

外省市号牌小客车限行新措施5月6日起施行

□见习记者 翟梦丽

本报讯 昨天,上海市公安局发布《关于对本市部分道路采取限制通行交通管理措施的通告》。

为缓解道路拥堵、改善交通秩序，根据《中华人民共和国道路交通安全法》的有关规定，决定对本市部分道路采取限制通行交通管理措施，现通告如下：自2021年5月6日起，每日7时至9时、17时至19时，沿杨浦大桥地面投影—宁国路—黄兴路—中山北路—中山北一路—中山北路—中山西路—中山南二路—中山南一路—中山南路—南浦大桥地面投影—龙阳路—罗山路合围区域内的道路（不含上述道路），禁止悬挂外省市机动车号牌的小客车通行（周六、周日和全体公民放假日除外，执行紧急任务的救护车、警车等特种车辆除外）。

违反本通告规定的，由公安机关交通管理部门依法处罚。

通告中提及的杨浦大桥地面投影、南浦大桥地面投影是何含义?市交警总队介绍,杨浦大桥地面投影、南浦大桥地面投影即分别指杨浦大桥、南浦大桥在地面的垂直投影对应位置,该两段投影对应位置与大桥两端的地面道路形成闭合区域。由于投影位置并非完全

对应地面道路，因此具体限行边界，以现场交通标志为准。

是不是地面限行实施后外省市号牌小客车就不能进入内环内?对于地面道路限行后驾驶外省市号牌小客车来沪办事如何进入内环内城区?针对这个问题,市交警总队表示地面道路限行措施仅针对工作日的交通早晚高峰时段各2个小时,外省市号牌小客车在工作日非交通早晚高峰时段和周末以及全体公民放假日,在内环内地面道路通行均不受限制。对于来沪办事的外省市号牌小客车可在非交通早晚高峰时段进入内环内,也可将外省市号牌小客车停放在内环外换乘公共交通进入内环内区域。

非限行时段已进入限行区域的外省市号牌小客车应该怎么办？包括居住在内环内的外省市号牌小客车车主如何出行？已在非限行时段驶入限行区域的外牌小客车车主应提前注意限行起止时间，在限行开始前驶出限行区域，未能驶出的，应将外省市号牌小客车就近停放至允许停车的地点。对于居住在内环内的外省市号牌小客车车主，可在非交通早晚高峰时段继续使用外省市号牌小客车，对于交通高峰时段确有出行需要的车主，可通过搭乘公共交通或其他交通方式。

上海警方解读限行新政：

特殊原因违反限行规定 可事后提供证明视情处理

□见习记者 翟梦丽

本报讯 昨天，市政府新闻办举行新闻通气会，介绍了本市即将实施外省市号牌小客车地面道路限行措施有关情况。根据上海市公安局昨日发布的《关于对本市部分道路采取限制通行交通管理措施的公告》，自2021年5月6日起，每日7时至9时、17时至19时，沿杨浦大桥地面投影—宁国路—黄兴路—中山北二路—中山北一路—中山北路—中山西路—中山南二路—中山南一路—中山南路—南浦大桥地面投影—龙阳路—罗山路合围区域内的道路（不含上述道路），禁止悬挂外省市机动车号牌的小客车通行（周六、周日和全体公民放假日除外，执行紧急任务的救护车、警车等特种车辆除外）。违反本公告规定的，由公安机关交通管理部门依法处罚。

为缓解道路拥堵,改善交通秩序,去年经市政府研究决定,2020年10月24日市公安局发布通告,自2020年11月2日起,将本市部分城市快速路(高架道路)限行时间延长为7时至20时。同时,通告中对地面道路限行也做了表述,并明确市公

安局届时将另行发布通告。该措施实施后,有效改善了本市快速路非高峰时段拥堵,但市区早晚高峰拥堵仍未缓解,尤其是内环内区域,城市功能集聚,出行需求较大,道路资源紧张,是全市道路拥堵最集中的区域。为进一步改善交通早晚高峰道路通行状况,有效治理中心城区地面道路拥堵问题,结合去年通告内容,现按照既定时间节点实施外省市号牌小客车地面道路限行措施。

上海市公安局交通警察总队副队长尹建岗昨天对通告做出解读。通告在内容方面，总的可以概括为：实施市中心内环内地面道路外省市号牌小客车交通早晚高峰时段性限行。具体来说：限行范围：市中心内环内地面道路，且不含边界道路，具体以标志设置为准。外省市号牌小客车在内环以外道路及边界道路行驶，不受限行措施影响。限行时间为工作日交通早晚高峰各2小时，即7时至9时、17时至19时，工作日非交通早晚高峰及周六、周日和全体公民放假日不限行。

限行车辆方面,本次地面道路限行措施限制通行的车辆是悬挂外省市

机动车号牌的小客车，执行紧急任务的救护车、警车等特种车辆除外。

限行方式上,包括“从限行区域外驶入限行区域”和“在限行区域内通行”两种情况。即:在内环外的外省市号牌小客车不得在交通早晚高峰时段驶入内环内,位于内环内的外省市号牌小客车交通早晚高峰时段不得在道路上行驶。

在交警执法管理方面，对外省市号牌小客车违反《通告》规定的，采用非现场执法方式，也就是俗称的“电子警察”执法，依法处 200 元罚款，记 3 分。执勤民警现场发现外省市号牌小客车违反《通告》规定的，对行驶中的车辆不予拦截，对处于停止状态的，进行宣传劝导。对限行时段内在相关限行区域周边道路“掐点”等候的车辆，公安机关交通管理部门将进行严格管理，对违法停车的将依法进行处罚。外省市号牌小客车在限行时段前未及时驶离限行区域的，应当将车辆就近停放在允许停车的地点，不得继续行驶。值得注意的是，因紧急就医等特殊原因违反《通告》规定的，可以随时向公安机关交通管理部门提供相关证明材料，经核查属实将根据实际情况视情处理。

网络直播营销监管：让带货别成带“祸”

近日，国家互联网信息办公室、公安部、商务部、国家市场监督管理总局等七部门联合发布《网络直播营销管理办法（试行）》，自2021年5月25日起施行。《办法》提出，七部门建立健全线索移交、信息共享、会商研判、教育培训等工作机制，依据各自职责做好网络直播营销相关监督管理工作。各地各部门要加强监督检查，对严重违法违规的直播营销市场主体依法开展联合惩戒。

网络直播营销即通常所说的直播带货,是通过互联网平台直播,对相关商品进行近距离展示、导购以及咨询答复等服务。直播带货在促进就业、扩大内需、提振经济、脱贫攻坚等方面发挥了积极作用。但是,行业中也存在不少问题,其中包括虚假夸大宣传、数据造假和假冒伪劣商品,以及直播营销人员言行失范、利用未成年人直播牟利、平台主体责任履行不到位等问题。

明确主体，是规范发展的第一步。此前，人们对直播带货的认知，往往是较为笼统的。谁直播？谁带货？谁运营？谁管理？一个行业要想成熟发展，需要有明确的主体指向和职业分工。

《办法》将从事直播营销活动的直播发布者，细分为直播间运营者和直播营销人员，并明确年龄限制。除此之外，进一步明确了直播营销行为8条红线，突出了直播间5个重点环节管理，对直播营销活动相关广告合规、直播营销场所、互动内容合规、商品服务供应商信息核验、消费

直播营销已成为国内重要销售渠道，对各直播平台的监管亟待加强。商家和电商主播绝不能只图自身利益，肆意夸大产品功效或滥用极限词违规宣传，更不能向网民兜售“三无”产品。此次出台有关管理办法，按照全面覆盖、分类监管的思路，将“台前幕后”各类主体、“线上线下”各项要素纳入监管范围。《办法》细化直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员等参与主体各自的权责边界，有利于压实各方主体责任，切实保护消费者合法权益。

者权益保护责任、网络虚拟形象使用提出明确要求。

这意味着，直播带货不再是简单的“播播播”“卖卖卖”，而应是符合条件的人，以规范的言行，真实、准确、全面地发布商品或服务信息。直播活动应该遵守法律法规，带货行为应该遵循公序良俗。

厘清责任，是健康发展的重要方面。责任明、界限清，才能知底线，知道什么可为、什么不可为，什么能说、什么不能说，什么能卖、什么不能卖。

《办法》针对各参与主体，进一步明确并压实了各方责任。对直

播间运营者、直播营销人员来说,不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求;对平台来说,制定直播营销商品和服务负面目录,认证并核验直播运营者和直播营销人员的真实身份信息,加强网络直播营销信息内容管理、审核和实时巡查等;对监管部门来说,要建立健全线索移交、信息共享、会商研判、教育培训等工作机制,对严重违法法律法规的直播营销市场主体名单实施信息共享,依法开展联合惩戒。

事实上，网络直播领域，从来不是“无责之土”“无主之地”，

反而有越来越明确的权利与义务、责任与职能。从《网络安全法》到《电子商务法》，从《反不正当竞争法》到《网络信息内容生态治理规定》，从《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》到《网络直播营销管理办法（试行）》……纵观近年来与直播领域有关的一系列法律法规、行业规范，无不说明，相关法律法规在不断完善。

行业的健康发展需要制度护航。划好“责任田”，做到守土有责、守土负责，直播带货这朵花才能得到更好地呵护，也才能更好地绽放。

明确主体,厘清责任,才能规范健康发展

用监管为直播带货划下底线,保护消费者权益

买欲望 再次招来舆论批评。

直播带货能走多远，关键看监管。直播带货呈现权强爆发力，正在创造一个千亿级的新市场。正在拔节生长的直播行业，需要适时“除除草”，一味地“野蛮生长”，只能埋下越来越多的隐患。此次七部门联合出台《办法》，就是要给直播带货划下不可突破的底线。

直播带货必须紧守“产品质量”底线。作为一种新型营销模式，直播带货渐成各大电商的重要销售模式，与此同时，“名品”变赝品、“好货”变水货等商品质量问题频频发生。有关部门要依据

《办法》，督促相关直播营销平台积极协助消费者维护合法权益，监督直播间运营者、直播营销人员履行消费者权益保护责任和义务。

电商主播作为连接消费者和商家的桥梁,也必须守住职业底线。每一位主播都应摒弃“流量为王”的想法,自觉抵制恶搞、哗众取宠等低俗营销方式。电商主播应该深入到日新月异的中国大地和蓬勃发展的中国制造之中,帮助广大消费者找到性价比最高的优质产品,助力更多中国品牌成为广受欢迎的“人气爆款”。综合光明网、北京青年报等 (业勤 整理)