

工信部最新“524”行动解读： 提升用户感知和体验，保障知情权、选择权

日前，国家工业和信息化部印发了《关于开展信息通信服务感知提升行动的通知》(以下简称《通知》)，决定2021年11月至2022年3月，开展信息通信服务感知提升行动。据介绍，《通知》包含三个方面共十项重点任务，提出了推动实现服务举措“五优化”，建立个人信息保护“双清单”，实现服务能力“四提升”要求，简称“524”行动。

11月8日，工信部就《通知》具体内容作了详细解读，从中可以看到，此次的“524”行动，重点针对的是日常使用信息通信服务中群众较多抱怨和投诉、社会重点关注的热点难点焦点问题，重在从正面推动行业重点企业以更高标准提升服务能力、提高服务水平，以更严要求改善影响服务感知的关键环节，充分保障广大用户的知情权、选择权，进一步提升人民群众的获得感。

■新快报记者 郑志辉

两款电器存在安全隐患被召回
中山爱妻电器召回燃气灶具
江门小而美电子召回杀菌灯

新快报讯 记者陈学东报道 日前，广东省市场监督管理局发布两则召回公告：中山市爱妻电器有限公司因安全隐患将召回一款家用燃气灶具；江门市小而美电子科技有限公司因安全隐患将召回壁挂式紫外线杀菌灯。

公告显示，中山市爱妻电器和江门市小而美电子均是按照《消费品召回管理暂行规定》的要求，主动向广东省市场监督管理局报告了召回计划的。其中中山市爱妻电器将自即日起，召回2020年10月制造的AiQi品牌家用燃气灶具，型号：JZY-D(D01热电偶)、JZY-G，涉及数量为120件。江门市小而美电子将自即日起，召回2020年1月至2020年4月期间制造的部分小而美品牌壁挂式紫外线杀菌灯，型号：US-007/20W-J，涉及数量为250台。

中山市爱妻电器本次召回范围内的家用燃气灶具，由于燃气导管的软管接头为非标准结构，可能导致燃气软管脱落，造成燃气泄漏，存在爆炸危险。对于召回范围内的家用燃气灶具，中山市爱妻电器开展缺陷产品召回和安全技术改进工作，提升产品安全水平，并免费为客户提供更换零配件、置换或者退货处理，以消除安全隐患。

而江门市小而美电子本次召回范围内的壁挂式紫外线杀菌灯存在两个问题：1.电源线规格过小不符合标准要求，可能引起电击危险；2.开关部件未加阻燃材料，可能导致起火时无法起到有效阻燃作用，存在安全隐患。对于召回范围内的壁挂式紫外线杀菌灯，江门市小而美电子将开展缺陷产品召回和安全技术改进工作，提升产品安全水平，并免费为客户提供更换一件全新的符合要求的壁挂式紫外线杀菌灯或退货处理，以消除安全隐患。

自2020年1月1日国家市场监督管理总局审议通过了《消费品召回管理暂行规定》(下称《召回规定》)后，市场上对家电的质量标准要求更加严格。“家电召回制将我国对家电产品安全、质量的监管从之前的‘事前’(如3C认证等)为主，贯彻到‘事中’和‘事后’(如回收制)，它要求的是企业对产品全生命周期的负责。”中国家用电器研究院测试计量技术研究所所长鲁建国强调，《召回规定》中召回责任制的主体虽然是生产企业，但如果生产企业“跑掉”或消失，一样可以向经销渠道和服务商追责。如果缺陷产品是在经销和服务环节造成的，生产者也可以追溯它们的责任。



通信服务

1. 资费套餐

存在问题：
基础电信企业资费套餐设置不合理、明示不清晰。

应对举措：

《通知》要求相关基础电信企业进一步全面梳理在售套餐名称，及时提醒用户流量使用情况，合理设置套餐外流量单价，让用户“套餐能看懂、选择更明白、用着更放心”。

2. 网络提速

存在问题：

部分用户反映办理了千兆光纤，但网速提升感知不明显，或达不到企业宣传效果。

应对举措：

要求相关基础电信企业要严格履行服务承诺，有序推进5G业务发展，并指导用户充分了解影响固定宽带速度的各个因素，更好地使用固定宽带服务。

3. 通信服务跨区域通办能力

存在问题：

用户对“亲情网”和“固移融合”两项业务的需求“基数大、呼声高”。

应对举措：

“亲情网”业务力争年内实现全国跨省通办；

“固移融合”业务由于涉及企业后台系统的大规模、系统性改造，工作量较大，短期较难实现，将优先推动实现省内跨区域的手机号码和固定宽带的业务融合，同时鼓励具备条件的企业实现跨省办理。

4. 携号转网

存在问题：

办理不够方便。

应对举措：

积极推动三家基础电信企业在前期承诺开放渠道基础上，新增开放可办理携出服务营业厅共10000家；要求各家企业新增可办理携号转网业务的营业厅要确保布局合理，并及时向社会公示，让用户少跑路。

互联网信息服务

1. 用户个人信息收集

存在问题：

部分企业仍存在收集使用信息告知不清晰的问题，用户反映不清楚APP收集了哪些个人信息。

应对举措：

要求相关企业简洁、清晰列出APP已经收集到的用户个人信息基本情况，包括信息种类、使用目的、使用场景等。

2. 用户个人信息共享

存在问题：

用户经常反映“在某一APP上浏览、购买产品，而其他APP会推送相关内容”，用户对个人信息被共享到何处不知情，容易造成恐慌。

应对举措：

要求企业在二级菜单中列出APP与第三方共享的用户个人信息基本情况，包括与第三方共享的个人信息种类、使用目的、使用场景和共享方式等。

3. 用户隐私政策

存在问题：

大多数企业都在隐私政策中向用户告知了个人信息处理规则，但在形式和内容上，普遍存在晦涩难懂、冗长繁琐、使用大量专业术语等问题，导致用户难以真正理解个人信息被收集的用途和目的。

应对举措：

明确指出企业应通过简洁、清晰、易懂的方式，向用户提供APP隐私政策摘要，呈现内容应简练、重点突出，便于用户阅读和理解。

4. APP权限调用展示方式

存在问题：

APP强制、频繁、过度索取用户权限

等问题屡禁不止；

APP在调用权限时存在未详细告知用户调用权限的目的、调用权限展示不清晰的问题，引发了用户的质疑和误解。

应对举措：

要求涉及调用用户终端中相册、通讯录、位置等敏感权限的，应当以适当方式，如通过蒙层、顶栏浮窗等，在服务场景实际发生时同步向用户告知调用权限的目的，让用户更清晰地了解权限用途，充分保障用户知情权，从而便于用户更明确地作出主动性选择。

5. APP开屏弹窗信息展示方式

存在问题：

广告标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓。

应对举措：

要求所有互联网企业应在其APP开屏信息和弹窗信息窗口设置明显、有效的关闭按钮，让用户“找得到，关得了”，且不得使用整屏图片、视频等作为跳转链接，误导用户点击。

6. 互联网企业客服热线响应能力

存在问题：

当前，互联网企业客服热线找不到、接不通的问题已成为用户反映投诉较为集中的问题。

应对举措：

要求从事互联网信息服务的企业应建立客服热线电话，并在网站、APP等显著位置公示客服热线电话号码；

鼓励具备条件的企业(首批包含39家主要互联网企业)提供充足的人工客服坐席，并向老年人提供人工直连热线服务，客服热线力争达到月均响应时限最长为30秒，人工服务的应答率超过85%。



一起了解更多3C前沿资讯