

市场监管

提振消费天天应是315

今年315的聚光灯再一次亮起。从保水剂虾仁到翻新纸尿裤,从维修平台乱收费到信息黑洞窃取个人隐私,一长串违法商家名单曝光。

负面案例集中曝光,难免让人担忧当下的消费环境。其实,我国产品质量安全形势总体是稳定的。市场监管总局数据显示,2024年我国食品安全评价性、抽检合格率99.2%,药品抽检合格率保持在99%以上。这是众多诚信企业共同努力的成果。

然而,整体形势较好,并不能掩盖部分企业法律意识淡薄、道德底线缺失。被曝光的案例虽然只是个别现象,但它们却像隐藏的毒瘤,威胁着消费者的合法权益,也影响着市场的健康有序发展。

从1991年至今,坚持举办315晚会的意义,就在于让违法企业心生畏惧。现实生活中,总有一些企业心存侥幸、明知故犯。他们平日里或许能蒙混过关,但在315这个特殊节点,媒体集中曝光、公众强烈谴责,会形成一股强大的舆论压力,让违法企业无处遁形。

还有一种企业更值得警惕,就是那些不

315不只是问题的曝光台,更应是监管的催化剂。唯有将一天的集中曝光转化为365天的长效治理,让每一家企业都敬畏规则胜过追逐利益,才能筑牢消费安全的基石,让人民群众买得放心、用得安心。

知法、懂法、对法律毫无敬畏的企业。今年被曝光的企业中,有人嫌弃地说售卖的东西“自己都不吃”,有人语气轻松地介绍如何用工业废品二次加工小孩子用的纸尿裤。这种肆意妄为的态度令人触目惊心,凸显其对法律的漠视和对消费者健康的极端不负责任。

针对曝光问题,市场监管部门连夜部署,开展执法行动,大快人心。不过,也有网友抱怨,为啥非要等到315才曝光?这一抱怨提醒监管要前移,做到早预防、早发现、早处理。不能让违法企业只在315这一天才受到惩罚。

315不只是问题的曝光台,更应是监管的催化剂。回看这几年曝光的问题,很多是老生常谈,有的当时上了热搜,企业痛心疾首

地道歉,可等关注度降下去了,企业仍然如故。这说明若监管执法仅靠曝光晚会驱动,违法者很容易卷土重来;若曝光沦为年度“打卡”,消费者权益保护便成了纸上谈兵。315像一只啄木鸟,精准啄破了腐烂的树皮,但暴露问题只是第一步,更重要的是解决问题,防止其再次发生。这对构建事前事中事后的全链条监管机制提出了更高要求。

守护消费者权益,从来不是一场晚会的独角戏,而是一场需要全民参与的持久战。315最大的价值并不是一夜之间的暴风骤雨,更在于修复整座森林的生态环境——当电子签平台为高利贷大开方便之门,暴露的是金融创新与监管的断层;当工业废品在监管盲区中“变废为宝”,折射的是产业链条的责任缺失;当隐私窃取成为灰色产业的“富

矿”,警示的是数字时代法治的滞后。这些乱象的根源,无一不在呼唤系统性治理:法律需要长出更锋利的牙齿,监管需要织就更细密的网络,公众需要瞪大更雪亮的眼睛。

市场治理需保持365天的警觉。近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,强调要营造放心消费环境。这种良好的消费环境只能靠久久为功建起来。唯有将一天的集中曝光转化为365天的长效治理,让每一家企业都敬畏规则胜过追逐利益,才能筑牢消费安全的基石,让人民群众买得放心、用得安心。



促进生活服务消费,是近日印发的《提振消费专项行动方案》提出的关键着力点。作为这类消费模式的一种,即时零售已成为推动我国居民消费增长的重要力量,越来越成为扩内需、促消费的重要支撑。前不久商务部研究院发布的《即时零售行业发展报告(2024)》显示,在平台、商超、品牌商、小店、即时配送等主体的协同创新下,即时零售呈现蓬勃之势,预计2030年我国即时零售市场规模将超2万亿元。

即时零售是一种新型零售业态,通过线上即时下单、线下即时履约,依托本地零售供给,迅速满足本地即时需求。即时零售具有便利性、多样性、高效性等突出特点,在释放居民多元消费需求、提升本地零售供给能力、优化要素资源配置和激活国内市场活力等方面发挥着越来越重要的作用。党中央、国务院高度重视即时零售等新型消费模式的发展,2023年印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》明确提出,加快培育新型消费,支持线上线下商品消费融合发展,加快传统线下业态数字化改造和转型升级,积极发展智慧超市、智慧商店、智慧餐厅等新零售业态。近年来,即时零售市场规模持续扩大,订货量持续上升,成为我国零售业新的增长点。京东七鲜发布数据显示,2025年春节假期,京东七鲜订单量同比增加近100%,即时零售已经成为节日期间消费者购货的主流选择。

也要看到,我国即时零售发展仍然面临一些困境和挑战。传统零售行业数字化经营人才匮乏,线下门店数字化运营专业性、前瞻性不强,传统零售业向即时零售等新型零售业态转型仍然较慢。数字技术及其配套设施的渗透率仍然较低,大型零售企业和连锁商超在更新数字技术设施时,面临新旧系统不兼容、沉没成本高等风险和成本。中小零售商户普遍存在数字化基础相对薄弱、入驻电商平台成本较大等现实困境。配送骑手遭受算法歧视的问题仍然存在,部分平台对配送骑手缺乏支持帮助、权益保护,即时零售领域监管制度亟待构建,行业规范亟待完善。

即时零售具备高效配送的突出优势,显著提升了消费者的消费体验,未来崛起势不可挡。下一阶段,应抓住数字基础设施建设、数字化经营管理人才培养、多元主体利益保障等关键环节,多管齐下、多方发力,持续推动即时零售扩容提质。

推动数字基础设施普及完善。紧抓数字经济发展重要战略机遇期,加快云(云计算、大数据)、网(互联网、物联网)、端(智能终端、软件应用)等数字基础设施建设,构建新型信息基础设施体系,夯实即时零售全链条数字化基础条件。加快制定智慧物流、即时配送等新兴领域标准,完善现代物流标准体系。支持本地物流、即时配送节点建设,对参与即时物流、社区配送的物流企业和配送骑手给予一定的补贴,引导即时零售全链条、多维度开拓下沉市场。

加强数字化经营管理模式创新。支持经营主体参与打造数字化即时零售供应链生态,研发数字化管理系统和数字化解决方案,开展线上引流、线下理货等商家代运营服务。加大数字技术领域研发力度,加快破解国内高端芯片、操作系统以及数字基础设施等领域面临的技术攻关迟缓和低自给率等发展困局,进一步支持即时零售线上平台系统、线下商家实体和物流配送体系的数字化、智能化和信息化转型升级。加快即时零售领域创新人才培养,革新调整经营学科的人才培养模式,筑造服务于国内零售业模式深刻变革、经营理念思维创新转变的应用型人力资本蓄水池和培育仓。

切实保障即时零售多元主体利益权益。协调即时零售经营主体同社区治理、交通安全、数据共享、政府监管和社会保障之间的相互关系,减少城市内各区域、社区单元间最末端的商品或服务流动壁垒。构建涵盖即时零售供应链、商家、消费者、配送骑手的信用体系,维护配送骑手、零售商户和消费者多元主体的安全和利益。加大对侵犯知识产权、销售假冒伪劣商品和虚假宣传等行为的打击力度。

优化供给释放旅游消费潜力

姜照

今年的《政府工作报告》提出,释放文化、旅游、体育等消费潜力。加快释放旅游消费潜力,能够在提振服务消费、带动旅游上下游产业发展、增进就业岗位和促进经济增长等方面发挥重要作用。

近年来,我国旅游消费发展态势良好,增长速度较快,新业态新亮点不断涌现。受热门影视作品、游戏等影响,新疆阿勒泰、山西大同等地成为旅游热门目的地。随着虚拟现实、人工智能等新技术的推广应用,智慧旅游成为旅游消费新潮流。另外,受益于免签政策的持续优化,外国人入境旅游成为新亮点。

同时也要注意,我国旅游消费仍然存在一些堵点和痛点,制约了消费潜力释放。例如,旅游产品同质化严重,没有充分满足消费者的多样化、个性化需求;旅游景区的交通基础设施、信息化设施等存在短板;旅游消费环境有待优化,个别景区存在虚假宣传、隐形消费较多等现象。未来,要优化旅游产品供给,提升旅游基础设施,完善旅游消费环境,加快释放旅游消费潜力。

优化旅游产品供给。鼓励企业打造特色化、差异化旅游线路,开发温泉度假、房车旅行、特色摄影、邮轮游艇、乡村民宿、冰雪旅游、户外研学游等新型旅游产品。鼓

励企业结合免签入境政策,积极开发国际精品旅游产品。支持有条件的城市打造旅游产业园、旅游休闲街区,重点发展城市旅游休闲带,鼓励居民微度假、周边游。加强虚拟现实、人工智能等技术在旅游业中的应用,鼓励发展智慧旅游。鼓励企业打造旅游消费领域的国货潮牌,支持发展首店、首秀、首演、首展等。

提升旅游基础设施。完善城乡景区与主要交通枢纽之间的交通连接,增设旅游专线。加强旅游配套设施建设,推动景区设施设备进行适老化、绿色化、舒适化改造,推动无障碍设施建设。合理增加停车场等公共服务设施的数量,加快智能停车系统建设。健全游客服务中心功能,完善旅游标识系统。积极开发智慧旅游平台,完善信息查询、在线预订、电子支付等功能。

完善旅游消费环境。健全跨部门、跨地区的旅游市场监管机制,探索利用数字技术加强智慧监管,严厉打击无证经营、虚假营销、设置消费陷阱等违法违规行为。鼓励旅游行业协会制定行业规范,加强行业自律,引导旅游企业诚信经营。宣传文明旅游知识,引导游客保护生态环境。不断完善旅游投诉处理机制,畅通投诉渠道,及时受理和处理游客投诉,维护游客合法权益。



王 鹏作(新华社发)

莫使保险保障变陷阱 维护消费者“差评权”

近期,多名消费者反映在互联网平台遭遇保险消费陷阱:购买的某保险产品“1.6元百万医疗险”,首月享受低价保费后,次月被自动扣划数百元保费且未获提前告知。不仅如此,该保险产品还存在投保后变更保险产品、自动续费扣款未提示、维权退费难等问题,引发关注。

近年来,作为数字经济与金融融合的产物,互联网保险因投保便捷、核保智能等特点,降低了普惠金融服务门槛,迅速赢得市场认可。《中国互联网保险发展报告(2024)》显示,2013年至2023年10年间,互联网保险的保费规模年均复合增长率达32.8%。

在行业高速增长的背后,矛盾却也日益凸显:部分对“低价”“免费”较为敏感的消费者的被算法精准捕捉,一些平台与保险企业通过夸大优惠信息、弱化保险条款中的续费规则、模糊免责条款等关键信息误导消费者投保;还有不少中小型险企为争夺流量,被迫参与价格竞争,导致合规经营主体面临“劣币驱逐良币”的困境。据某投诉平台数据,截至3月12日,“互联网保险”相关投诉多达3179条,投诉内容集中在虚假宣传、自动扣费、拒绝理赔等,不仅损害了消费者合法权益,还破坏了市场秩序,影响了行业形象。

从销售渠道看,互联网平台本应承担起产品审核的责任,确保保险产品质量和条款的合理性。依据《互联网保险业务监管办法》要求,投保流程应包含身份验证、电子签名等风控环节,但有些平台在产品准入把关上存在明显疏漏,他们为追求用户转化率,弱化风险提示、简化流程手续,导致“无意识投保”频发。这种审核缺失不仅使消费者暴露于风险中,更将本应前置的监督责任转嫁

此外,一些平台的自动续费机制也是消费时的一大痛点。尽管消费者权益保护法实施条例明确要求经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意,但不少平台仍存在提示信息隐蔽化、关闭路径复杂化等现象。

要治理乱象,构建健康有序的行业生态,让互联网保险真正成为抵御风险的保障,不能仅靠消费者擦亮双眼,更需多方形成合力。

监管层面,一方面相关部门可在完善保险产品数字消费场景规则的基础上,探索“责任共担”制度创新:当消费争议发生时,若平台无法证明已履行审核义务,则应与保险公司按比例承担先行赔付责任,以此强化销售渠道风控意识。另一方面要加强技术监控手段,确保互联网保险合同条款不可篡改,从根本上保障消费者权益。

作为连接供需双方的关键一环,平台应承担起“守门人”职责。在广告审核环节建立更严格的筛查机制和详细保费说明机制,避免“文字游戏”误导消费者。同时优化用户体验设计,将退费、自动续费开关等设置得更便捷、醒目,充分保障消费者自主选择权。

行业层面,协会组织可通过建立数据共享机制,对屡遭投诉的保险产品和保险产品采取亮“黄牌”、列入“黑名单”、联合禁售等措施。另外,加强消费者风险防范意识教育也是不可或缺的一环。协会组织可联合监管部门、媒体、社区等开展专题宣传活动,提升公众特别是老年群体对“首月低价”“免费保障”等营销话术的辨识能力,以及有针对性地开发适老化功能。

维护消费者“差评权”

消费之后,在社交平台发布对商家“种草”或“避雷”的点评,是近年来兴起的一种新消费现象。然而,部分商家认为负面评价损害了自身的名誉权,由此引发一系列官司。重庆市第五中级人民法院近期就披露了一起相关案例。消费者有没有权利在网上打差评?应当看到,消费之后对商品质量和服务进行评价是消费者行使监督权的正当行为,合理差评和正当投诉也有利于维护消费者的合法权益,促使商家提高服务水平和竞争力,经营者应有容人之量,针对不足采取改进措施来提升商品和服务质量。不过,消费者应当基于事实在社交网络上发表对商品或服务的评价,不能滥用手中的权利,依法理性维权,维护清朗网络空间。

(时 锋)

盘活用好农村资源资产

张金城

农村资源资产是加快推进乡村全面振兴的重要物质基础。今年的中央一号文件对管好用好农村资源资产提出了明确要求。在推进乡村全面振兴的新阶段,对农村资源资产进行科学管理与高效利用,对推动农业增效、农村增活力、农民增收意义重大。

我国广袤的农村承载着丰富多样且各具特色的自然资源、经济资源、文化资源、生态资源。其中,耕地、林地、水域等自然资源,为农业生产活动提供基础,承担着粮食安全与农产品供给的重任。农村的集体经营性资产与非经营性资产,为农村产业发展提供了物质条件。农村的民俗文化、传统技艺及古建筑古村落等文化资产,是乡村历史的记忆与文化传承的宝库。农村的森林、湿地、草地所形成的天然生态系统,也具备独特的经济开发潜力。

当前,农村资源资产在管理与利用方面仍存在一些突出问题,未能充分释放其潜在价值。部分农村地区资源资产权属不明晰,纠纷不断、流转不畅,影响了经营主体参与投资积极性。在资源资产开发利用过程中,一些地方缺乏规划意识,盲目跟风、过度开发,一定程度上造成资源浪费和生态环境破坏。农村资源资产的运营效率普遍不高,缺乏市场思

维、经营方式单一,资源资产增值效益不高。下一步,还需管好用好农村资源资产,充分发挥其经济效益,助力实现乡村全面振兴。

明晰权属,为农村资源资产合理利用创造条件。权属明晰是资源资产合理配置和有效利用的前提。要全面开展农村资源资产清查,对农村土地、山林、水域、集体资产等进行详细梳理,确保每一项资产都有明确的归属和权责记录。重点关注解决过去农村资源资产流转、分配过程中存在的历史遗留问题。加强宣传教育,让农民积极参与产权明晰工作。通过确权让每一项资源资产都有清晰的“身份”,从源头上减少纠纷,为后续优化配置提供便利条件。

立足资源禀赋和产业基础进行科学规划。科学规划是实现农村资源资产可持续开发利用的关键之举。各地应结合自身实际情况,通过深入调查研究,因地制宜制定资源资产开发利用方案。自然风光得天独厚的乡村,可打造特色民宿、农家乐等乡村生态旅游路线;历史底蕴深厚的村落,可充分挖掘自身文化资源,塑造别具一格的文化体验场景;农产丰富的地方,可围绕农产品深加工、品牌打

造做足文章。在规划过程中,应将生态保护置于核心位置,实现经济与生态的和谐共生、良性互动。

适应市场经济要求提升农村资源资产运营效率。引入多元开发主体,强化资源资产的力量统筹。鼓励社会资本参与农村资源资产运营,发挥其在资金、技术、管理等方面的优势,形成互利共赢的合作模式。鼓励农村地区打破地域和行业界限,培育乡村新产业新业态,推动农村一二三产业融合发展。例如,将农业生产与农产品加工、乡村旅游、农村电商等产业有机结合,开拓更为广阔的市场。强化农村集体经济组织建设,完善内部治理结构,凭借科学的运营模式与专业的管理策略,让农村的资源资产在高效流转与运营中实现保值增值。健全收益分配和权益保护机制,加大对农民权益的保护力度,持续拓展农民增收渠道,为农民带来实实在在的福利。

将农村“沉睡”的资源资产转换为“流动”的财富是一项长期且艰巨的任务,需要凝聚多元主体共治合力。要对农村资源资产进行科学管理与高效利用,为乡村全面振兴注入源源不断的动力,加快绘就新时代乡村壮美画卷。