

《科技伦理审查办法(试行)》十二月一日施行 专家指出

应确保科技活动符合道德和伦理原则

□ 本报见习记者 丁一 □ 本报记者 文丽娟

近日,科技部、教育部、工业和信息化部等10部门联合印发《科技伦理审查办法(试行)》(以下简称《审查办法》),将于2023年12月1日起施行。《审查办法》将涉及人工智能、算法和模型设计、个人数据处理等在内的科技活动纳入监管范畴,规范科学研究、技术开发等活动的科技伦理审查工作,强化科技伦理风险防控。所谓科技伦理审查,是指对科技研发、应用、推广等全过程进行的伦理性评价和监督,其主要目标是确保科技活动符合道德和伦理原则,保护人的权益,避免或减轻可能的负面影响。《审查办法》有何亮点?如何推进完善科技伦理审查体系?《法治日报》记者就此采访了北京协和医学院人文和社会科学学院教授张新庆和清华大学科技发展治理研究中心主任助理陈天昊。

知情同意纳入审查

《审查办法》采用“一般列举(4项)+专家复核活动清单(7项)”的方式明确了需要进行科技伦理审查的活动范围,以及需要启动专家复核程序的高风险科技活动。如将“涉及以人为研究参与者的科技活动,包括以人为测试、调查、观察等研究活动的对象,以及利用人类生物样本、个人信息数据等的科技活动”列入审查范围,审查的重点内容和标准有“所提供的知情同意书内容完整,风险告知客观充分,表述清晰易懂,获取个人知情同意的方式和过程合规恰当”。那么,如何去评价一份知情同意书内容完整,风险告知客观充分,表述清晰?审查知情同意书的什么内容?会不会存在受试者不明白专业术语的问题?对此,张新庆分析说:“在伦理审查过程中,要注意审核项目申请书中知情同意书的书写是否规范,是否涵盖伦理审查的文件里规定的基本内容,同时,需要向研究参与者解释,让他们可以理解,自愿地去参加,认真考虑且自愿决定是否参与该项研究,而且参加过程中随时都可以自由撤出。”陈天昊说,前沿研究必然涉及专业术语,研究者要尽量用通俗的语言让受试者凭借常识可以理解。科学原理是同行评议的重点,而不是知情同意的重点。知情同意的重点内容是需要受试者知晓该项研究有哪些风险,哪些收益,持续多长时间等,这些是审查重点。对于公众所关注的审查主体泄露个人隐私、生物特征等信息的可能性,陈天昊认为,个人信息保护法为科技创新领域基于个人数据进行创新给出了一般的规范指引,但该指引如何在科技创新领域落地,还存在很多可解释的空间。“为恰当平衡合规要求与创新需求,科技主管部门可以考虑出台专门的合规指南,细化人工智能及数字技术领域研发采集个人信息的合规要求,如通过何种方式完成充分告知,何种程度上的变更需要重新获得同意,在科研场景下满足什么样的要求才达到个人信息保护法规定的允许处理敏感个人信息‘严格保护措施’以及‘特定的目的和充分的必要性’等。”陈天昊说。

审慎对待伦理风险

记者在《审查办法》中看到,在需要开展伦理审查复核的科技活动清单中,有一项是“面向存在安全、人身健康风险等场景的具有高度自主能力的自动化决策系统”。这意味着,如果一款产品可以通过对比目标人员和周围人群的表情、行为等,判断出如公共游泳池中的人是否遇到危险,继而识别儿童是否有呛水、溺水的可能,也需要开展伦理审查。张新庆进一步解释说,在泳池自动化决策系统的研究设计阶段,研究者有可能做对照实验。对照组是一组在水浅、没有风险的游泳池中游泳的青少年,这些人没有溺水风险;试验组是一组在水稍深、且暗潮涌动的水域游泳的青少年,这些人有较高溺水的风险。研究者通过高倍摄像头观察这两组孩子们的表现、姿态和求救信号等进行记录。当然,实验不会真让孩子溺水,一旦孩子呛水会立即救援。实验可以采集孩子面部表情并研究面部表情和溺水发生的因果关系,最后计算出孩子溺水的概率。采集信息并分析之后,研究者可以制作出在泳池中使用的软件,一旦泳池中孩子的姿势、表情发生变化存在潜在风险,计算机会自动警报。需要注意的是,让青少年参加这项有一定风险的溺水实验需要事前获得法定代理人同意并签署知情同意书。如果研究者希望幼儿参加实验,则需要论证为何需要年龄较小的孩子参加实验。此外,还需要阐明实验的设计原理、科学价值、对受试者的潜在风险以及潜在受益。“伦理审查与开展研究并不矛盾,实际上,伦理审查为科学研究保驾护航。《审查办法》目前比较弹性,清单上列举了经过学界争议不大、评判认为有较高伦理风险的七类技术,将来还可以增补,这并不是将此类技术列入黑名单,而是应当更加重视这类技术的伦理问题,以审慎的态度对待他们。”张新庆说。《审查办法》对此类科技创新提出了更高的审查要求,是因为其将人的生命、健康这些最为根本性的权益交由机器进行“自动化决策”。科学家研发自动化决策产品,提前嵌入的伦理逻辑是什么?其本身是否符合社会在一般意义上的伦理期待?陈天昊说,为此,引入公众参与、展开社会讨论,寻求普遍共识,就变得尤为重要。未来的法律法规及规章,应该在涉及上述核心价值问题时构建制度化的社会交往机制,促进共识达成。

压实审查主体责任

根据《审查办法》,高等学校、科研机构、医疗卫生机构、企业等为审查主体,并且设立科技伦理(审查)委员会,实行委员会认证机制,明确审查程序、监督管理。陈天昊认为,这是压实科技伦理管理主体责任的主要举措。《审查办法》对委员会如何运作作了一般性的、结构性的规范,如满足哪些条件可以受理,何种情况下适用一般审查程序或简易审查程序,以及哪些情况还需要提交外部专家进行复核等,搭建了制度框架。在张新庆看来,对于那些需要建立但还没有建立科技伦理审查委员会的领域或单位,最紧要的是要实现从零到有的突破,有了伦理审查委员会才能对认证机制进行规范,科技伦理审查委员会认证机制通过认证进行统一指导、统一监督,其目的是保证医学及文件所涉其他领域,建立委员会的审查质量和建设标准的规范化。“伦理审查的目的是通过他律保护受试者的权利,通过成立委员会,对研究项目进行科学价值和社会价值的伦理审查来保障研究参与者的权益,同时也维护医学的科学研究和遵循伦理规范之间的平衡。”张新庆说。对于如何确保科技伦理审查的独立性,张新庆认为,要靠制度和机制保障。首先伦理审查委员会委员需具有较高的专业素质和伦理素养;其次委员会人员构成要符合《审查办法》要求,既有专业人员、生命伦理专家,还要有法律人等。在评审项目过程中,还要减少来自项目申请者本人、所在机构领导及同事等因素的干扰,如果存在利益冲突情形的,伦理审查委员会的委员要“回避”。此外,伦理委员会以法人担责,若伦理审查不规范,要将限期整改等责任落实到法人主体上。伦理审查委员会要由人员构成,规章制度等方面向卫生健康主管部门备案,按照要求提供年度伦理审查报告。“《审查办法》对专家复核机制、科技主管部门的监管权力的安排,很可能遭遇信息不对称的问题,未来还应该逐步扩大科技伦理审查的公开性、透明性,参与性,在认证制度中嵌入信誉机制,以信誉机制遴选出具备充分独立性和专业性”的委员会。”陈天昊说。

到手商品存明显瑕疵赠品临期 预售期近2个月商品发货后“永远”在路上 “双十一”低价商品不应低质低效

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 万鹏

因为“双十一”大促,9.9元包邮就能买到原价40多元的商品?来自浙江丽水的消费者陈如的网购经历给出了否定答案。前不久,陈如在某电商平台看到平时售价40多元的凡士林身体乳因为“双十一”活动只卖9.9元,还包邮,便立刻下单付款,还把这款商品分享给多位闺蜜。但这两天她收到货后发现很“蹊跷”——商品展示页用的是凡士林品牌图片,实物粉色瓶子上却印着“X芝麻”三个字。她立刻做了退单处理。

陈如的经历并非个案。今年“双十一”,各大电商平台、直播间纷纷宣布“血拼”“低价”,但《法治日报》记者调查发现,低价营销的背后套路满满,有的玩文字游戏,存在虚假宣传,有的以次充好,还有的低价等于低效,商品迟迟不发货。

受访专家认为,“双十一”需要降价保质“双到位”,市场监管等部门应加大对违法违规销售行为的查处力度,对多次违规者亮“红牌”。

新电脑上多处划痕 新皮包上布满褶皱

“‘双十一’在某电商平台自营店购买一台笔记本电脑,可到手发现,电脑表面居然有多处划痕,还有明显的磕碰痕迹。”想趁着“双十一”叠加优惠券后“低价”入手心仪产品的浙江杭州市民张勇感叹,“难道真的便宜没好货?”同样有着“低价=低质”困惑的消费者不在少数。

北京市民王月的遭遇更加曲折,先后退货三回,才终于在享受优惠的同时买到了目标商品。

“严重怀疑一开始发货的是次品。”自从11月2日收到在某电商平台购买的皮包,王月形容自己一直处于“暴怒”状态。

“幸好我拍了开箱视频,皮包的瑕疵太过明显了,上面布满大量明显不合理的褶皱和纹路,皮包上印制的图案也不清晰。花正品的钱,即使是优惠价,也不能发这样的残次品啊,这包让人怎么背出去呀。”王月很愤怒。

她决定退货,立即联系客服,但对方当时给出的回应是:“您提供的皮包图片是正常的,可以放心使用。”

王月退而求其次要求换货,但再次被拒绝,客服这次给出的理由是:“目前已经没有多余货品了。”

最终在王月的反复交涉之下,客服提出以“只能写‘七天无理由退换货’,不能写是商品质量问题”为条件答应了退货。

为了能在“双十一”优惠期间买到皮包的王月,又转战了其他电商平台,但同样遭遇了购物“滑铁卢”:第二次买的皮包,可能是被长期挤压的缘故,导致包体有点变形;第三次买的皮包,上面的铜牌处有块污渍,怎么也去不掉。

“我高度怀疑这些可能是别人退换货的商品或积压的库存,在‘双十一’大促期间发了出来。要不然,我的‘中奖率’也太高了。”王月说。

她随后开始了第四次购物经历,这次终于买到了心仪的没有质量问题的商品,但“曲折”的购物过程让她直言“太累了”。

类似的“倒霉”经历不止王月一人遭遇。今年“双十一”期间,来自天津的刘华以优惠价买到一双左右脚不对称的运动鞋,“鞋子后面的品牌装饰条都印得不一样,特别明显,鞋子上还有线头”。

刘华找店家客服反馈,对方提供了两种处理方式:一是如果商品不影响使用,为减少退换货等待时间,她可以申请补偿30元然后将商品留下;二是由刘华承担运费后办理退货或换货。

刘华坚持要退货,但客服称因为这双鞋属于预售支付定金方式购买的,退货意味着定金也要退,所以不能通过电商平台进行免运费退货,要她自己寄回来,商家收到货之后,再补给她快递费。

然而,当刘华邮寄退货后再次联系客服时,客服又换了说辞,称“因为没有通过平台退货所以无法进行后续的快递费补偿”。在她看来,自己不仅倒霉而且还“哑巴吃了黄连”。

除了购买商品遇到以次充好问题外,一些赠品质量也堪忧。作为资深“剁手党”,北京白领李月因购物体验丰富,是一个500人社交购物群的群主。她告诉记者,促销期间,赠品出现质量问题是很常见的事情,“消费者觉得‘双十一’购物有很多赠品是占了便宜,而很多时候赠品是临期商品”。

“比如‘双十一’期间购买护肤品,赠品就是商家所谓的一大让利点,尤其是在一些直播间,主播会反复强调赠品的价值来证明商家的优惠力度,但很多消费者拿到手后发现,不少赠品保质期不足6个月,甚至只有一两个月。”李月介绍说,而且这些临期商品在线下店铺或电商平台上就能以很便宜的价格买到。

张勇不仅对购买的笔记本电脑“槽点”多,对附赠的一个小音箱也很不满意,因为它

● 消费者趁着“双十一”在某电商平台自营店购买一台笔记本电脑,可到手发现,电脑表面居然有多处划痕,还有明显的磕碰痕迹,附赠的小音箱也无法开机使用

● 在社交平台,有的消费者遇到商家承诺48小时发货,但是7天过去了商家依旧没有发货,有的消费者表示,客服第一次承诺11月5日前发货,到期后又承诺11月16日前发货

● 商家有责任,有义务将交易规则、商品信息等与消费者有重要利害关系的信息以显著的方式提醒消费者注意,要将促销的规则和商品信息真实、全面、准确地告知消费者,让消费者在充分知情的情况下自主选择

无法正常开机使用,他联系客服,对方表示,笔记本可以享受正常保修、退换货服务,但是赠品却不能享受相关服务,比如因质量问题7天包退、15天包换、1年保修等。

商品参加促销活动 下了单却暂时没货

这个“双十一”,还有不少消费者被预售“背刺”了。

“现在有些商品的预售时间这么长,30天预售,50天预售现象大量存在。”“双十一”期间,北京市民肖红准备入手一款价格优惠号称“最低价”的羊毛大衣,发现现在下单竟然要到12月上旬才能发货。

肖红说,自己之前遇到过类似情况,即商品预售时间比较长,而且最后还能发不了货。无奈之下,肖红经过考虑放弃购买这件大衣。她对商家为什么设置这么长时间的商品预售期很疑惑,还特意咨询了客服,但客服也解释不清楚。

除了这种预售,还有另一番意义的“预售”也十分“折磨”消费者——电商平台在“双十一”正式开始前设置预售期,也就是在11月11日开卖日之前,设置了为期20天左右的商品预售期。

有过多年零售行业从业经验的航越认为,从商家方面说,预售模式的确可以缓解库存压力,预售机制是品牌方和平台的双向需求,平台希望留住消费者的在线时间和打开频次,从而促成更多销量;品牌方则希望能提升运营效率,提高库存周转和物流周转率,降低运营成本。

虽然不乏消费者从大促预售模式得到了更大的实惠,但这些年,对预售的抱怨之声不绝于耳。

上海市民周雨在今年10月底急需一套瑜伽训练装备,因为正好赶上“双十一”预售期开启,她在各大健身平台做了一圈功课,再三比较后,终于决定买哪款装备,结果打开某电商平台发现,这套装备在预售。

客服称付定金可以优先锁定库存商品。“这意味着,商家备货压力转嫁到了消费者身上。”周雨无奈地说。最后,鉴于这套装备属于刚需,她在多个电商平台对比之后还是选择了参与这款商品的预售。

10月31日晚,在这款商品最后付清尾款的时间节点,“不擅数学”的周雨以810元的价格下了单,“客服当时还说‘大促购买的客户较多,库存有限’”。但到了11月5日,周雨看到这套装备还能拍,价格也没变。“那么,我参与预售的意义是什么?就为了缓解商家的库存压力?”除了超长预售期“折磨”消费者外,购买商品却迟迟等不来发货也是一大问题。

北京市民李芳10月31日晚上付款购买一款炒菜锅,但直到过了商家承诺的发货日期,也没有收到炒菜锅。

她问商家客服何时发货,客服的回复则显

得有些敷衍——“已经为您催促优先发货了”“很抱歉带来不好的购物体验”。李芳反复询问到底什么时候发货,对方则回答称,“目前没有明确的发货时间安排”。

“因为商家拖得时间太长,我已经错过了其他商家类似产品的优惠,现在只能等了。”李芳很无奈。

在社交平台,消费者的类似吐槽不在少数。有的消费者遇到商家承诺48小时发货,但是7天过去了商家依旧没有发货。有的消费者表示,客服第一次承诺11月5日前发货,到期后又承诺11月16日前发货。

网友@你的臭宝贝W在某电商平台上购买了卫衣套装,商品标注“预售15天”,但超过预售时间5天后,商品还没有发货。该网友向客服询问发货时间,客服表示会催促仓库出货,但还要再等一周左右。“本来就讨厌预售,现在告诉我还要再等一周左右,那我之前白等了20天。”网友气愤地说道。

广东珠海市民黄敏准备在“双十一”期间购入一款雨伞,但两次“栽坑”。“我看到自己喜欢的这款雨伞参加‘双十一’促销活动,于是火速下单,没想到第二天客服主动联系我,说‘这款雨伞停产了,没有货,而且也没有参与活动’。我又在第二家店下单成功,商家却告诉我‘暂时没货’。”

对此,黄敏满脸疑问:“刚刚还在打折促销,一眨眼就缺货了吗?”

还有消费者在社交平台上发文称遇到快递物流滞留不动的情况,比如快递在一个地点停留了3天甚至6天都没有动,“心心念念等了很久的快递,没想到在路上动不动,停了好几天”。根据某电商平台规则,订单按“发货”标准显示“已揽收/揽件”等信息后24小时内无任何物流更新记录的,就被视为虚假发货。

忘付尾款订单没了 花样变多规则复杂

一旦有消费者因为工作忙碌等情况忘记付尾款,预售体验就更糟糕了。

北京市民赵曦就是如此。“在一家电商平台,某品牌自营官方旗舰店预售一款气垫粉底液,我付了100元定金,但后来因为忙忘了这件事,结果错过了尾款支付时间,导致这个订单直接被删除。”赵曦回忆道。

“我先是问客服能不能再开通尾款支付,被拒绝,我又跟对方协商退还定金,但对方把预售规则发给我看,说‘定金不退了’,我又问能否以发放优惠券的方式减少我的损失,还是被拒绝。”赵曦说,“客服称‘系统会自动推送催付短信’,我找到这条短信,上面并未注明订单会被直接删掉。”

在赵曦表示将进行投诉后,客服又称“定金

是可以退的”,并操作将赵曦的100元定金做了退款处理。

11月9日,赵曦再次找到这款产品,发现在售价格和预售价格一模一样。

“在社交平台关于‘忘了付尾款定金怎么退’的帖子随处可见。”

“正常来讲,如果对预售商品反悔,必须先付完尾款,然后申请退货,这样的话,定金就能随着全款一起退回了。”一位商家表示,但如果忘记付尾款,之前付的定金就相当于打水漂了。对此,从事消费者权益保护的律师向记者解释称,“预售定金不可以退”,根据法律规定,给付定金的一方不履行债务,致使不能实现合同目的,无权请求返还定金,相反,债务人履行债务的,定金应当抵作价款或者收回。也就是说,无论债务人是否履行债务,定金都是不退的。当然,如果当事人有证据证明合同无效的,可以主张对方返还定金。

“消费者在预售方面的体验感越来越差。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅直言,预售的花样变多了,规则也变得复杂,这让很多消费者无所适从。

对此,不少消费者称,预售在一定程度上破坏了传统的“一手交钱,一手交货”消费准则,往往使消费者的权益难以得到有效维护。在中国法学会消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江看来,商家开展各种促销活动无可非议,但所有促销活动必须依据一个公平合理、公开透明的促销规则,不能通过“格式条款”方式减轻或免除自身责任,限制消费者权利,加重消费者责任。

“商家也有责任,有义务将交易规则、商品信息等与消费者有重要利害关系的信息以显著的方式提醒消费者注意,要将促销的规则和商品信息真实、全面、准确地告知消费者,让消费者在充分知情的情况下自主选择。”陈音江说,如果确实存在消费者权益受到损害的情况,平台应该妥善处理消费者的合理诉求,畅通消费者维权渠道。

陈音江强调,玩“文字游戏”以误导消费者的方式可能会获得一定经济利益,但从长远来看,无法让消费者获得良好的消费体验,对经营者发展产生负面影响。同时,烦琐的叠加促销规则可能侵犯消费者知情权。

庄帅也建议,商家在大促的安排上,可以根据预售的情况,在生产和物流的安排上设置得更加合理和科学。

还有业内人士建议,应设立更为合理的预售规则,加强对商家的监管,确保商品预售能够真正带给消费者便利和优惠,而不是成为商家的营销噱头。同时,引导和规范消费者的消费行为,提高消费者的理性消费意识。

(受访消费者均为化名) 漫画/高岳

