

推进互联网全球共享共治

秦海波

深度观察

在10月9日的中共中央政治局第三十六次集体学习时，习近平总书记强调，加快推进网络信息技术自主创新，加快提升我国对网络空间的国际话语权和规则制定权，朝着建设网络强国目标不懈努力。过去十多年以来，伴随着互联网的快速发展，互联网已成为人类生活新空间、国家发展新领域、国家治理新领域，全球互联网治理一直是国际社会关注的热点和难点问题。

互联网起源于美国，由于历史原因，美国拥有别国难以具备的特殊的互联网管理权，占据着独特的地位。在国际社会多年的压力下，美国政府10月1日把互联网域名管理权正式移交给“互联网名称与数字地址分配机构”(ICANN)，从而结束了对这一互联网核心资源近20年的单边垄断。依据目前的域名管理权移交条件，美国政府只能作为政策制定顾问参与与域名管理决策，有助于避免全球互联网管理机制只

“斯诺登事件”后，美国交出域名管理权，只是迈出了互联网全球共治的第一步；全球互联网要真正摆脱美国的隐形控制，仍有很长的路要走，因为美国为此次移交设定了有利于自身的前提条件。网络空间是人类共同的活动空间，网络空间前途命运应由世界各国共同掌握。各国应该加强沟通、扩大共识、深化合作，共同构建网络空间命运共同体

为美国的“小圈子”利益服务。这标志着互联网发展迈出了全球共享共治的重要一步。

在互联网的三层体系结构中，以域名和IP地址为代表的互联网关键基础设施，发挥着承上启下的作用，是互联网在全世界“互联互通”的基础，相当于互联网的中枢神经系统。毫不夸张地说，互联网关键基础设施已经成为当今信息社会蕴含重大公共利益的一项基础设施。ICANN是一家于1998年成立的非营利性机构，负责管理顶级域名、根服务器及IP地址资源的分配，等等。由于互联网诞生于美国，这一核心职能多年来由美国政府与ICANN签订合同，授权由ICANN负责协调管理，而美国国家电信和信息局对ICANN如何运行具有最终话语权。

2013年“斯诺登事件”曝光美国大范围监控互联网后，美国政府为平息国际社会的愤怒，决定加速移交进程。此

次移交后，有助于互联网长期保持开放、可交互与稳定，全球互联网的治理向着更加多元、民主、透明的方向前进。当然，此次美国交出域名管理权，只是迈出了互联网全球共治的第一步；全球互联网要真正摆脱美国的隐形控制，仍有很长的路要走、诸多挑战要面对。

这是因为美国为此次移交设定了有利于自身的前提条件，那就是不交给联合国、国际电信联盟或其他政府间机构，而是采取“多利益攸关模式”完成权力移交。所谓“多利益攸关模式”，是指包括学界、民间组织、行业组织乃至政府等在内的多元参与。不可否认的是，互联网巨头在“多利益攸关模式”中将扮演重要角色，而美国将通过比其他国家强大得多的企业、硬件和软件技术、人才等优势继续保持影响力。

我国在去年的第二届世界互联网大会上明确提出，网络空间是人类共同的

活动空间，网络空间前途命运应由世界各国共同掌握。各国应该加强沟通、扩大共识、深化合作，共同构建网络空间命运共同体。国际网络空间治理，应该坚持多边参与、多方参与，由大家商量着办，发挥政府、国际组织、互联网企业、技术社群、民间机构、公民个人等各个主体作用，不搞单边主义，不搞一方主导或由几方凑在一起说了算。

网络信息技术日新月异，全面融入社会生产生活，世界主要国家都把互联网作为经济发展、技术创新的重点，把互联网作为谋求竞争新优势的战略方向。作为互联网关键地址资源重要的利益相关方，中国互联网社群应当实质性加入到推进全球网络空间治理新秩序建设和完善的进程之中，全面提升自己的技术能力以及制定和应用规则的能力，发出中国声音、贡献中国智慧，使全球互联网治理体系更加公正合理，更加平衡地反映大多数国家意愿和利益。

行业

营地建设须跟上自驾游步伐

郑彬

近日，国家旅游局、公安部、交通运输部、国土资源部、住房和城乡建设部、国家工商总局六部门联合下发《关于加快2016自驾车房车营地建设的通知》，并同步发出514个营地建设的项目表，要求各地相关部门切实落实国务院提出的“加快自驾车房车营地建设，2016年建设500个营地”的部署。对自驾游旅游、全域旅游来说，这无疑是一大利好。

经过多年发展，自驾车房车旅游已成为我国发展全域旅游的重要抓手，是从“景点旅游”向“全域旅游”转变的新动力。数据显示，2015年国内游的40亿人次中，自驾游游客已超过58%，达到23.4亿人次。预计到“十三五”末，我国自驾游人数将达到58亿人次，比2015年翻一番多，约占国内旅游总人数的70%以上。

但是，与迅猛发展的自驾游相比，营地建设就远远地落在了后面。目前，我国营地建设还处于初级阶段，无论数量还是质量，都存在差距。营地方面，我国有一定规模、能正常运营的露营地不足500家，分别只有美国、欧洲的3%和2%。房车方面，全球现共有房车1800万辆，2015年，世界房车市场年销售总量约为60万辆左右；而我国房车保有量不足3万辆，2015年的销售量在2000辆左右，分别仅占世界总量的1%和0.3%。

当然，有差距的另一种解读，其实是潜力巨大、有得做。目前，我国汽车营地，用水、供电、卫生、安全、私密性等方面有待进一步完善，许多深层次问题需要解决，唯有如此，自驾车房车旅游才可能得到普及。具体来说，各地要加强自驾游房车旅游发展的服务引导，按照全域旅游发展要求，编制好本地区营地建设规划；要提高自驾游房车旅游目的地基础设施与公共服务水平，让自驾车房车旅游畅通无忧；要抓紧设计组织一批适合自驾车房车旅游者需求的、体验性和参与性强的旅游产品，建设一批适合自驾车房车露营地需求的自驾车营地。还有，就是要强化宣传，大力促进自驾车房车旅游消费意识的提升。

用互联网思维做好网约车监管

陈静

网约车的便利、安全、规范，是用户的普遍诉求，但要实现相关诉求，需要监管部门与时俱进的手段和吐故纳新的智慧，而这样的需求，也与一切从用户体验出发的互联网思维不谋而合

近日，京沪渝广深五地公布了网约车经营服务管理办法征求意见稿，引来各方高度关注。

作为“互联网+”最成熟的落地方式之一，网约车充分体现出互联网的优势，技术的进步打破了信息不对称，让需求与供给得以匹配。但这毕竟是一种新的经济业态，对其进行有效监管很难沿用传统方式，而是要运用互联网思维，以技术与数据的灵活与弹性，寻求市场有序竞争与良好用户体验的双赢。

考虑到网约车的互联网属性，调取数据并不是“天方夜谭”，新政策的制定意图需要以详实的数据与分析对公众进行说明，取信于民才有助于带来更为良好的沟通。更重要的是，在具体监管措施上，监管部门应该充分考虑到技术的进步，创新思路应对新经济带来的新业态，而不是寄希望于有形之手“换汤不换药”就能搞定一切。包括要求网约车张贴标识、安装计价器、打印发票等，其实还是管理巡游出租车的老办法，但对计价、支付等都通过互联网手段来实现的网约车来说，是否具有可操作性，是否会造成资源浪费，用户又是否真有此需求等，尚需在此轮征求意见稿中进一步仔细考量。

互联网思维有助于监管部门提升监管水平，变事前监管为事前、事中、事

后监管同步。比如，能否与互联网平台携手建立网约车运营过程中的动态安全监控系统？能否考虑以互联网平台的用户评价体系为基础，建立网约车退出机制，而非仅以车型、司机户籍等硬条件加以限制？或者能否根据网约车司机的行为模式建立相关的风险模型，对其进行更加精准的管控？网约车的便利、安全、规范，是用户的普遍诉求，但要实现相关诉求，需要监管部门与时俱进的手段和吐故纳新的智慧，而这样的需求，也与一切从用户体验出发的互联网思维不谋而合。

当然，硬币的另一面还有诸如租房、众包、金融等分享经济其他细分领域从业者的翘首以待。和网约车一样，它们同样面对监管的空白和身份无着的“灰色地带”。分享经济的本质是社会资源借助互联网搭建平台，为供需匹配提供支持，在监管上也必须面对进入的资格问题以及与旧有行业的利益分割问题。牵一发而动全身，以怎样的方式对分享经济提供的资源予以定性，允许它们以怎样的方式参与市场竞争，这恐怕也是政策制定者需要考虑的共性问题。

网约车的监管之难，正是旧的监管方式和新的经济形态之间的博弈。如何让新经济新业态光彩照人，监管部门的前瞻心态和长远眼光，将决定通向明天的方向。



设槛

点评 近日，多个城市陆续公开网约车管理征求意见稿，不同程度对网约车驾驶员条件做了更严格细化的要求。北京、上海两地不仅拟对网约车车型、车牌进行严格限制，还拟对驾驶人设置本地户籍要求，引起广泛热议。出租车属于小客车交通，占用大量道路资源，特别是对患有交通拥堵等“城市病”的地方来说，对出租车数量调控有必要。不过，要考虑到相关限制条件可能不利于破解“打车难”“打车贵”难题。欣慰的是，目前这些地方细则还在征求意见，属于“开门立法”，有利于让利益相关方充分表达，也给未来完善政策留下了余地。(时锋)

当充分理解网约车监管目的

齐慧

在安全问题、相关纠纷不时发生的情况下，保证消费者和驾驶员双方安全、规范整个网约车市场，就显得十分必要。同时，网约车新政细化与城市定位和发展方向相关，现在一线城市的“城市病”正在慢慢“恢复”中，监管部门希望从源头入手，不再加剧“城市病”的蔓延。但是，监管部门有时也不必太心急，要遵循市场规律，相信市场的力量，特别是无论如何，都应让百姓成为改革发展的最大受益者

10月8日，北京、上海、广州、深圳分别出台本地网络预约出租汽车经营服务管理实施细则征求意见稿。其中有些征求意见稿，如“京人京车”“沪人沪车”等引发社会广泛讨论。

理解网约车新政的目的，得从网约车的由来说起。网约车对中国百姓是个新事物，激活市场、破除旧有不适时宜的垄断，是其存在的意义。经过一段时间的体验，加上初期大量的补贴，大部分用户对网约车这一新兴行业的发展；有的用户认为，此规定将大量减少网约车数量，“打车”将再次成为一个难题。

毕竟，现在还只是征求意见稿，可

以继续讨论修改。那么，各城市在网约车新政细化上要秉持怎样的原则呢？

网约车新政细化与城市定位和发展方向相关。以北京为例，至2020年，北京市要将人口控制在2300万。而且，按照北京构建“高精尖”经济结构的要求，城市就业将主要以高端服务业和高新技术产业为发展方向。也就是说，像出租汽车之类的劳动密集型行业，未来发展必然涉及人口规模调控和产业发展及就业导向，不能再出现大量增长的情况。

不可否认，由于网约车的出现，为社会创造出大量的就业。很多外地人，纷纷来到北上广深等大城市寻找谋生立身的机会。由于初期门槛低、补贴高，网约车领域的聚集效应迅速扩大，人口大量增长。现在一线城市的“城市病”正在慢慢“恢复”中，监管部门也是希望从源头入手，不再加剧“城市病”的蔓延。

网约车新政条款与乘客的安全息息相关。很多网友说，网约车出现以来，安全事件并不是特别多，体验多次自己

从未赶上，没有监管约束也是很安全的。其实不然，有数据显示，网络约车的安全事件发生率是远远高于正规出租车行业的。虽说发生安全事故的比例不高，但事件一旦发生，对乘客及其家庭就是百分之百的损失。为了将安全系数最大化，对乘客的安全和对规范市场多做考虑，是极其必要的。

但是，监管部门有时也不必太心急，要遵循市场规律，相信市场的力量。对网约车等新事物的出现，各方面总是有一个适应的过程，要相信市场优胜劣汰的规则，将行业内最落后的产能淘汰掉，相信消费者会选择对自身最有益的产品。具体到网约车行业，出租车提供的毕竟是一种车辆和司机的出租服务，与出租车的门槛管理一致也没什么不妥。只是，随后的发展还是要交给市场去选择，而不是人为故意地提高门槛。目前还是征求意见期间，网约车各利益相关方可充分表达意见。但无论如何，百姓才应该是改革发展的最大受益者。



别让伪劣商品砸了网购牌子

国家工商总局近日公布了网络交易商品质量专项检查结果。此次抽检共提供有效送检样品497批次，检测发现172批次商品质量不合格，总体不合格商品检出率为34.6%。

【短评】如今，网购已成为大众消费的一个重要渠道，网购快捷、便利、轻松的特点给消费者带来了更好的购物体验。然而，抽检中网购商品的不合格率高达34.6%，暴露出网购存在监管漏洞，让一些不合格商品经营者钻了空子，而网购商品以次充好、以假乱真，会直接损害消费者的利益。不合格商品增多，“砸”了网购的牌子，毁了网购的信誉，也扰乱网购市场的秩序。对于销售不合格商品的平台、商家，应当即时予以曝光，包括建立“黑名单”机制，予以诚信惩戒，积极为消费者打假维权撑腰，并且鼓励消费者积极举报，共同治理。

“分享冰箱”不能疏于监管

据报道，上海第一个“分享冰箱”日前在普陀区长寿街道一个小区亮相，冰箱里由附近的酒家、超市等企业提供的点心、罐头等食物，都标明了保质期，可供有需求的居民免费取用。在试点的基础上，未来“分享冰箱”还将在普陀区其他社区推广。

【短评】“分享冰箱”是通过公益组织的有效运作，将商家乃至私人富余的食品，经捐赠的流转，免费提供给有需要的人。“分享冰箱”这样的公益项目，对于帮助处理即将过期的食品，维护食品安全，减少食品浪费，以及帮助解决贫困家庭经济困难都有积极的意义。尽管如此，“分享冰箱”也不能疏于监管，一方面食品的捐赠应当建立严格食品安全源头控制标准，另一方面食品捐赠应接受具有公信力的食安监管，使得流转的食品帮助到那些真正需要帮助的人。

游客“年龄附加费”不该有

据报道，因游客年龄超标，有的旅行社对游客要加收数百元“年龄附加费”，不仅老年人要加收费，儿童也会收取这样的附加费。据调查，几乎所有的低价团都存在这一现象。

【短评】《旅行社条例实施细则》规定，同一旅游团队中，旅行社不得由于旅游者存在的年龄或者职业上的差异提出与其他旅游者不同的合同事项。一些旅行社推出“年龄附加费”，直接原因在于收取附加费后，就可以弥补老人和孩子很少参加进店购物等自费项目导致的亏空。要解决这一问题，除了加大执法力度，更需通过深化旅游体制改革，依法保护广大游客合法权益，从制度上打破旅行社的恶性竞争，保证导游等从业人员的合理收入，健全市场约束机制等。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛瑾 马洪超