公安机关2022年共破获重大农资犯罪案件900余起

严厉打击制售假劣农资犯罪

□据新华社报道

2022 年，公安机关共侦破重大农资犯罪案件 900 余起，抓获犯罪嫌疑人 1900 余人，涉案价值 26 亿元，公安部挂牌督办 28 起重大农资案件全部告破，有力打击震慑了此类违法犯罪。

这是记者昨天从公安部获悉的。当前，正值春耕关键期，公安部要求各地公安机关深入组织开展“昆仑 2023”专项行动，依法严厉打击制售假劣农资犯罪，保障高质量农业生产建设。

公安部要求，要突出打击重点，聚焦种子、农兽药、肥料等重点农资产品，严查严打套牌生产、侵权假冒等典型农资犯罪活动，重拳惩治侵犯种业知识产权、“忽悠团”销售劣质化肥犯罪活动，坚决查处有资质企业生产假劣农资、网络销售假劣农资犯罪活动。

公安部要求，要坚持上挖源头、下追流向，开展“全环节、全要素、全链条”打击；对跨区域的重大农资案件，要强化区域协作，加强督查督办，坚决彻底摧毁犯罪网络。

公安部要求，要加强与农业农村、市场监管等部门的协调配合，健全行刑衔接机制，畅通信息交流、情况通报、案件移送等合作渠道，协同开展联合整治，推动长效治理，形成农资打假治理整体合力。

济南：春季森林防火巡护忙

正值春季森林防火重点时期，山东省济南市长清区园林和林业绿化局针对辖区内山地林木资源分布广泛的特点，健全森林防火网格化管理体系，调配专业力量强化应急演练，增加巡护密度，筑牢防火屏障，守护绿色家园。

图为近日，长清区国有莲台山林场防火中队队员在林区巡护 新华社 图/文

家庭托育点试行管理办法征求意见：

面向3岁以下婴幼儿，收托不应超5人

□据新华社报道

为规范发展多种形式的托育服务，国家卫生健康委人口家庭司 3 月 15 日发布《家庭托育点管理办法（试行）（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。

根据征求意见稿，家庭托育点是指利用住宅，为 3 岁以下婴幼儿提供全日托、半日托、计时托、临时托等托育服务的场所，且收托人数不应超过 5 人。

举办家庭托育点，应符合地方政府关于住宅登记为经营场所的有关规定，并向所在地市场监管部门依法申请注册登记。登记名称中应注明“托育”字样，在业务范围（或经营范围）明确“家庭托育服务”。

家庭托育点应为婴幼儿提供生活照料、安全看护、平衡膳食和早期学习机会，促进婴幼儿身心健康发展。

征求意见稿规定，家庭托育点举办者应身心健康，无精神病史，无犯罪记录。家庭托育点照护人员还应符合下列条件：具有保育教育、卫生健康等婴幼儿照护经验或相关专业背景；受过婴幼儿保育、心理健康、食品安全、急救和消防等培训。家庭托育点举办者同时是照护人员的，应符合上述条件。

家庭托育点每一名照护人员最多看护 3 名婴幼儿。家庭托育点婴幼儿人均建筑面积不应小于 9 平方米。

家庭托育点应提供适宜婴幼儿成长的环境，通风良好、日照充足、温度适宜、照明舒适。家庭托育点不得设置在地下室或半地下室，不得设置在“三合一”场所和彩钢板建筑内，门窗不得设置影响逃生和消防救援的铁栅栏、防盗窗等障碍物。

征求意见稿明确，家庭托育点应设置视频安防监控系统，保持收托婴幼儿期间设防，婴幼儿生活和活动区域应全覆盖。监控录像资料保存期不少于 90 日。

四川：明确领导干部操办婚丧事宜“八严禁”

□据新华社报道

记者昨天从四川省纪委监委获悉，该省已印发《四川省领导干部操办婚丧喜庆事宜的规定》（以下简称《规定》），要求领导干部带头执行党中央和四川省委关于廉洁从政和厉行节约的相关规定，自觉抵制大操大办婚丧喜庆事宜的不良风气。

据悉，此次印发的《规定》是对 2014 年四川省制定的《关于领导干部操办婚丧喜庆等事宜的暂行规定》作出的修订。《规定》共有 18 条，其中明确了用公款支付、报销或者变相报销应当由个人承担的费用，占用公车、公物和其他公共资源进行操办，收送高价彩礼或者聘礼等 8 项严禁行为。

《规定》还明确，除在职领导干部，退休的领导干部在退休手续办理之日起 3 年内仍要执行本规定。领导干部除结婚嫁娶、悼亡发丧以外，一般不得操办生儿育女、落成开业、庆祝生日、升学庆贺、乔迁新居等事宜。确需操办其他喜庆事宜的，邀请参加人员不得超出近亲属范围，并按规定报备、报告。

此外，领导干部不得以私人名义参加他人操办的除结婚嫁娶、悼亡发丧以外的喜庆事宜，不得应邀在婚丧喜庆事宜中担任主婚、证婚、主持、总管等角色。参加以喜庆事宜名义进行的近亲属家庭聚会除外。

四川省纪委监委党风政风监督室负责人表示，此次出台的《规定》，将监督执纪、查办案件中发现的苗头性、倾向性问题纳入禁止性要求，比如，利用职权或者职务影响转嫁操办费用，无正当理由异地办、聚会聚餐变相办等。

广告缝里看内容 关闭按钮“躲猫猫”

——这样的“弹窗”还要飞多久？

□据新华社报道

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规违法，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。

“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?

目前，中国网民数量已超 10 亿，弹窗广告影响到每一个网民的上网体验。多方表示，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，从技术层面来讲，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，弹窗广告违规违法行为多而杂，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软件启动弹窗欺骗误导用户等问题。

《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。