

网信办推13条措施 自媒体管理从严

中央网信办秘书局7月10日发布的《关于加强“自媒体”管理的通知》(以下简称《通知》)提出“13条”工作要求,其中包括严防假冒仿冒行为、规范信息来源标注、加强信息真实性管理、加注虚构内容或争议信息标签、完善谣言标签功能、规范账号运营行为,以及加大对“自媒体”所属MCN机构管理力度等。此举可健全常态化管理制度机制,推动形成良好的网络舆论生态。

在信息真实性管理方面,《通知》提出,网络平台应当要求“自媒体”对其发布转载的信息真实性负责。“自媒体”发布信息时,网站平台应当在信息发布页面展示“自媒体”账号名称,不得以匿名用户等代替。“自媒体”发布信息不得无中生有,不得断章取义、歪曲事实,不得以拼凑剪辑、合成伪造等方式,影响信息真实性。“自媒体”发布含有虚构情节、剧情演绎的内容,网站平台应当要求其以显著方式标记虚构或演绎标签。鼓励网站平台

对存在争议的信息标记争议标签,并对相关信息限流。

针对信息来源标注,《通知》明确,“自媒体”在发布涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息时,网站平台应当要求其准确标注信息来源,发布时在显著位置展示。使用自行拍摄的图片、视频的,需逐一标注拍摄时间、地点等相关信息。使用技术生成的图片、视频的,需明确标注系统生成。引用旧闻旧事的,必须明确说明当时

事件发生的时间、地点。

自生成式人工智能生成内容大火,相关部门针对这一功能的监管日益细化。4月11日,国家互联网信息办公室发布的关于《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》显示,提供者应当按照《互联网信息服务深度合成管理规定》,对生成的图片、视频等内容进行标识;利用生成式人工智能生成的内容应当真实准确,采取措施防止生成虚假信息;提供者应当建立用户投诉接收处理机制,及时处置个人关于更正、删除、屏蔽其个人信息的请求。

“这次在加强‘自媒体’管理的通知中,也提到生成式内容需标注,这是相关部门从这一功能的使用对象上做出规范,反复强调可见重视程度”,比达分析师李锦清表示。

此外,《通知》还明确了自媒体账号营利权限,并提出限制违规行为获利、完善粉丝数量管理措施的具体细节。

根据《通知》,“自媒体”申请开通营权利

限的,需3个月内无违规记录。账号主体变更的,自变更之日起3个月内,网站平台应当暂停或不得赋予其营权利限。营利方式包括但不限于广告分成、内容分成、电商带货、直播打赏、文章或短视频赞赏、知识付费、品牌合作等。

在限制违规行为获利方面,《通知》提出,网站平台对违规“自媒体”采取禁言措施的,应当同步暂停其营权利限,时长为禁言期限的2-3倍。对打造低俗人设、违背公序良俗网红形象,多账号联动蹭炒社会热点事件进行恶意营销等的“自媒体”,网站平台应当取消或不得赋予其营权利限。网站平台应当定期向网信部门报备限制违规“自媒体”营权利限的有关情况。

具体到粉丝管理,“自媒体”因违规行为增加的粉丝数量,网站平台应当及时核实并予以清除。禁言期间“自媒体”不得新增粉丝,历史发文不得在网站平台推荐、榜单等重点环节呈现。对频繁蹭炒社会热点事件博取关

注的“自媒体”,永久禁止新增粉丝,情节严重的,清空全量粉丝。网站平台不得提供粉丝数量转移服务。

除了账号和粉丝管理等,《通知》还提到违规行为处置。网站平台应当及时发现并严格处置“自媒体”违规行为。对制作发布谣言、蹭炒社会热点事件或矩阵式发布传播违法和不良信息造成恶劣影响的“自媒体”,一律予以关闭,纳入平台黑名单账号数据库并上报网信部门。对转发谣言的“自媒体”,应当采取取消互动功能、清理粉丝、取消营权利限、禁言、关闭等处置措施。对未通过资质认证从事金融、教育、医疗卫生、司法等领域信息发布的“自媒体”,应当采取取消互动功能、禁言、关闭等处置措施。

要强化典型案例处置曝光,《通知》提出,网站平台应当加强违规“自媒体”处置和曝光力度,开设警示教育专栏,定期发布违规“自媒体”典型案例,警示“自媒体”做好自我管理。北京商报记者 魏蔚

X 西街观察 Xijie observation

车市价格停战 市场应有共识

陶凤

近日,16家车企联合签署“承诺书”两天后,中国汽车工业协会发表声明,删除“承诺书”涉及价格的不当表述,遵守《反垄断法》,自主定价,公平竞争。

对此,乘联会秘书长崔东树点评说,签订“承诺书”并不是搞价格垄断、不允许企业降价,不应对此有过度解读。他解释称,价格稳定不是不降价,而是为消费者提供一个稳定的价格预期。

一季度车企疯狂降价,市场上销量低迷,至今余波未了。这场价格战最先由特斯拉牵头新能源车,3月“东风系”大幅降价掀起燃油车价格战,油电全员下场。

混乱的价格战导致消费者持币观望,对价格有了不切实际的预期,透支了消费者对车企的信任,导致市场需求趋向疲软,成交乏力。

销量疲态让处于转型期的中国车企日子更加艰难。国内汽车市场正处在艰难转型期,油电互搏暗示了消费整体不及预期,车企经营压力加剧,行业生存压力巨大。

而随着价格战全面升级,一些乱象也层出不穷。不少企业违背市场竞争的非正常手段,以及雇佣网络水军抹黑竞争对手,都给车企带来了巨大的负面冲击。

恶性价格战对于车企无疑是伤敌一千,自损八百。盲目跟随降价,不仅会对品牌造成损害,影响品牌忠诚度,还造成了区域市场的震荡,不同地区消费者预期混乱。

“东风系”一度成了蝴蝶的翅膀,煽动了全国汽车市场。各大汽车集团在地方财政的支持之下,补贴优惠从开始补贴购买新能源,逐渐到买车就补贴,力度不断加大。

市场竞争一旦有了外力介入,就不再纯粹。正如崔东树所说,要建立全国统一大市场,不能搞恶性的价格竞争,尤其是不能搞一些像“政企联动”的价格竞争。

本能越做越大的盘子,囿于地域限制只会越做越窄。车企不能保持盈利,在研发等各个层面都会受限,综合的竞争力也会折损,并不利于整个行业的长远健康发展。

如果供过于求的局面一直得不到改善,价格战的局面将有可能贯穿全年,这对于车企本就艰难的日子来说,无异于雪上加霜。

“承诺书”必须放在法律的框架下进行,但约束和终结当下非理性的价格战应该建立共识,而不要等价格战打到生死存亡的时刻。

在可预见的未来,新能源车与燃油车还会不相识,但至少需要企业彼此以更先进的技术和生产效率加持,在硬件和软件上更上一层楼,真正形成成本上的卓越竞争力,而不是一味地卷入其中被动参战。

京沪深竞相提速“无人车”迎服务大考

北京、上海、深圳正加速开启无人驾驶新征程!7月10日,北京经济技术开发区官网发布消息称,自动驾驶车内无人商业化试点在京开放申请。此前,深圳坪山区、上海浦东新区也已为相关企业发放无人驾驶相关牌照。

接下来,北京有关方面将迎来对无人车服务能力的考察。有关分析认为,进入服务大考阶段,意味着无人驾驶技术已经从实验室和封闭测试走向真实的商业化服务,下一步则可能是进一步扩大规模商业化应用。不过,在这一过程中仍面临多重挑战,无人驾驶距离实际应用还需要一定的时间。

新征程

据北京经开区消息,北京市高级别自动驾驶示范区工作办公室(北京市自动驾驶办公室)于7月7日在2023“协同未来”自动驾驶未来城市嘉年华活动开幕式上正式宣布,在京开放智能网联乘用车“车内无人”商业化试点。

据悉,基于《北京市智能网联汽车政策先行区自动驾驶出行服务商业化试点管理细则(试行)》修订版,企业在达到相应要求后可在示范区面向公众提供常态化的自动驾驶付费出行服务。截至目前,在经开区道路上,共有百度Apollo、小马智行和文远知行3家的Robotaxi可提供全无人示范应用服务。

在此次开放车内无人商业化试点之前,2021年4月,北京市智能网联汽车政策先行区(以下简称“先行区”)成立,分阶段有序推进场景开放。同年10-11月,在国内率先开放车内有安全员的自动驾驶无人化道路测试与出行服务商业化试点。今年3月,进入“车内无人”载人示范应用阶段。截至目前,无人化测试车辆共计116台,测试总里程近200万公里。自动驾驶出行服务商业化试点累计订单量超150万人次,用户好评率达95%以上。前期工作为先行区进入“车内无人”商业化试点阶段打下了坚实基础,也提供了丰富的载人示范应用经验。

事实上,不只是北京,在2023未来汽车先行者大会坪山专场,深圳坪山区为安途智驾(AutoX)、鹏电集团和萝卜运力联合体(萝卜快跑)颁发智能网联汽车无人商业化试点牌照,标志着全无人Robotaxi收费运营正式在深圳落地。

此外,7月8日,在2023世界人工智能大会智能驾驶论坛上,百度智行、安途、小马智行3家企业15辆车获得浦东新区首批发放的无驾驶人智能网联汽车道路测试牌照;无驾驶人智能网联汽车从封闭道路走向开放道路,并从车内有安全员状态转变为车内无人化状态。

新考验

北京、上海、深圳已开启新征程,但在进阶路上,无人驾驶也将迎来服务的大考。“基于前两阶段对无人



化技术能力的充分验证,本次开放车内无人商业化试点,主要考察企业的服务能力。”北京市自动驾驶办公室有关负责人表示。

“进入服务大考阶段,意味着无人驾驶技术已经从实验室和封闭测试走向真实的商业化服务。在这个阶段,无人驾驶车辆将直接面向大众用户提供服务,如出租车服务、共享出行等。”全联盟购车会信用管理委员会专家安光勇对北京商报记者表示,“这意味着无人驾驶技术已经具备了一定的可靠性和安全性,需要经过实际应用来验证其在真实场景中的效果和用户接受度。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇进一步向记者指出,进入服务大考阶段,意味着无人驾驶技术已经取得了一定程度的成熟,此阶段考验的意义便在于识别和解决问题、验证其商业化应用的可行性和可持续性。

目前,北京经开区方面的资料显示,考察中示范区将主要围绕乘客车内安全风险、交通环境风险、自动驾驶功能风险三方面的解决方案,进行专业论证和实车评估。同时,在监管层面,针对商业化试点车辆制定日常监管专项内容及应急预案,保障车辆道路活动的有序开展。

同时,先行区在“车内无人”全流程管理方面有三项重点工作。首先是进一步加强对自动驾驶企业商业化服务能力的考核。一方面,增强对车辆安全运行、接管次数等方面的指标考核;另一方面,新增专家评审机制,对企业的应急能力和安全运营能力进行评审。

其次,强化日常监管。要求参与企业1:1在远程配备驾驶人,对远程驾驶人及安全专员的职责分工做出更加严格的规范,加强对企业的日常监督。

最后,严格执行处罚机制。建立清零机制、退回机制,严格关键技术指标考核,确保对企业违规操作、违反要求等行为进行及时有效处罚。

新生态

服务大考仅是无人驾驶进阶过程中的一部分,将视线放到未来,无人驾驶仍旧道阻且长。北京大地律师事务所执业律师张澜轲告诉北京商

报记者,国内旧方式势力市场的排斥,美国等发达国家在市场、自主核心科研、应用能力、基础支撑技术等发展全面竞争,经济政策层面的节奏把控等都可能成为无人驾驶将要面临的一些新问题。

洪勇认为,从下一步来看,服务大考之后则是进一步扩大规模商业化应用。他指出,这需要制定更为全面的政策法规来规范无人驾驶车辆的上路条件和安全标准。同时,还需要加强技术研发和创新,提升自动驾驶系统的智能性、适应性和可靠性。此外,还需积极推动与城市交通管理部门和公众的沟通和合作,以建立起一个健康、安全、高效的无人驾驶生态系统。

不过,在张澜轲看来,下一步可能是更为严格的高标准考核,也可能是对无人驾驶服务商市场的完善化管理,以及短期运输商业收益后横向在安全生产作业领域如建筑业、采掘业等市场拓展延伸,进一步带动上下游产业链受益。

总体上,尽管商业化试点已经开始,但这一令人鼓舞的消息或许并非意味着无人驾驶已然不远。洪勇指出,无人驾驶距离实际应用还需要一定的时间。“虽然在某些特定场景下,如封闭区域或者有限的道路网络中已经取得了一些进展,但要实现广泛的商业化应用仍面临一些挑战。技术上,需要解决复杂环境下的感知、决策和控制等问题;政策上,需要建立更加明确的管理规范和法律法规;社会上,需要提高公众对无人驾驶的理解和接受度。这些问题的解决需要科技、政府、企业和公众的共同努力,逐步推动无人驾驶向更加广泛的应用发展。”

值得注意的是,未来尚远,但步伐从未停止。从北京来看,7月8日,在北京交通大学举办的第四届首都高端智库北京交通发展论坛上,《北京交通发展报告(2022)》发布。报告指出,未来五年,北京将建设100公里的智能化网联道路。

“无人驾驶技术的发展是一个渐进的过程,可能需要较长时间才能在大范围内实现普及。然而,随着技术的不断进步和经验的积累,无人驾驶离我们的日常生活越来越近,未来有望成为出行领域的重要创新和变革。”安光勇表示。北京商报记者 金朝力 冉黎黎