

# 推动城乡医疗卫生和环境保护工作补短板强弱项

## ——国家发展改革委专题新闻发布会详解有关工作部署

新华社记者 潘洁 韩佳诺

近日，国家发展改革委、中央文明办、生态环境部、住房和城乡建设部、农业农村部、国家卫生健康委、市场监管总局、国家疾控局联合印发了《关于全面巩固疫情防控重大成果 推动城乡医疗卫生和环境保护工作补短板强弱项的通知》，对加快补齐城乡医疗卫生和环境保护工作短板弱项进行全面部署。

通知明确了坚决巩固住来之不易的疫情防控重大成果、深入开展爱国卫生运动、加快完善环境基础设施、大力倡导绿色健康生活方式等四方面12项重点任务。国家发展改革委16日举行专题新闻发布会，详解相关工作具体部署落实。

“一分部署、九分落实，文件出台后，落地见效是关键。”国家发展改革委环资司司长刘德春说，要强化责任落实，建立健全工作机制，明确责任分工、

细化工作举措、加强工作调度；加强投资、价格、金融、税收等政策协同，形成工作合力；营造良好氛围，动员广大人民群众积极参与。

在谈到加强医疗卫生服务体系建设时，国家卫健委规划发展与信息化司副司长吴翔天说，将继续协调有关部门加大中央投资力度，安排更多资金支持医疗卫生机构基础设施建设，同时引导地方加大投入，优化资源布局，建强以公立医疗机构为主体的三级医疗卫生服务网络。“尤其是加快推进国家紧急医学救援基地、国家重大传染病防治基地等疫情防控救治相关重点项目建设。同时加强智慧医院建设，提升信息化水平，让远程医疗进一步向乡、村延伸。”他说。

在深入开展爱国卫生运动方面，通知提出，全面改善城乡环境卫生，强化重点公共场所卫生管理机制，加强社会健康综合治理。

住房和城乡建设部城建司副司长杨宏毅介绍，目前，全国城市道路机械化清

扫率达到78%，比2012年提高了36个百分点；全国开展农村生活垃圾收运处理的自然村比例稳定保持在90%以上。下一步，将从提高城乡环境卫生作业质量、抓好重点区域和场所的环境卫生工作、做好农村生活垃圾的收运处理工作三方面进一步改善城乡环境卫生。

在加快完善环境基础设施方面，通知提出，补齐生活污水收集处理设施短板，到2025年，新增和改造污水收集管网4.5万公里，基本消除城市黑臭水体，农村生活污水治理率提高到40%；提升生活垃圾分类和处理能力；加快医废危废等处置能力建设。

刘德春介绍，党的十八大以来，国家发展改革委累计安排中央预算内投资超1000亿元，带动地方和社会投资超过1万亿元，支持各地环境基础设施建设。截至2022年，全国新增污水处理设施超过1500座，污水管网约30万公里，垃圾焚烧处理厂超过500座，危险废物处置能力达到1.6亿吨/年，增长

了4倍，群众身边的污水垃圾等突出环境问题得到有效解决。

生态环境部应急指挥领导小组办公室副主任魏清伟介绍，目前在医疗污水污染控制方面，生态环境部采用常态化防控和应急处置相结合的监管模式。常态化防控时，通过强化污水收集处理设施的建设和运维监管，确保医疗污水有效收集、处理和达标排放；疫情流行时，通过启动应急措施，强化污水消毒处理，防止病毒通过污水传播扩散，切实保障疫情防控生态环境安全。

通知还提出，大力倡导绿色健康生活方式，提升全民绿色健康意识，倡导绿色健康生活习惯。对此，刘德春表示，要动员全民参与，科普文明健康知识，加强传染病防治宣传教育，引导群众树牢自身健康第一责任人理念，慎终如始做好家庭和个人防护，提升群众自我保护意识和防病能力。深化绿色环保主题宣传，大力实施全面节约战略，不断增强全民节约意识。

一点暂停键，花花绿绿的广告画面马上占据了屏幕；一条广告上有上下左右好几个关闭按钮，一不留神就陷入下个链接；点击应用着急要改文档，却突然打开了购物软件……

弹窗广告“霸屏”、关不掉，“摇一摇”随意跳转等现象，让人不胜烦扰。

专家表示，这类过度推荐、无法关闭的弹窗广告行为违法违规，严重干扰用户正常使用网络。多方建议，应加强对弹窗广告的监管，压实推送平台审查责任。

新华社记者 李紫薇 马志异 王怡静 王思北

“霸屏”“摇一摇”跳转等违规弹窗频现

互联网弹窗广告是指打开网页、软件、手机App等的时候自动弹出的广告。

近年来，我国对弹窗广告进行过多次治理，并颁布了《互联网弹窗信息推送服务管理规定》《互联网广告管理办法（公开征求意见稿）》等，使弹窗广告治理有规可依。多位受访者对记者说，一些规模较大的浏览器和网络应用设置了明显的弹窗广告关闭标识，有的应用还提前几秒对即将出现的广告进行预告，用户可提前知晓、提前关闭。

然而，弹窗广告乱象在互联网中仍较为广泛地存在，让用户不堪其扰。

——“不好关”，标识按钮“躲猫猫”。来自天津的张女士购买了某视频播放平台的会员，在观看一档综艺节目时想关闭广告，但关闭按钮过小，导致她误触广告，跳转到了购物软件。另有受访者向记者讲述，部分App的弹窗广告关闭按钮会满屏移动，用户需要跟随它的移动方向，多次点击才能关闭。

——“关不掉”，反复关闭反复弹出。常年从事视频剪辑工作的陈女士对于弹窗广告的侵扰不胜其烦，她说：“在视频剪辑软件中播放视频素材时，一遇到弹窗，就会自动停止播放，我就要关了弹窗再重新点击播放。”

弹窗广告会在电脑屏幕左下角和右下角交替出现，有时甚至同时出现。记者统计发现，在不到5个半小时的时间里，弹窗广告出现的频率超过20次，如果不手动关闭，每个广告将会持续很长时间。

——“摇一摇”、误触等造成恶意跳转。山西太原市民孙女士说，打开一些应用时，页面经常会自动跳转到游戏应用的下载页面，并进行自动下载。仔细查看发现，开屏页面中间写了“摇一摇有惊喜”。她感到不解，“拿着手机难免有晃动，难道所有的晃动都算摇一摇？”

很多网友留言说，这种“摇一摇”跳转广告的情况越来越多，急着编辑文件却要等着打开其他应用，急着打车，一不小心就在下载应用，广告商明显是在钻空子。

亚太网络法律研究中心创始人、北京师范大学法学院教授刘德良认为，弹窗广告往往按照用户点击、广告暴露时间或用户进一步操作的频次进行收费，所以会不断出现诱导点击、恶意跳转等乱象，上述行为存在明显的违规之处，应予以坚决打击。

弹窗广告治理为何这么难？

方表示，弹窗广告违法违规成本低、对它的执法又缺乏明确标准，这些都给治理带来了困难。

——弹窗广告违法违规成本低，而收益很高，这是乱象屡禁不止的重要原因。记者在网上咨询了一家互联网公司，这家公司可以办理游戏行业的弹窗广告推送。公司一名业务员说，如想在一些浏览器推送广告，需预充值6000元至2万元不等的费用，如想做开屏广告，即使是小广告位，每天的广告费也至少需要8万元，多则需要180万元。

北京云嘉律师事务所律师赵占领说，根据《互联网广告管理暂行办法》，对于目前常见的弹窗广告违法现象，处罚金额往往在3万元以下，与广告盈利相比较，罚款不值一提，很难起到惩罚和震慑效果。

——弹窗广告的执法尚缺乏具体标准，不利于精准执法。

在某浏览器公司从事研发工作的一名李姓工程师说，从技术层面讲，弹窗广告违规违法行为的线索发现和证据保存需要耗费一定成本，但对其进行监管并非不可能。他建议可以定时给网站跑一些设定好的脚本，对浏览器层面进行程序检测，检查弹窗是否有明显的关闭按钮、弹出频率是否过高。

山西省市场监督管理局网络监管处相关负责人表示，目前针对弹窗广告治理的相关细则标准还较为笼统，“过度推荐”“科学规划频次”“标明”等表述缺乏判断标准，影响了指导性。此外，平台的主体责任并未被压实，弹窗广告违法违规行为多而杂，增加了监管难度。

进一步压实各方责任 加大监管力度

弹窗广告乱象引起了我国相关部门的高度重视。2022年12月，中央网信办部署开展“清朗·移动互联网应用程序领域乱象整治”专项行动，全面整治各类应用程序弹窗多且难屏蔽的问题。重点整治弹窗页面设置虚假关闭、跳转按钮，利用引人误解的内容欺骗、误导、诱导用户点击或自行跳转至其他链接。2021年，工信部进行了为期半年的互联网专项整治，整治内容也包括对应用程序启动弹窗欺骗诱导用户等问题。

《互联网弹窗信息推送服务管理规定》还明确提出，互联网弹窗信息推送服务提供者应当自觉接受社会监督，设置便捷投诉举报入口，及时处理关于弹窗信息推送服务的公众投诉举报。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说，多轮有力治理下，弹窗广告乱象得到了很大程度遏制。未来，可进一步通过精细的制度规则、严密的管控机制、广泛的公共参与、理性的行业自律等多维施力。

中央财经大学文化与传媒学院院长、广告法专家刘双舟建议，进一步明确相关执法机关的具体职责，避免出现管辖不明和职能重叠问题，同时提高违规弹窗广告的违规成本。

山西省市场监督管理局网络监管处相关负责人建议，应更加压实各方责任，明确相关标准，强化企业自我审查职责，促成行业自律的养成，完善信息筛选、编辑、推送等工作流程。

最后，还应动员行业协会、消费者等社会力量共同治理乱象。刘德良建议，可发挥社会力量，建立更加广泛的反馈渠道。同时鼓励网民关注用户服务协议，合理维权。

## 规范安装卸载、加强权限管理、严格上架审核 APP治理有了“合规操作指南”

核心阅读：

用户浏览网页时，不得以折叠显示、频繁提示等方式强迫下载、打开APP；除基本功能软件外，APP应可便捷卸载；采取自动续订、自动续费方式提供服务，应征得用户同意，不得默认勾选、强制捆绑开通……

近日，工信部发布《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》（以下简称《通知》），聚焦APP安装卸载等提出12条措施，围绕APP开发运营者、分发平台等提出14条措施，进一步为移动互联网应用服务制定规则，明确边界。

与以往相比，此次《通知》有哪些亮点？规范和提升信息通信服务取得哪些成效？记者采访了工信部信息通信管理局有关负责人及相关专家。

### 行业生态逐步改善——上架APP抽检合规率同比大幅提升

数字经济蓬勃发展，各类应用服务日益丰富。工信部数据显示，目前在架APP数量达258万款，小程序、快应用等创新形态不断出现。丰富多样的APP在赋能千行百业、便利生产生活的同时，也产生了开屏广告“乱跳转”、预置应用软件“难卸载”、搜集个人信息不规范等问题。

2019年，工信部组织开展APP侵害用户权益专项整治行动，整治超范围收集个人信息、过度索取用户权限等问题；2021年，在全国范围开展信息通信服务感知提升行动，要求相关企业推动建立个人信息保护收集和共享清单。

相关部门接续发力、工作举措频频出台，近年来，信息通信服务质量不断提升，行业生态逐步改善。

服务提质，用户感知不断改善。深入开展服务感知提升行动，指导信息通信企业增强优质服务供给。美团在APP内上线个性化广告推荐开关按钮，畅通投诉渠道；360在APP内显著位置设立客服热线，及时应答用户反馈……截至去年底，已有100家重点互联网企业建立人工客服热线，用户诉求响应更及时。

监管提效，用户权益保障持续强化。加强源头管理，督促指导应用商店等分发平台更好发挥“守门员”作用。vivo应用商店通过入库检测、巡检排查、整改推进等对上架APP进行全链路管理，提升用户使用体验。

2022年，工信部共组织6批次技术抽检，检测151万款APP，抽检合规率同比大幅提升。

“APP服务质量，关系亿万移动互联网用户的切身感受。”中国信通院总工程师魏然说，相较其他行业，移动互联网应用形态变化多样、产品更新频繁，行业持续快速

发展使得监管问题和对象动态变化，APP监管需紧跟行业发展态势，灵活应对各类新情况新问题，因势利导，顺势而为。

### 厘清规则加强监管——针对共性业务场景提出具体优化举措

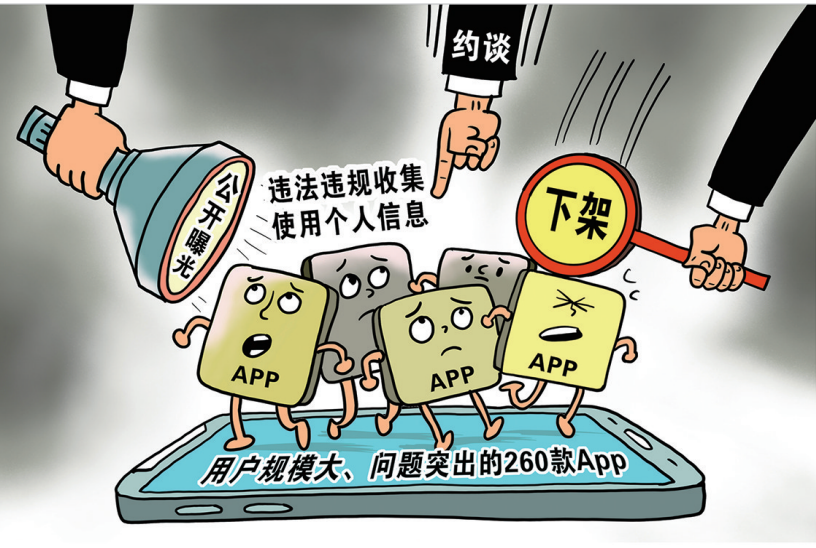
APP治理成效显著，但挑战犹存。“部分企业服务行为不规范、相关环节责任落实不到位的问题仍时有出现。”中国泰尔终端实验室高级工程师贾宝国说。有些是屡禁不止的老问题，如开屏弹窗“关不掉、乱跳转”、相关信息明示不到位、无正当理由收集个人信息等，需要进一步巩固治理成效，防止问题反复；有些是行业发展出现的新情况新问题，如静默下载、服务自动续费取消难等。

根据新变化，APP监管治理制度规则也应及时跟进、优化调整。魏然表示，此次《通知》在总结前期APP治理经验基础上，提出了产业链上下游五类主体14项合规义务，将有效解决规则不清、责任不明问题，更好回应解决突出问题、促进依法合规经营。

在优化服务体验方面，聚焦APP信息弹窗、服务告知、启动运行、服务续期4个共性业务场景，《通知》提出统一规范。如信息弹窗方面，要求提供清晰有效的关闭按钮，不得利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等方式诱导用户操作。

在个人信息保护方面，《通知》对前期监管工作中发现的薄弱环节对症下药，就APP非必要收集个人信息、信息处理明示不到位以及过度索取权限三类问题进行规范，提出不得仅以算法推荐、风险控制等为由收集与服务场景无关的个人信息，要求向用户告知应当简洁清晰易懂、获取权限应在业务功能启动时动态申请。

“个人信息保护是APP治理的重



要组成部分。”魏然介绍，2019年以来，工信部持续开展APP个人信息保护检测及监管治理，不断加大对违规处理个人信息的发现、曝光和处置力度。“此次《通知》出台，表明在加强个人信息保护方面态度不变、决心不减、尺度不松。”

在优化产业生态方面，《通知》覆盖产业链上下游各环节，压实APP开发运营者、应用分发平台、软件开发工具包服务提供者、智能终端企业以及网络接入服务提供者五类主体责任，便于企业对照执行，从而推动提升各环节履责能力和服务水平，形成提升信息通信服务质量的产业合力。

多方共治形成合力——推动政府监管、企业自律、行业自治

与以往相比，此次《通知》进一步完善了信息通信行业用户权益保护的规则体系，通过建章立制、规范服务、压实责任，相当于给企业提供了一份“合规操作指南”，有利于更好维护用户合法权益、推动行业高质量发展。

“保护用户合法权益、维护行业健康生态是一项长期性、系统性工程，只

有凝聚各方共识、形成工作合力，才能推动APP治理工作行稳致远、走向深入。”魏然说。

《通知》明确相关工作要求，细化任务落实举措，推动形成政府监管、企业自律、行业自治的良好局面。在政府监管方面，强调健全工作机制、加强监督检查，对发现存在问题、整改不彻底的企业采取惩戒措施；在企业自律方面，要求开展自查自纠，对发现的问题立行立改，不断提升服务水平；在行业自治方面，升级打造公共服务平台，推广应用签名认证等可溯源技术，制定自律公约、技术标准等。

“信息通信服务关系亿万用户，高质量服务供给是践行以人民为中心发展思想的重要实践。”工信部信息通信管理局有关负责人表示，下一步将加快构建移动互联网应用程序公共服务平台，高效支撑行业监管和服务产业发展，同时，强化APP全流程、全链条治理，督促APP、应用商店、终端等关键环节，落实落细主体责任，实现行业上下游联防联控。此外，还将开展重点互联网业务用户满意度测评，加快属地特色类网站和APP适老化改造，为广大用户提供更周全、更贴心、更满意的信息通信服务。