企业根据省级价格及行业主管部门公布的企业名单和电价标准,按照抄见电量收取加价电费。”江苏省环保厅法规处处长刘华军说。

那具体电费如何计算?“以南通举例来说,对环保信用评级为‘红色’‘黑色’的企业,会在现有电费基础上每度加收0.05元、0.1元电费。”该负责人说。

据统计,2017年以来,江苏对“红黑企业”收取差别电价已有1.1亿元。

构建环保信用评级体系

2013年,江苏省环保厅率先在全国制定出台了《江苏省企业环保信用评级标准和评价办法》,明确了企业环保信用评级原则、指标体系、等级划分等。目前,江苏正在对评价标准和指标体系进行进一步优化和调整。

据悉,江苏现行的环保信用评级评价指标由污染防治类指

标、环境管理类指标、社会影响类指标共3类21项组成。其中,仅污染防治类指标就包含“污染源在线自动监控、污染源监督性监测、污染源自动监控设备比对监测和数据有效性审核、总量控制、危险废物安全利用处置、固体废物利用处置”6个小项。企业环保信用评级结果从好到差依次以“绿色”“蓝色”“黄色”“红色”“黑色”5种颜色进行标识。

同时,江苏省环保厅还建立了企业环保信用动态管理机制,定期调整修复,及时反映企业环保信用变化。建设覆盖全省的污染源“一企一档”动态信息管理系统,运用环保大数据分析技术,全面归集污染性企业环保信用信息。

去年,江苏省市县三级环保部门协同组织29,975家污染源企业参与环保信用评级,比上一年度增加了近5000家。去年7月,江苏省环保厅公布全省1064家国控重点企业环保信用评级结果,其中“绿色”企业为414家,“黑色”企业为18家,环境监管效率大大提升。

环保信用成为无形资产

“通过开展环保信用评级体系建设,将污染源企业纳入这一体系,建立环境守信激励、失信惩戒机制,让环保信用变成企业的无形资产,为绿色企业拓展生存和发展空间,让失信企业一处失信、处处受制。”江苏省环保厅法规处处长刘华军表示。

今年4月,江苏省环保厅、江苏省发改委、中国人民银行南京分行、江苏省财政厅等30个部门针对环保领域失信生产经营单位及其有关人员开展联合惩戒签署了合作备忘录。

“对被评‘红色’和‘黑色’等级的企业将采取惩戒措施。如限制市场准入、行政许可或融资行为,停止享受各种优惠政策,停止执行相关财政性资金支持。”这位负责人说,对评定为“绿色”等级企业,可

享受优先办理环保行政许可、建议金融机构予以优惠贷款利率等激励措施。

此外,江苏还建立了失信信息共享机制,将失信生产经营单位信息,纳入企业信用信息基础数据库和省公共信用信息系统,并向社会公布。

目前,江苏省环保厅联合省信用办、银监局建立企业环保信用信息共享制度,推动银行将企业环保信用作为贷前审批、贷后监管的重要依据,实行奖优罚劣。

正是有了这项共享机制,让整个信贷过程有了“提示器”。2013年7月,广发银行无锡分行与宜兴市某材料有限公司进行合作,向其贷款1000万元,依据机制对其实时监控,并根据其信用变化调整授信策略。

此后,该公司2013年被评为“绿色”环保信用优秀企业,同时被银行评定为授信策略支持类。2014年,该公司被评定为“蓝色”环保信用良好企业,银行据此将其授信策略调整为维持类。2015年,该公司在年度环保信用评级时被评定为“红色”,银行将其授信策略调整为控制压缩型,并立即进行商谈。2016年9月,该公司提前归还本金977万元,确保了银行信贷资产的安全。

“金融机构通过共享机制及时关注和跟踪企业环保信用等级,随时调整企业授信策略,降低了授信风险,避免了经济损失,维护了综合利益。”江苏省环保厅法规处处长刘华军说。

截至去年底,江苏参加环保信用评级企业贷款余额7589亿元。其中,对信用评价为优秀(“绿色”)和良好(“蓝色”)的企业贷款余额7137亿元,余额占所有评级企业贷款余额94%;对环保信用较差(“红色”)和极差(“黑色”)企业贷款余额122亿元,余额占比仅为1.6%,有效地促进了企业绿色发展,构建绿色金融的运转机制。



云南曲靖:绿币爱心超市搭建爱心传递桥

从2018年6月份至今,云南省曲靖市麒麟区已建成22个绿币爱心超市、20个服务点、100余个流动网点,搭建起爱心传递桥梁。依托这一平台,困难群体可通过参与公益活动,获得绿币积分,再用积分兑换所需物品。图为曲靖市麒麟区白石江街道江南社区特困户王桂英(右)在绿币爱心超市了解兑换物品信息。新华社记者 杨宗友 摄

信息公示

企业承诺公示

为推动和健全企业信用建设,营造良好的信用环境和营商环境,近日,中企信办信用建设工作委员会针对会员单位发起了信用承诺书签订工作,现将2018年第七批签订信用承诺书及诚信自律宣言的企业予以公示,希望社会各界予以监督!

序号	企业全称	签订负责人	签订内容
1	广州市禹丽模特道具有限公司	马国禹	信用承诺书
2	广州秋菊豆腐加工厂	邓秋菊	信用承诺书
3	广州市坤少商贸有限责任公司	陈炳坤	信用承诺书
4	广州滨利服饰有限公司	宾双伯	信用承诺书
5	广州奔域音响科技有限公司	张廷亮	信用承诺书
6	广州市品茂贸易有限公司	李冰	信用承诺书
7	广州绿色之春文化传播有限公司	关鸣	信用承诺书
8	广州市瑞海食品有限公司	黄俊马	信用承诺书
9	广州承明职业技能培训有限公司	江艳红	信用承诺书
10	广州就爱茶文化有限公司	陈梓英	信用承诺书
11	广州市开泰置业有限公司	翁小杏	信用承诺书
12	广州晋仰服饰有限公司	杨顺钦	信用承诺书
13	东莞一翔液体肥料有限公司	胡克伟	信用承诺书
14	广州宣城广告有限公司	邱诗绵	信用承诺书
15	广州洲淘国际贸易有限公司	戴健敏	信用承诺书
16	广州市德之辉建筑工程有限公司	黄志辉	信用承诺书
17	广州市烨然电梯工程有限公司	陈春流	信用承诺书
18	广州创工勘测有限公司	曹爱忠	信用承诺书
19	广州市舒瑞普机电设备有限公司	杨东红	信用承诺书
20	广州鑫铨电缆桥架有限公司	陈进方	信用承诺书
21	广州运顺信息科技有限公司	李政能	信用承诺书
22	广州嘉世电子商务有限公司	刘敬	信用承诺书
23	广州华云艺术设计有限公司	唐健雄	信用承诺书
24	广州洛坦贸易有限公司	陈明伟	信用承诺书
25	广州东耀装饰工程有限公司	庞东	信用承诺书
26	广州意派特技术开发有限公司	苏新森	信用承诺书
27	广州亚弘机电设备有限公司	余正立	信用承诺书
28	广州全茂机电设备有限公司	伍启彬	信用承诺书
29	广州萨万贸易有限公司	陈远平	信用承诺书
30	广州今圣商旅服务有限公司	叶林实	信用承诺书
31	南京洋乐鸿食品有限公司	杨长福	信用承诺书
32	南京金龙消防科技有限公司	王登	信用承诺书
33	南京展鑫电气设备有限公司	倪伟	信用承诺书
34	南京功明建设工程有限公司	闫佳佳	信用承诺书
35	南京求真务实新能源科技有限公司	史易毅	信用承诺书
36	南京安捷龙能源科技有限公司	吴圳明	信用承诺书
37	南京欧特科技开发有限公司	陈德辉	信用承诺书
38	南京瑞宇箔业有限公司	张波	信用承诺书
39	南京易芸诺商贸有限公司	赵寿田	信用承诺书
40	南京市江宁区箫涵建材店	邵乃军	信用承诺书
41	南京市建邺区金一盛道路货物运输服务中心	石磊	信用承诺书
42	南京竹林雪文化传媒有限公司	李福秋	信用承诺书
43	南京金橘会务服务有限公司	朱园园	信用承诺书
44	南京珂玛奇工艺品有限公司	王新月	信用承诺书
45	江苏星瑞旅游服务有限公司	王森	信用承诺书
46	南京凯利德装饰材料有限公司	周锡光	信用承诺书
47	南京市玄武区尹芳食品店	尹芳	信用承诺书
48	南京鸿或强农产品有限公司	刘国强	信用承诺书
49	南京信之源装饰工程有限公司	陈敏	信用承诺书
50	南京致盈广告传媒有限公司	李梓妹	信用承诺书
51	南京孺子牛农业科技有限公司	朱建祥	信用承诺书
52	南京黟黑网络科技有限公司	丁海兵	信用承诺书
53	江苏玉林贸易有限公司	牛熙来	信用承诺书
54	南京芬必达服饰有限公司	黄碧芬	信用承诺书
55	南京启云威电子科技有限公司	王小营	信用承诺书
56	南京润和冷暖工程有限公司	王小香	信用承诺书
57	南京市高淳区陈福明谷物种植家庭农场	陈福明	信用承诺书
58	南京市六合区创享农业专业合作社	黄春浩	信用承诺书
59	南京市高淳区爱平家庭农场	邢爱平	信用承诺书
60	南京梦计划动漫设计有限公司	王阴伟	信用承诺书

监督电话:020-83549246 联系人:黄斌 黎春波

公示信息来源:中企信办信用建设工作委员会
 二〇一八年八月三十日



江苏泗阳:教师节前学廉政

近日,江苏泗阳县纪委监委组织当地教育系统的党员干部、教师,来到泗阳县党风廉政建设教育基地,开展廉政教育活动,增强廉洁从教意识和纪律意识。图为在泗阳县党风廉政建设教育基地,教育系统的党员干部、教师在受廉政教育。新华社记者 季春鹏 摄

诚信故事

老板以诚相待 员工更有归属感

□ 区碧颖

51岁的陈广俊,是土生土长的广东汕头人。2002年他创立了一家内衣企业,至今已有16年。创业初期的他实干守诺,从不拖欠任何工资和货款,赢得了员工和供应商的信任,由此获得了许多支持。“他们的支持让我觉得不能辜负客户和大家的信任,更加坚定了我诚信经营的决心。”

经过多年耕耘,陈广俊在事业上成绩斐然。在他的长期悉心经营和员工的共同努力下,陈广俊所创立的杰奎琳品牌逐渐在国内内衣市场崭露头角并占据了一定份额。公司于2004年入选中国名优产品,获得中国国内市场内

行最佳品牌称号。2012年被授予“影响2012年度最受消费者喜爱服装品牌”称号。2011年~2017年6年间共计获得15个相关专利。更可贵的是,他还时刻把为员工排忧解难、为社会作出贡献铭记于心并付诸行动。

公司有很多外地员工,他们的子女因为户籍问题常常面临就学难的困境。陈广俊知道后,积极发挥企业的桥梁作用,主动与当地教育部门沟通协调,先后为10多名就学难员工子女解决了上学问题,为员工排除后顾之忧。不仅如此,每当得知员工亲属生病或经济困难,陈广俊都会自掏腰包帮助员工解燃眉之急,前后有多少次他也记不清了。2013年6月,公司生产车

间员工黎某的儿子突发手足口病,因早期对病情的认识不足,导致病情恶化,急需高额治疗费用。陈广俊知悉后马上带头捐款,其他员工也纷纷自发捐款,合计向黎某捐赠善款24,000余元。儿子的病得到了及时救治,黎某对陈广俊十分感激:“真是觉得无以为报,希望我的努力能抵上一二。”陈广俊则说:“我是你们的老板,你们家里发生了事情,我帮忙是应该的。”

2016年8月,员工魏某的父亲腹内出血,送达急诊后,被广州武警医院确诊为肝癌晚期,治疗面临高额医疗费用。经过陈广俊倡议,公司员工自愿向同事魏某捐款。陈广俊捐款10,000元,公司

员工共捐款16,000余元,善款全数打到了魏某账上。回到公司后,魏某来到总经理办公室,紧紧握住陈广俊的手哽咽着道谢。每当员工的至亲生病,因为家庭贫困而没法进行治疗时,陈广俊就会带头捐款,看到陈广俊对承诺的切实履行,员工们纷纷表示,公司是他们的坚强后盾,在他的影响下,自己也更加愿意热心助人。

作为一名企业主,陈广俊不仅对员工负责,同时还肩负起企业的社会责任。2008年5月汶川大地震,陈广俊闻后就立刻带头并鼓励全公司员工向灾区捐款,发扬“一方有难、八方支援”的奉献精神。他以个人名义捐款20,000元,其余员工共捐款16,000

余元,合计向灾区捐助善款36,000余元。

2013年8月17日,汕头市潮南区发生特大洪涝灾害并引起海水倒灌,导致潮南区大面积受灾,乡众财产受损严重。从小在汕头长大的陈广俊十分忧心潮南区的受灾情况,向潮南区慈善总会捐款20,000元。灾后重建结束,潮南区民政局和潮南区慈善会特意赠予陈广俊“慷慨解囊 热心捐助”的牌匾以示感谢。

据悉,公司员工里超过15%的人是跟了陈广俊十多年的老员工,一半以上已经在这家公司工作了五六年。员工的忠诚度和归属感,靠着陈广俊的赤诚相待和诚信经营,一步步培养起来。

维护消费者合法权益 提高征信数据质量

——美国个人信息保护何以催高信用评分(上)

□ 刘新海

信用报告和信用评分在大多数美国人的日常生活中发挥了重要的作用。这些征信产品所提供的消费者过往的信用信息将决定他们在未来信贷服务中要偿还信用卡、车贷和房贷的利率,以及能否得到这些信贷。信用评分是信用报告的数字汇总,可以更加有效地帮助自动化信贷决策,所以在信贷交易决策中用得更加普遍,更受欢迎。信用评分高就意味着消费者可以获得更多、更好的金融服务,消费者有时甚至求助于专业的信用修复机构来提高信用评分。

2017年7月,有1200万~1400万美国消费者(约占美国2.2亿人中的8%)不需要做任何信用修复,他们的信用评分在一夜之间自动地增加,部分消费者的信用评分甚至可以增加到60分以上,会在很大程度上帮助这些消费者降低信贷利率,享受更多的信贷服务。而且2018年4月,一部分消费者的信用评分继续攀升。

信用评分为何自动提升

什么原因导致美国消费者信用评分的增加?从2017年7月1日起,美国三大全国性的征信机构将不能从公共记录中采集消费者的法院民事判决和税收扣押这两类负面信息,同时也要求把这两项负面信息的历史记录也从征信报告中删除掉。

税收扣押(Tax Liens)信息描述的是在消费者税务违约的情况下(未交州或联邦的税收)对其财产的处置,扣押其财产作为担保。民事判决信息记录的是法院对涉及消费者的民事纠纷做出的处理,主要包括财务纠纷,损失方的债务问题,会产生消费者欠费的法律诉讼。

在传统意义上,这两项记录被视为消费者信用历史中非常严重的负面标识,并且一般在征信记录文件中会保存一段时间,这些负面信息会不同程度地降低消费者信用评分。在征信行业,消费者的信用评分是建立在消费者信用报告的数据基础之上的,被这些数量大的负面公共记录在信用报告中删除之后,自然不会再在信用评分中发挥作用了,那么被删除的这些负面公共信息的消费者的信用评分将会被提高。

据悉,2017年7月,美国三大征信机构已经把全部法院民事判决和大约50%的税收扣押信息从信用报告中删除,同样这些信息也不会再体现在消费者的信用评分中。2018年8月16日之前,征信机构被要求把剩下的50%的税收扣押信息也从信用报告中删除,所以部分消费者的信用评分又得到了提升。

可在一定程度避免征信报告中的常见错误

这些负面消费者的公共记录信息和消费者的信用状况是相关的,在过去的20年中,一直

被美国个人征信机构采用,作为信用报告和信用评分必不可少的组成元素。但是为什么近期三大征信机构要删除这些对信用评估非常有效的信息呢?

三大征信机构采取这样的措施是为了配合最新启动的全国消费者援助计划(National Consumer Assistance Plan)。该计划为了维护消费者的合法权益,对征信数据质量提出了更高的要求。而这两类负面公共信息的数据质量存在问题,而且经常缺少更新,无法达标。

在美国,对于公众媒体和消费者权益保护者来说,信息的不准确和错误在征信报告中非常常见,征信报告常常充斥着错误和过时的信息。有研究估计,严重的错误影响到了约25%的征信报告。

造成征信报告错误的原因是多方面的,其中最主要的是征信机构的数据处理业务规则不够完善,例如消费者姓名错误匹配是一个常见问题,如果没有额外的信息验证要求,一个关于Joe Smith的法院判决的法庭记录会非常容易记录到另外一个Joe Smith的征信报告中,这就增加了征信报告的错误率。这两项记录常常由于社会保障号被忽略掉,容易导致错误发生,例如,消费者的名字被混淆,这样导致了一些消费者的信贷信用评分低于他们的真实信用评分。由于征信报

告是可偿付的、雇佣、住房、公共事业和保险等服务的“守门员”,美国家庭往往不能够承受错误的判决信息存在于他们的信用报告中所带来的经济后果。

这些有问题的征信信息限制消费者使用信用卡、车贷和房贷,或者使他们陷入高利贷中,因为信用评分的降低会导致额外的融资成本。例如,如果消费者想获得30年期固定利率抵押贷款,消费者的信用评分是700分,在信贷市场中可以获得4%的利率。然而,如果该消费者的信用评分比较低,只有650分,可能会支付5%。4%的月还款金额将达到1193.54美元,而5%的月支付额将跃升至1342.05美元,意味着每月增加148.51美元的付出,在整个贷款的期限内,这一差额超过了53,000美元。许多消费者权益保护者呼吁这样不公平,这些被降低了的信用评分甚至会使用一些本来合格的消费者不能够获得房贷来购买房子。

根据美国公平信用报告法的规定,消费者可以有对信用报告的错误问题提出异议和修改的权力,征信机构有处理这些异议和修改错误的义务,但是在过去,对于征信机构来说,修改消费者这些错误信息的服务并不是很及时和到位。于是,美国的律师往往要处理大量的关于个人征信数据的法律诉讼。美国消费者金融保护局曾经处理了19万起由于信用报

告所引起的纠纷事件。为了维护消费者的合法权益,美国消费者金融保护局和31个州的检察长针对征信机构和其它公共记录数据集成商的能力进行了长达多年的调查,来保证金融信息的及时性和准确地匹配到正确的消费者。终于在2015年,31个州的总检察长对于信用报告的准确性以及对于信用报告错误的纠正等问题达成协议,制定了全国消费者援助计划,督促征信机构来提高征信报告的准确率,这个计划可以说是美国消费者保护者和政府官员长年累月努力的结果,也可以说是长期和征信机构斗争的结果。

根据合规性的要求,2017年7月1日,美国三大个人征信机构需要删除征信报告中的缺乏个人信息三项标识(消费者完整的名字、完整的地址信息和社会保障号或出生年月)的征信记录,并且还需要定期检查保证这些数据至少90天的更新。

根据调查统计,目前约96%的民事判决和超过一半的税务扣押信息并没有足够符合上述三项标识信息。这些负面公共记录对于三项个人标识的缺失是基于保护个人隐私的原因,例如法庭记录对民事判决中的消费者社会保障号做了相应的处理。即使这些记录包含了足够的个人信息能够使征信机构可以将法院判决信息和税务扣押信息准确地放在消费者征信报告中,也不能保证对这些信息是否及时更新。

根据相当于美国个人征信业协会的消费者数据行业协会(Consumer Data Industry Association,简称CDIA)的工作人员透露,三大征信机构根据消费者援助计划的要求也需要删除那些原有旧记录,这个数据删除过程可能需要花上几周的时间。根据这个消费者援助计划,征信机构已经采取了一些信息保护的举措,例如从信用报告中删除交通逃票信息和法庭罚款信息。同样由于数据质量和更新不及时,消费者少于6个月的医疗债务信息也在2017年9月1号之后不再向征信机构报送。法律界对征信机构的这种变化持欢迎的态度,认为可以在一定程度上避免征信报告中的包括混淆消费者在内的一些常见错误。



印尼连城航空开通多条直飞航线吸引中国游客

9月7日,印度尼西亚连城航空公司在雅加达宣布,将从下月起正式开通印尼至中国昆明、厦门和南昌三个城市的定期直飞航线,以吸引更多中国游客前往印尼旅游。连城航空公司当天与中国美凯航空服务集团签署合作协议,委任其为连城航空在中国的总代理,为中国客户提供服务。图为签约仪式现场。

新华社发(祖卡南 摄)

海外传真

大众汽油车又陷“排放门” 德国交通部否认数据造假

本报讯 近日,有媒体从大众汽车的工程师处获悉,除了柴油排放造假外,“大众在若干型号的汽油车发动机上也做了手脚,并配备了相应的作弊软件,从而可以达到‘降低真实尾气排放数据和油耗数据’的目的”。

上述人士表示,2015年11月份后,大众、奥迪和保时捷的自动变速箱安装了可以影响排气指标的控制程序,进而操纵二氧化碳排放和油耗数据。

报道称,这与大众此前在“柴油车尾气排放数据造假丑闻”中所使用的手法类似,公司因此涉嫌操纵了大众、奥迪和保时捷的汽油发动机排气数据。

对此,9月2日德国交通部发表声明予以否认。声明中说,媒体报道内容不属实,德国联邦机动车管理部门已经对相关品牌的大众汽车进行过测试,但至今还没有发现任何“操纵尾气排放和油耗数据”的嫌疑。截至目前,大众公司尚未就当前调查发表评论。

事实上,在柴油车数据造假之后,大众生产的36,000辆汽油车同遭质疑发现尾气排放超标,并交由独立检测机构进行检测。不过,在完成检测后,由于结果与规定要求的偏差极小,德国政府并没有对大众下

达相关的整改通知。早些时候,奥迪和保时捷的母公司大众汽车的发言人曾表示,大众汽车不会就正在进行的调查发表评论,并补充说该公司最近几个月与联邦汽车运输管理局进行了密集的会商和谈判。该发言人称:“并没有新的情况发生。”

事实上,受“柴油门”丑闻影响,奥迪公司已从今年9月份起被迫减产。减产的原因是因为从今年9月份起,奥迪需要测试燃料消耗和废弃排放的实际指标,只能生产成功通过“全球统一轻型车排放测试规程”(WLTP)的车型。受此影响,奥迪减产将A5和A4款车型。从9月份到年底平均每天减产约300辆。

据《证券日报》记者了解,2015年大众柴油车“排放门”丑闻曝光,彼时就有证据指出,大众在生产的大众柴油车上非法安装作弊软件,以大幅降低尾气排放数据,从而在美国的汽车尾气排放测试中达标。

经调查,当时大众在全球销售的大约1100万辆柴油车上都安装了这种作弊软件,为此,大众已累计支付了高达226亿欧元的罚款和车辆维修费用。

(龚梦泽)

调查显示脸书正在失去年轻用户

本报讯 美国皮尤研究中心一项最新调查显示,美国使用“脸书”的年轻人中,将近半数在过去一年间删除脸书手机应用。

美国《国会山》日报近日援引调查结果报道,年龄在18岁~29岁的用户中,44%已经删除脸书手机应用。

调查结果显示,整体而言,26%的美国用户过去一年间删除脸书手机应用。

《国会山》日报认为,这项调查是脸书正在失去年轻用户的最新佐证。年轻群体正越来越多选择其他社交平台,包括视频网站YouTube、图片分享应用Snapchat和图片分享应用Instagram。

研究没有说明英国剑桥分析公司曝出的数据丑闻对用户决定删除应用有何影响,但称有关第三方获取脸书数据的报道或许影响个人选择。

媒体今年3月曝出新闻,即英国剑桥分析公司借由一款个性测试应用程序获取大约8700万脸书用户的个人信

息,脸书首席执行官马克·扎克伯格随后多次为企业监管不力道歉。

英国媒体7月报道,英国信息监管局有意对脸书施以50万英镑(约合65万美元)罚款,缘由是后者未能确保剑桥分析公司及时删除用户信息。

皮尤研究中心的上述调查结果显示,美国成年脸书用户中,超过54%在过去一年间更改隐私选项;年龄在18岁~29岁的年轻用户中,64%更改隐私选项。

一些分析师认为,脸书在美国和欧洲等成熟市场吸引新用户将面临挑战。脸书在最新财务报告中说,脸书大多数新用户来自亚洲。

脸书7月发布第二季度财报分析公司曝出的数据丑闻对用户决定删除应用有何影响,但称有关第三方获取脸书数据的报道或许影响个人选择。媒体今年3月曝出新闻,即英国剑桥分析公司借由一款个性测试应用程序获取大约8700万脸书用户的个人信

中巴共建“电力高速公路”

美丽水电站是巴西第二大水电站,二期项目是中国国家电网公司首个在海外独立投资、建设和运营的特高压直流输电工程,也是“特高压+清洁能源”在拉美的示范工程。工程北起巴西北部的帕拉州,向南贯穿5个州,最终达到里约热内卢州,全长2518公里。图为9月7日在巴西东南部米纳斯吉拉斯州阿科利斯市附近,巴西美丽山特高压输电工程二期第九标段项目中方现场施工管理负责人刘年(左)在施工现场指导巴方员工。

新华社记者 李明 摄



边走边看

共享经济让日本年轻人不再青睐私家车

□ 钱铮

日本年轻人如今对拥有私家车越来越不感兴趣,因为日常短时间的用车需求,如购物、接送孩子、搬家等,都可以由共享汽车来满足。

日本警察厅和总务省的统计数据显示,虽然29岁以下年轻人拥有驾照比例超过80%,但这个年龄段年轻人家庭保有私家车的比例目前仅约50%,比10多年前下降了约10个百分点。

与私家车遇冷形成明显对比的是,包括共享汽车、共享单车、共享游艇在内的日本共享经济方兴未艾。丰田互联网公司

管理人员早田敏说,共享汽车在借车和还车时不需要去店铺办手续,用卡片来认证并自动扣款,非常方便。

想要用车的时候,客户打开预约网站或专用手机软件,选好提车点、使用时间段和车型,预约完成后在约定的时间到达提车点,用会员卡或车身分离器部位轻轻一碰就能解锁。

日本最大停车场管理公司Park24公司从2009年开始共享汽车业务。公司企划部部长小田原真琴告诉笔者,如今越来越多人下了飞机和火车就使用共享汽车,截至2017年10月底,公司共享汽车站点已超过1万个,会员超过90万人。

来自中国的共享单车ofo于2017年进入日本市场,目前已在和歌山县和歌山市、福冈县北九州市等地开展业务。ofo日本公司负责人日吉良昭说,使用共享单车往返家和车站、公司和车站或者逛景点,这种作为“最后一公里”的补充交通工具正被越来越多的消费者接受。

雅马哈发动机公司是日本最大的游艇生产商,目前公司海洋俱乐部会员在遍布全国的约140个网点和海外两个网点租借游艇。2017年该俱乐部会员已达到2.2万人。

根据日本总务省2017年版《信息通信白皮书》,日本共享经济的国内市场规模2015

财年为285亿日元(1美元约合112日元),预计2020财年将达到600亿日元。

共享经济目前在日本备受瞩目,不过在发展过程中仍面临一些有待解决的问题,有关方面也正努力采取对策。

目前,为确保服务提供者和使用者的安全,相关机构主要以实名认证和第三方支付来防止纠纷。另外,日本政府也在不断完善包括《住宅宿泊事业法》等相关法律的同时,也在推动改善保险和补偿制度。

日本政府认为,共享经济有望成为低收入者获取副业收入的手段,也能帮助日常需要

护理服务的老年人以更低价格获得服务。因此,日本政府一方面推动免费WiFi热点在街区、商业设施和公共设施的普及,另一方面,政府还对老年人等群体进行共享经济的启蒙教育。

日本政府同时还在努力协调共享经济和传统服务提供者之间的对立。比如,由于受到日本国内出租车行业的抵制,长期无法在日本运营网约车。经过几年的努力,如今优步也能在日本个别城市运营。此外,政府也在加强城市管理,共享单车必须停放到专用停车场,确保共享经济的使用空间更加有序。