

# 5月1日正式施行的《通信短信息服务管理规定》明确—— 未经同意商家不得向你发送商业短信

新修订的《通信短信息服务管理规定》5月1日正式施行。新规明确要求,未经用户明示同意,任何商家不得发送商业短信。

这一规定吸引了网友的关注与讨论。部分网友发文称赞,认为新规能大幅减少房产、理财等各类骚扰短信。但也有部分网友担心新规落地执行难度较大,商家仍会通过间接渠道、第三方外包等方式变相群发骚扰短信。这一规定能否根治商业短信扰民现象?

## 无价值强营销 垃圾短信挤占通信空间

新修订的《通信短信息服务管理规定》最引人关注的,是针对商业短信治理机制的完善。新规对授权底线、退订机制与发送、端口与身份管理及全链条监管与处罚等方面进行了规范和要求。

一直以来,许多商业短信没

有经过用户明示同意,商家擅自批量发送,用户退订困难,因此又被称为“垃圾短信”。多位受访消费者反映,垃圾短信发送频率高,涵盖房产、教育、电商平台等多个领域,严重干扰个人生活与工作。

上海市消保委的一项调查显示,76%的消费者表示经常收到垃圾短信,内容繁杂,且存在假冒或混淆签名、设置消费陷阱等侵害消费者权益的行为。

江西杨女士说,特别是在电商大促期间,手机收件箱就成了商家的“广告牌”。“垃圾短信混在验证码和取件通知里,一不小心就把有用的短信挤没了。尝试回复退订,但作用不大,退了这个号码,又会有新的号码发来信。”

“垃圾短信”不仅挤占了正常的通信空间,内容也呈现出泛滥、无价值、强营销等特征。宁夏用户侯女士表示,许多短信根本找不到退订选项,对于上了年

纪、不熟悉智能手机操作的老人们来说,甚至不知道自己在何时何地勾选了同意接收的选项。

## 新规强化“明示同意机制” 切实维护消费者权益

专家介绍,新修订的《通信短信息服务管理规定》通过强化“明示同意机制”及“举证责任”倒置,切实维护消费者权益。

新规明确要求,短信发送方提供并留存用户明确表示同意的凭证,而且需要保留凭证六个月以上,如果不能提供相关凭证,属于违法发送商业短信。

有网友发文询问“何为商业短信”“政务公益短信是否也应征得用户同意”,中国信通院工业和信息化法律服务中心副主任李乃青解释,根据工信部新修订的第74号令《通信短信息服务管理规定》,商业性通信短信息是指含有介绍、推销商品、服务或者商业投资机会等通信短

信息。

公益性短信息特别是涉及自然灾害、事故灾难、公共卫生事件等应急预警和处置的信息,其发送是为了保障社会公共利益和人民生命财产安全,属于履行法定职责的行为,无需事先征得用户同意。这是基于重大公共利益的特殊考量,与需要严格遵循“用户同意”原则的商业性短信息有本质区别。

## 三大运营商: 目前可拦截部分垃圾短信

记者了解到,目前电信三大运营商都提供屏蔽垃圾短信的相关业务,可对部分内容进行拦截。

中国联通:2025年7月起要求,如果发送的短信内容中包含联系方式,须提前报备审核;

中国电信:2025年5月20日起,短信若包含链接、IP地址或联系方式,将存在较大概率被

拦截导致短信发送失败;

中国移动:已陆续开启“引流信息拦截”管控措施,若短信内容中包含链接、联系方式等引流信息可能触发拦截,导致发送失败。

## 专家建议:增加违法成本 建立黑名单机制

新规能否真正落地见效,还需时间的检验。专家介绍,“垃圾短信”的治理一直是难题,核心痛点在于利益驱动与运营商的落实程度,同时也是对监管部门的一场大考。

电信运营企业要严格落实提供防骚扰的服务,从技术上强化“垃圾短信”识别的精准性,而电信监管部门对于违法企业要加大惩处力度,增加违法成本。

专家建议可建立黑名单机制,一旦发现企业违规发送垃圾短信,可禁止其发送。

央视新闻微信公众号

## 国务院安委办部署 “五一”假期期间 安全生产“明查暗访”

新华社电 记者1日从应急管理部获悉,国务院安委会办公室日前对“五一”假期安全生产防范工作作出安排,指导协调有关部门派出工作组,对重点地区、重点行业领域和重点企业假期期间安全生产进行明查暗访。

文化和旅游部对景区景点安全防范、热门旅游景点人流管控、旅行社和导游安全管理、“黑景点”整治等情况开展暗访;国务院国资委针对工程建设、危险化学品、施工作业现场、生产车间等安全管理情况,指导有关中央企业总部对所属企业安全生产情况开展暗访;国家消防救援局组织对人员密集场所防火工作开展暗访;国家矿山安全监察局对煤矿、非煤矿山开展暗访;应急管理部聚焦节假日重点行业领域开展综合暗访。明查暗访旨在推动各地各有关部门压紧压实安全生产责任,及时消除安全隐患,确保假期全国安全生产形势平稳有序。

针对明查暗访发现的典型案例将依法查处、追责问责、公开曝光。各地区也将结合实际,同步组织开展针对性安全生产明查暗访工作。

值班编委 仲曦  
封面编辑 宋学伟  
版式设计 王晓诗  
版面统筹 何建庭

## 全面升级非遗体验场景,推动非遗融入现代生活 江苏发布非遗新三年行动计划

本报讯(记者 王慧)4月30日,《江苏省非物质文化遗产保护传承新场景建设行动计划(2026—2028年)》正式印发。未来3年,我省将全面升级非遗体验场景,推动非遗融入现代生活,让市民游客沉浸式感受“水韵江苏”的独特文化魅力。

行动计划坚持存量提质、增量培育双向发力:一方面对现有的非遗场景精雕细琢,从“有没有”转向“优不优”,彻底

告别资源闲置浪费;另一方面大胆创新模式、业态和体验,做到系统化布局、体系化推进,让老非遗场景和新潮流玩法互相促进、形成良性循环。

我省将全面盘活各类城乡空间资源,把非遗元素与文化内涵深度植入热门景区、度假区、历史文化街区、城乡特色空间,以及商业综合体、老旧厂房、文博场馆等载体,拓宽非遗传承展示阵地。在场景打造上,打破传统单一静态展

陈模式,覆盖非遗展陈、特色演艺、研学体验、文创消费、科技互动等全业态,构建“看、听、做、学、玩、购”多维度沉浸式体验。

同时,突出年轻化破圈传播,依托国潮市集、跨界联名、盲盒潮玩、AI设计、潮流打卡榜等青春载体,借力微短剧、直播带货、社交媒体话题营销等传播方式,全方位扩大非遗受众面,让更多年轻人爱上非遗、传播非遗。



4月30日晚,扬州经开区扬子津街道在宝龙广场开展迎“五一”文化惠民活动,文艺表演、交通安全宣传及球员工见面互动等轮番上演,丰富居民群众夜生活,营造了浓厚的节日氛围。  
沈扬生 摄 视觉江苏网供图

## 江苏一季度 出口家电同比增4%

本报讯(记者 宋晓华)据南京海关统计,一季度,江苏出口家用电器182.4亿元,同比增长4%。

过硬的技术助力“江苏造”家电拓宽出口之路。海信容声(扬州)冰箱有限公司坚持以技术创新驱动产品迭代升级,从多门分区设计到智能交互系统,再到绿色低碳技术应用,企业凭借稳定可靠的品质在欧洲及东南亚等市场持续“圈粉”。今年一季度,该基地冰箱出库量达90万台,产品远销全球130多个国家和地区。

“清凉家电”走俏之际,“清洁家电”的表现同样可圈可点。苏州简单有为科技有限公司,拥有搭载创新扫振技术的“扫地僧”吸尘器、行业首创防缠双尘杯的除螨仪,以及IPX6级可水洗推入式洗地机等多款明星产品,今年海外市场营销预计同比增长3倍左右。

### 【版权声明】:

本报刊登的所有内容(包括但不限于文字、图片、绘图表、版面设计),未经本报授权和许可,任何单位和个人不得转载、摘编或以其他方式任何形式使用。违反上述声明者,本报将依法追究其相关法律责任。

### 【版权合作】:

如需使用本报自有版权作品,须与本报协商合作并事先取得书面授权和许可。  
法务及版权合作联系电话:025-96096  
025-58681007  
邮箱:yzfwbq@126.com