



未成年人网络游戏退费有标准了

□ 中国互联网协会日前发布的《未成年人网络游戏服务消费管理要求》团体标准(征求意见稿),是游戏行业首个完整的消费管理规范。

□ 网络游戏服务提供者对未成年人的消费管理是该标准的重点,详细规定了投诉与退费处置。网络游戏服务提供者和申请退费的监护人,需要按照各自过错的情形承担责任。

中国互联网协会日前发布《未成年人网络游戏服务消费管理要求》团体标准(征求意见稿)(以下简称《标准》),这是游戏行业首个完整的消费管理规范,可为未成年人游戏消费退费纠纷解决提供相关参考。

其中,网络游戏服务提供者对未成年人的消费管理是该标准的重点,详细规定了投诉与退费处置。网络游戏服务提供者和申请退费的监护人需要按照各自过错的情形承担责任,最终体现在退费比例上。

《标准》明确,网络游戏服务提供者、监护人等过错方应当根据各自过错情况分别承担相应的责任,有过错的一方应当赔偿对方由此所受到的经济损失;各方都有过错的,监护人、网络游戏服务提供者应承担各自的责任。

比如,若网络游戏服务提供者未接入国家建立的统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统,导致未成年人可以不受限制地使用网络游戏服务并充值,网络游戏服务提供者承担100%责任。

若网络游戏服务提供者已依法配置防沉迷措施,但存在监护人帮助未成年人绕过防沉迷限制等监护人过错情形的,就相关未成年人超额充值部分,网络游戏服务提供者应根据相关消费过程中防

沉迷措施的有效性等情况承担对应责任,建议一般责任比例为30%—70%,存在特殊情形可在此基础上相应调整,监护人承担剩余责任。

若网络游戏服务提供者已依法配置防沉迷措施,但存在监护人未充分履行监护人责任等过错情形的,网络游戏服务提供者应根据相关消费过程中防沉迷措施的有效性等情况承担对应责任,建议一般责任比例为30%—70%,存在特殊情形可在此基础上相应调整,监护人承担剩余责任。

中国互联网协会副理事长黄澄清表示,《标准》是在符合法律法规的相关要求下,秉承最有利于未成年人的原则,规定了网络游戏服务提供者在提供服务的过程中,对未成年人用户消费行为的管理要求,主要包括未成年人消费管理的制度和流程、监护人对未成年人在网络游戏消费管理及司法调解与诉讼等。为了推动《标准》在解决实际纠纷中的应用,列举了一些实践中的典型过错情形,比如网络游戏服务提供者如果没有按照国家规定接入统一实名认证,没有按照国家规定对未成年人实名的用户进行限充,将承担100%责任;比如监护人通过多种或多次情形破坏防沉迷成果的(如主动帮助未成年人人脸识别,放任未成年人长期消费,一个家庭多次申请退费等)将加重责任,甚至承担

100%的责任等。

近年来,我国网络游戏产业在快速发展的同时,出现了未成年人沉迷问题,引起社会广泛关注。黄澄清认为,从媒体报道、相关消费者权益保护委员会接到的投诉或司法机关干预的纠纷、诉讼来看,存在个别网络游戏服务提供者对推动网络游戏防沉迷工作心存侥幸、搞变通的问题,还有大量监护人对个人身份信息保管不善,甚至主动为未成年人提供成年人身份信息破坏网络游戏防沉迷系统的情况。这些问题最终把矛盾集中在未成年人网络游戏消费管理上,又以退费最为突出,而目前网络游戏缺少统一的退费标准。围绕是否退费、退费金额、责任归属等问题,各主体意见不一,导致矛盾升级、激化的情况时有发生。为了保障未成年人在网络空间的合法权益,巩固防沉迷成果,急需建立一套完整的未成年人网络游戏消费管理规范。

据介绍,《标准》中专门约定申请人和网络游戏服务提供者无法达成一致的,双方协商后,可将相关退费申请移交中国互联网协会调解工作委员会或平台设立的调解委员会进行处理。中国互联网协会调解工作委员会针对成年人冒用未成年人名义骗取退费等恶意退费行为,将建立黑名单机制,并及时与相关方共享数据。来源:经济日报

无人机送货前景可期



科技巨头亚马逊近日宣布,美国联邦航空管理局(FAA)已批准该公司送货无人机的超视距飞行(BVLOS),亚马逊飞行员现在可以远程操作无人机,不像以前只局限于视野范围内,这意味着送货无人机将飞行更远的距离,业务覆盖范围将扩大。亚马逊认为,此次监管机构的批准为其业务扩展到更多地区奠定了基础。

除了亚马逊之外,沃尔玛、谷歌母公司字母表(Alphabet)等企业都推出了无人机送货业务。2019年,Alphabet旗下的无人机送货子公司Wing成为第一家获得FAA批准在美国进行商业交付的无人机运输公司。2023年8月,沃尔玛与Wing达成合作,拓展了原有的无人机送货业务。今年年初,沃尔玛又宣布再度扩大无人机送货的覆盖范围。在我国,也有不少即时零售企业开始探索使用无人机进行交付。例如,2017年,美团启动了对无人机配送的探索,致力于为用户提供3公里、15分钟的标准配送服务。截至2024年3月,美团无人机已在深圳、上海等城市的11个商圈落地了28条航线,累计完成用户订单约25万单。

物流建设对电商平台和零售企业发展的重要性不言而喻。长期以来,相关企业不断完善自己的物流网络,并提升物流配送水平,在地面物流竞争日趋白热化的当下,打造空中物流成为各家企业寻找突破的发力点。无人机为消费者提供了更快的送货选择,沃尔玛的无人机送货服务可以在30分钟甚至更短的时间内将物品送到消费者手中,最快送货时间仅需10分钟;美团无人机在2023年的平均配送时长约为20分钟,较传统配送模式提效近四成。无人机送货还可以提高空间利用率,开拓城市低空领域的发展潜力。

出于隐私、技术和安全方面的担忧,各国的政策制定者对无人机送货一直持谨慎态度,导致其发展速度远不如预期。目前,无人机送货技术的发展仍有待完善,安全性能需进一步加强。来源:经济日报

破解智能家居互联互通难题



品牌和企业生态壁垒的存在,让智能家居产品优势得不到充分发挥,直接影响消费者购买选择,影响行业长远健康发展。加快智能家居产品互联互通至关重要。

首先,智能家居企业出于自身利益考虑,不对外开放接口,或者有条件开放接口,为互联互通设置了障碍。据了解,某些智能家居APP用户活跃度较高,借助APP可以收集用户个人信息、行为偏好等,同时通过增强用户黏性,可以向自家其他产品进行引流,进一步完善品牌生态闭环。如此有价值,企业怎舍得放开。

其次,行业还缺少统一标准,无法直接兼容,最终难以形成产业效应。目前来看,即使一些企业愿意放开接口,但因为智能家居系统中的设备发现、配网、接入认证等流程和技术标准未得到统一,不同品牌间的通信协议和接口规范还有不少差异,依然难以有效互通,限制了智能家居产业发展。

加快智能家居产品互联互通至关重要。目前,互联互通已经被视为智能家居人口争夺战的关键词。包括阿里巴巴、百度、华为、小米等,都已开始搭建自己的智能家居平台,智能家居设备也开始“试水”支持多个智能家居平台系统。

这还不够。对于智能家居企业而言,如果要接入不同的协议,成本将大大提高,而单独选择某一个生态,则会面临失去一部分消费者的风险。显然,这需要更多头部企业和行业组织致力于搭建物联网统一连接标准,真正实现智能家居设备跨平台、跨品牌、跨品类的互联互通。

近日,工信部发布公告,批准了《移动互联网+智能家居系统 跨平台接入认证技术要求》,并将于7月1日正式实施。该标准规定了智能家居系统中统一的设备发现、配网、接入认证的流程及技术要求,是国内应对智能家居互联互通难的标准化成果,值得进一步关注。来源:新华网