

# 加快发展林业碳汇 推进绿色生态建设

民革宁夏区委会和住宁全国政协委员王新军反映,发展林业碳汇具有广阔的市场前景,目前我区林业碳汇工作还存在一些问题。

价值认识还不充分。对植树造林的认识,大多还停留在改善环境、打造宜居环境层面,没有认识到林业碳汇的生态服务功能和经济价值实现,社会知晓率低,公众参与度小。

体制机制还不健全。近几年,我区加大森林、草原、湿地碳汇量和碳汇量的计量与测算。但森林分类固碳能力、单位碳储量等不同季节碳转化率,以及检测碳汇效率等系统指标还没有完全建立,碳汇管理体系和相关配套政策还不健全。

专业人才相对匮乏。林业碳汇涉及自然科学和社会科学等多个学科领域,需要既懂碳汇政策又懂金融知识的专业人才。特别是林业碳汇交易专业性较强,对从事碳汇交易的专业人才素质要求较高。目前我区相关人才较缺少。

交易环境还不成熟。对高耗能工业企业强制性减排机制不完善,相关企业主动参与碳汇交易获



资料图片

得碳排放额度意愿不强。林业碳汇交易标准不统一,降低了交易效率和市场活跃度。

建议加强碳汇计量监测能力建设,建立林草碳汇计量系统和数

据库,为开展林草碳汇交易、碳汇效益核算、生态产品价值实现奠定基础。探索碳汇林业补偿制度,在对森林生态服务价值进行科学计量和评估基础上,按照“受益者付

费、损害者赔偿”原则,不断完善生态环境产权、交易、价格机制,逐步建立公平、公开、公正的生态利益共享及相关责任分担机制。

加快健全林业碳汇交易市场,探索制定林业碳汇交易规则,对碳汇交易主体、对象、形式、责任等内容做出明确规定。建立强制性减排约束机制,对不同类型的企业核定不同额度的减排任务,将完成减排任务与开发林业计划直接挂钩,调动工业企业参与林业碳汇交易的积极性和主动性。营造良好的林业碳汇交易市场环境,为全面实施碳汇交易积累实践经验。

抓实林业碳汇人才引进培养,按照“学用一体、工学交替”的人才培养模式,以林业碳汇项目为纽带,加强与碳汇计量监测及林业碳汇机构、科研机构等有关智库机构的交流合作,以项目培养本土人才,提升政府和基层相关从业人员的专业素养。

加大林业碳汇知识宣传力度,提高全社会对气候林业碳汇和碳补偿的认知。建立林草碳汇行动激励机制,鼓励和引导社会资本参与林草碳汇项目开发。

# 重拳整治汽车租赁市场乱象 提升行业和旅游形象



资料图片

我国旅游产业持续升温,微型客车租赁产业也尤为火热。为推动规范国内租车市场秩序,国家相继出台《微型客车租赁经营服务管理办法》《商务领域促进汽车消费工作指引》等一系列针对汽车租赁行业及配套基础设施建设政策。但五花八门的租车公司和参差不齐的服务质量导致汽车租赁相关投诉和纠纷不断,不仅损害消费者的旅游体验和合法权益,还威胁到汽车租赁行业的健康发展,影响行业和旅游形象。

首先在租车公司方面存在“低价诱租”,部分租车公司报价只标出基础费用,但在交接车辆环节会出现一些费用“陷阱”,如强制购买保险、违规收取跨城费、发生轻微车损高额索赔甚至敲诈勒索等;存在“霸王条款”,部分租赁合同中设置一些限制条件,如行驶里程限制、区域限制、使用时间限制等,一旦超出限制,就需要支付高额的额外费用;存在“卖分赚钱”,部分地区的交通违章信息尚未实现网上跨省查询,消费者很难返回事发地查询违章,一些不法经营者以此钻空子,假借违章向消费者“卖分”。

其次在租赁平台方面,平台存在一定的监管漏洞,消费者权益得不到有效保障。平台对租车公司履行服务过程监管不到位。如,消费者在平台提前下单爆款车型A,租车公司将其高价租给其他租户,以车辆出事故为由,拒绝交付,并给出几种解决方案。更换车况差的同等价位车型,陷入“费用服务不对等”;更换车况好的高价车型,陷入“坐地起价”;无差价更换高价车型,公司不售保险,不挂平台,陷入“高额索赔”。

另外,平台还存在审核“宽进宽出”,租车公司将未经备案的车辆投入租赁运营;车辆新旧不均,与平台承诺不符;订单缺少租车公司名称地址,消费者维权难

等问题。同时租车公司不按订单提供服务,平台通常建议消费者取消订单并予以低额赔付,违约成本极低。低额赔付根本不足以弥补重新预订车辆的价格差。平台投诉渠道单一,电话等人工客服投诉过程繁琐,费时费力。

民革宁夏区委会和住宁全国政协委员王新军建议,交管、公安、市场监管等部门联合开展微型客车租赁市场专项整治行动,就租车平台合规化、服务监管和售后等一系列问题,与有关租车平台约谈监督,要求企业进行自查自纠,限期整改。督促租车平台签订《微型客车租赁聚合平台合法规范诚信经营承诺书》,承诺不接入未完成租赁备案的租车公司。对租车平台开展联合进驻式检查,一线督导,要求严把“入口关”,清理打击平台违规上架未备案租车公司车辆,督促清理不合规租车公司。建立租车公司、平台重点违法行为数据库,对整改落实不到位的进行约谈和曝光。

加强汽车租赁行业协会的行业自律监管,制定行业自律公约,针对“低价诱租”“霸王条款”“租赁连环杀”等违法违规问题进行行业监督。加快推进行业信用监督、警示和惩戒机制建设,细化考评准则,建立健全行业“红黑榜”,将违规多、投诉多的租车公司纳入行业“黑榜”进行曝光,并予以全行业自律惩戒。

建立“全周期服务监管”制度,全程追溯租车公司履行服务情况,对违规操作采取“红黄”牌制度,给予警示、暂停服务、下架等处置措施。夯实平台网格化责任人,纳入年度服务质量考核。完善售后服务,按照谁违约谁担责的原则,制定详细的违约赔付规定。根据旅游淡旺季,合理调整赔付金额。提供快速投诉渠道,开通投诉电话直通车,缩减投诉处理办结时限。

# 推广数字人民币智能合约 破解预付式消费痛点难点

近年来,利用优惠吸引消费者办卡充值的预付式消费越来越火,但也滋生出违规售卡、服务承诺兑现差、变相涨价、办卡容易退费难等问题,导致损失挽回难、维权难等预付市场乱象,消费者蒙受巨大经济损失的同时也给许多机构带来信任风险。

随着数字人民币与智能合约技术的不断融合,应用模式和场景的不断拓宽,自身优势不断显现,消费者体验显著提升,不仅有效保障资金安全,更促进消费市场健康有序发展。截至2024年3月底,数字人民币App试点范围已扩大至17个省份的26个试点地区,各地交易规模保持增长态势。今年7月初,青岛一家大型健身机构出现经营异常并宣布闭店,令人惊喜的是,通过数字人民币App“元管家”预约消费购卡的51名用户,在短短2日内便收到退款,这是全国首例因商家经营不善触发数字人民币智能合约自动退款的案例。

数字人民币智能合约对消费者而言,资金有安全保障,使用便利;对商户而言,可拓展渠道,有利于降本



资料图片

增效;对政府而言,有助于优化营商环境,促进社会治理和数字化建设。然而,数字人民币App的落地速度还较为缓慢,交易规模仍有很大提升空

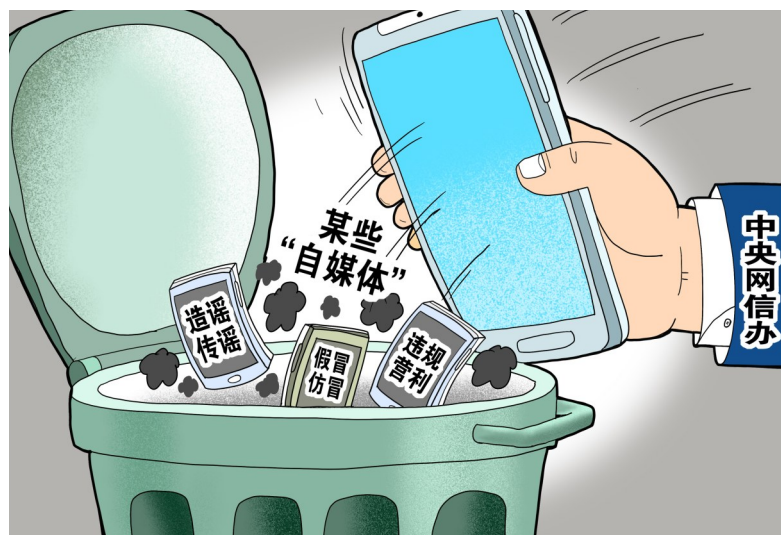
间,数字人民币智能合约在预付费领域的应用存在消费者认知不足、商户入驻意愿不强等问题。民革宁夏区委会建议加大对数

字人民币智能合约的优势、App使用及其在预付式消费中保护作用的科普和宣传推介力度,有效提升公众认知,增强对数字人民币智能合约信任。加强与微信、支付宝等第三方支付平台合作,增加数字人民币在日常生活中的使用场景及频率,推动数字人民币“飞入寻常百姓家”。

出台相关政策,对采用数字人民币智能合约的商家给予一定税收减免、资金补贴等优惠政策,降低其转型成本,提高参与积极性。积极探索“监管资金生息”“提供融资贷款平台”等多种方式,解决商户顾虑。定期发布成功案例,展示其在提升消费者信任、优化资金管理、促进业务增长等方面的实际效果,激发商家参与热情。

建立健全风险防范机制,消费者投诉处理机制、商家信用评级机制等,及时发现并处理潜在风险问题。加强对数字人民币智能合约应用的监管力度,防止利用智能合约进行欺诈等违规操作。推动相关法律法规的完善,为数字人民币智能合约健康发展提供坚实法律保障。

# 压实平台主体责任 发挥自媒体正向引导作用



资料图片

民革宁夏区委会、自治区政协人口资源环境委员会、银川市政协、固原市政协、中卫市政协、贺兰县政协、大武口区政协和住宁全国政协委员王新军反映,近年来,自媒体凭借其短、平、快的内容生成特点,实时分享、转发互动的传播优势,以及低门槛的内容发布要求,吸引了大量用户,日益成为社会公众获取信息、丰富生活、传播知识与舆论监督的重要渠道。

由于自媒体形式多样化以及使用人群多样化,催生了一些不和谐信息。以快手为例,一些常见的问题有传播虚假信息、造谣传谣、诱导消费打赏、低俗色情、诱导诈骗等。国家相关部门相继出台多项政策规定,规范自媒体平台的发展,低俗内容、网络谣言、网络暴力以及历史虚无主义等突出问题得到有效治理。但仍有一些不良现象亟需引起重视。

由于用户数量庞大,内容生成数量呈指数级增长,需审核内容巨大,大部分平台采取以算法推荐技术为

核心的智能初审+人工复审的先放后审、后置“把关”模式,难以做到精准、客观。加之平台作为流量收益的共享方,缺乏主动管制的动力,导致一些虚假信息泛滥、低俗媚俗、价值偏离的内容充斥公众视野。各类信息鱼龙混杂,难以甄别真假,热点信息不经核实不断被复制传播。

网络平台及自媒体发布者在“流量至上”“数据为王”的目标导向和获取关注一收到流量一粉丝上涨一获利变现的内容生产逻辑下,存在故意夸大事实,制造低俗媚俗热点,乱蹭社会舆论爆点,甚至雇佣网络水军恶意传播违背公序良俗、制造社会撕裂、干扰社会治理等内容吸引关注度等问题,乱带舆论节奏,污染网络生态。如过度娱乐化、炫富、霸道总裁等误导孩子的消费观念、审美观念和生活态度,甚至诱发模仿危险行为。一些网红为了博取用户青睐,突出所谓“无厘头”作为噱头,制作播放一些没有任何意义的宣传内容,误导人们价值观。

技术赋权使得公众可以更加便

捷地发表自己观点,人们获取信息的成本在不断变低,了解事实和真相的成本却日渐高昂。一些“标题党”曲解信息、误导大众,甚至造成大众对党和国家方针政策的误解。微信公众号、微博等平台通过向粉丝定向推送,实现内容输出,一些大V、头部账号往往成为粉丝盲目崇拜的意见领袖,其发布的内容无论真假、正误,都能引起粉丝强烈共鸣与追捧。而短视频采取去中心化算法推荐机制,当发布的信息触发了特定关键词、标签,算法会根据用户习惯及兴趣大批量推荐同类信息内容,使用户客观认知产生偏差,造成“信息茧房”,降低了对谣言的辨识度,加大了舆情治理难度。

建议针对自媒体的发展趋势和暴露出的问题,不断健全完善自媒体平台、发布者及用户等方面的法律法规和管理办法,让自媒体治理做到有规可依。明确相关行业主管部门的职能职责,加强对平台、从业人员、受众等相关法律法规和管理办法的宣传、解读、培训,从源头规范自媒体人行为。对具备自媒体特征的机构在机构所在地注册备案,对从业人员设置合理的准入门槛,及时关闭或关停监管失常的自媒体。深入开展网络“清朗”行动,适时开展自媒体专项整治,严厉打击违法违规行为,增加自媒体平台监管失职带来的经济成本。

督促平台依托大数据、生成式人工智能等技术手段,通过信息审核大模型开发应用,加强对内容编辑、信息发布、跟帖评论等环节的审核管理,有效屏蔽过滤劣质流量。建立导向不良内容一键举报机制,平台根据用户投诉举报和外部监督评估,及时屏蔽、下架相关内容,并视情上报有关部门处理。建立发布内容须先审核报备制度,从源头杜绝违规、违法内容的扩散。鼓励平台方建立奖励机制,引导用户生产

优质内容。设置禁止性规范、授权性规范、义务性规范等,规范用户行为。

指导网络平台优化运营方式,区分时政要闻、知识传播、生活娱乐、舆论监督等类别,赋予不同的流量权重和变现机制,以流量倾斜引导自媒体生产更多优质内容。发挥自媒体主阵地功能,使之成为主流价值内容的主要传播者和专业知识内容的权威提供者。针对反映突发事件、群体性事件和社会治理、民生保障问题的内容,建立网络平台与属地政府信息推送机制,并对跟帖、蹭热度信息实行必要的限流管理。及时置顶公布官方调查处理进展,避免利用负面内容恶意炒作。

督促平台完善信息传播规则,根据内容分类建立差异化推送机制。对时政要闻、知识传播、技能培训、生活娱乐类信息根据用户偏好采取算法模型推送;对反映突发事件和社会治理、民生保障问题等信息实行平行推送,并限制虚假拼凑、造谣传谣类劣质信息推送。让算法真正服务于主流价值导向,将用户找优质内容变为优质内容找用户。

督促平台采用人脸识别等技术手段,严格落实账号注册实名认证管理措施。建立跨平台联合惩戒机制,对存在恶意炒作、传播虚假信息行为的从业人员视情节采取全平台限流、关闭账号等措施予以相应惩戒。切实落实内容发布者第一责任人制度,引导内容创作者合法合规创作。

充分利用机关单位有党支部、企业有职工活动中心、农村城市社区有新时代文明实践服务活动中心(所)等平台,多举办一些宣传推介活动,多组织一些形式多样、正能量强的活动,把正能量宣传出去。抓好学校的德育教育,将媒介素养作为一种通识教育,纳入学科教育、社会教育课程,广泛宣传普及。

# 引流广告泛滥亟须加强治理



资料图片

民革宁夏区委会反映,近年来,随着移动互联网的迅速发展,各类手机App逐渐成为人们日常生活的必需品。但与此同时,一些手机App广告存在弹窗信息标识近于无形、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓等问题。

广告是大部分App运营的主要盈利来源,一定程度的投放无可厚非,但是一些不规范的商家为了扩大广告投放效果,在页面设计、程序上动歪心思。有的缩小或隐藏关闭键,延长广告展示时间,让“摸不着门道”的用户被迫观看;有的频繁弹窗推送;还有的改变点击设置,利用引人误解的内容欺骗、诱导用户点击或自行跳转至其他链接。“关不掉”“关不掉”的广告模式不仅严重干扰用户正常使用网络,让“一键直达”“所见即所得”的使用体验难以落实。

建议建立网信部门、电信主管部门、市场监管部门、行业协会等多方主体参与的协同共治机制,加强源头治理,从广告服务提供者的算

法设置、商业逻辑、盈利模式等方面进行前置性监管,防患于未然。

开展有效治理,提升监管效率,运用好大数据、人工智能等技术手段,精准识别和监测手机App平台的广告投放,强化监管的针对性。制定更多具有针对性、实操性、技术性特征的细则标准,提高违法网络弹窗广告行为的处罚额度及违法成本。

制定关于网络弹窗广告的正负面清单、负面清单,强化对行业协会、互联网企业的事前合规指引,督促行业协会建立行业标准,引导企业建立相关的内部合规体系。加强与第三方技术评估机构合作,对网络弹窗广告的算法推荐方式、运作逻辑实施专业化、可追溯性监管。

从保护消费者权益的角度,推动完善手机App广告侵权救济机制,建立、畅通用户投诉渠道,完善对被侵权消费者的救济服务。针对因广告中虚假内容所引发的人身、财产安全风险,积极探索消费者广告安全保险制度,最大限度保护消费者权益。