

搞变通、“打擦边球”？ 破除地方保护和市场分割有新举措

“限定经营者所有制形式、注册地”“强制在本地投资经营或者设立分支机构”……围绕当前不当干预市场竞争的突出表现,市场监管总局3月18日召开新闻发布会,介绍近日发布的《公平竞争审查条例实施办法》有关情况,针对解决经营主体反映强烈的问题,回应社会关切。据悉,《公平竞争审查条例实施办法》将于今年4月20日起正式施行。

明确红线底线

去年8月起施行的《公平竞争审查条例》明确要求,起草涉及经营者经济活动的法律、行政法规、地方性法规、规章、规范性文件以及具体政策措施,应当开展公平竞争审查。此次实施办法出台,是对条例的进一步细化和明确。

市场监管总局竞争协调司司长周智高介绍,实施办法对条例确立的4个方面19项审查标准进行了逐项细化,规定了66

项政策措施中不得包含的内容,明确了各项禁止性规定的具体表现形式。

比如,实施办法将不得限定经营、购买或者使用特定经营者提供的商品或者服务的规定,细化为明确要求或者暗示,限定经营者所有制形式、注册地或者设定其他不合理条件,设置不合理的项目库、名录库,通过奖励性或者惩罚性措施限定交易等5种不得实施的

具体行为,涵盖了当前监管执法中发现限定交易问题的主要类型,便于各地区、各部门在审查工作中逐一对照理解和把握。

据介绍,公平竞争审查制度涉及范围广泛,制定市场准入和退出、产业发展、招商引资、政府采购、招标投标、资质标准、监管执法等涉及经营者经济活动的政策措施,都需要进行公平竞争审查。

遏制招商引资恶性竞争

目前,企业对有的地方强制在本地投资经营或者设立分支机构反映较多。对此,实施办法明确规定,不得将在本地投资或者设立分支机构作为开展生产经营活动的必要条件,实施变相强制的行为。

在政府采购和招标投标领域,实施办法规定不得要求优先采购本地经营者提供的商品,不得将经营者取得业绩、奖项荣誉、缴纳税收社保的区域及注册地址等作为招标、加分条件,并

不得用于评价企业信用等级,也不得设置不合理的公示时间、响应时间等。

《公平竞争审查条例》禁止违法违规给予特定经营者选择性、差异化的财政奖励或者补贴。有的地方在出台经济促进、招商引资等政策时,搞变通、“打擦边球”,也有的“一刀切”,一律禁止财政奖励补行。

“这两种做法都是不准确的。”周智高介绍,实施办法一方面规定不得以外地经营者将注册地迁移

至本地、在本地纳税、纳入本地统计为条件实施财政奖励或者补贴;另一方面明确了什么是“特定经营者”,即“在政策措施中直接或者变相确定的某个或者某部分经营者,但通过公平合理、客观明确且非排他性条件确定的除外”。

周智高表示,这既有利于遏制招商引资恶性竞争行为,同时也有利于加强竞争政策与产业政策协同,推进产业政策由差异化、选择性向普惠化、功能性转变,增强政策实施效能。

加强制度刚性约束

如何防止出现责任“虚位”、“形式”审查、制度“空转”等问题?实施办法从责任落实和制度激励、问题发现和核查处置、督促整改和责任追究三方面作出了专门规定。

如进一步明确市场监管总局和县级以上地方市场监管部门在推动公平竞争审查制度落实中的责任,对政策措施起草单位严格落实公平竞争审查责任作出规

定,要求建立健全公平竞争审查机制,设置专门的机构和人员,确保职责清晰明确、责任压实到位。

针对违反条例规定的政策措施,实施办法进一步明确,任何单位和个人都可以向市场监管部门举报,确定了各级市场监管部门职责,并对举报处理时限提出明确要求。

下一步,市场监管总局将整理公布各省、自治区、直辖市市场

监管部门举报受理方式,进一步畅通举报渠道,及时回应经营主体关切。

据透露,市场监管总局正在抓紧修订《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为规定》,进一步完善执法程序,强化责任追究,增强执法的针对性和有效性,有关草案将适时向社会公开征求意见。

新华社记者 赵文君

在当今互联网时代,网购已成为人们重要的生活方式。然而,随之而来的网络消费陷阱、纠纷也不时有发生。记者近日采访发现,虚假发货、单货不一致、货不对板等问题频发,且具有隐蔽性,一些商家浑水摸鱼,违法套利,严重侵害了消费者权益。

网购“虚假发货” 缘何屡屡发生?

“虚假发货”“买A发B”因何发生?

不久前,天津市民刘梅(化名)在某电商平台下单购买一个浴室置物架,结果收到了一块洗碗布,正在纳闷时,打开手机电商平台APP发现,所购买商品显示已签收。于是,她向商家询问,商家回复说洗碗布是赠品,真正商品有另一个快递单号,可凭号去快递驿站取。

刘梅根据商家提示拿到了一包快递,包裹上的信息显示,收货地址是自家的,但姓名和手机号不符,她将信将疑拆开了快递,发现商品的品牌与自己下单购买的并不一致。经查询,二者价格相差两倍以上,刘梅感觉被“坑”了,于是向电商平台客服投诉。

刘梅在接受采访时表示,她已不是第一次遇到这样的问题,之前还有一次快递单号不对,但收到的商品没错,她就没在意,但这次商品的品牌、价格都不符,难以接受。

“第二天,我没有收到平台客服的回复,却接到了商家的电话,希望私下赔偿,让我撤销投诉。我不同

意,继续找了客服。”刘梅说,经过连续几天反复沟通,她最终同意由商家和电商平台分别给予一定补偿,合计100多元,仍不及订单价格。至此,这一纠纷告一段落。

记者在“黑猫投诉”平台上看到,关键词中包含“虚假发货”的投诉达23.4万条,涉及多个电商平台,“显示已签收却没收到货”“物流信息不对”“货不对板”等问题频发。在社交媒体上,关于网购“虚假发货”的讨论也是热点话题之一。

从事电商行业多年的李磊(化名)告诉记者,快递发“AB单”现象目前主要来自无货源商家,即一个是购物平台上填报的物流信息(快递号A),另一个是实际发货的单号(快递号B)。

“例如在某电商平台上,商家为了增加曝光率,往往会加上专属物流的标志,而无货源商家会从该平台发一个空单或赠品单,再从其他平台下单实际商品,目的是为了赚差价。”李磊说。

明令禁止为何屡禁不止?

记者梳理发现,目前各大电商平台均已明令禁止“无货源店铺”,并发布相关治理公告,一些电商平台曾公布过打击虚假发货的案件,一些不法商家已付出了相应代价。但类似的投诉案件为何仍然频繁发生?记者调研发现,其背后有多重原因。

——不法商家牟利。多位业内人士表示,虚假发货起初用于平台商家刷单,目的是增加流量和关注度。“我们刚开始是在专门网站买物流单号,三毛钱一个,后来监管严了,公司几个员工之间互相刷单涨流量,许多商家对于这一套路十分熟悉。”李磊说,如今,无货源商家为了同时获得流量和利润,面对真实客户,也采用虚假发货方式赚差价,盈利空间可观。

——消费者“小惠即安”。许多消费者坦言,网购就是图个便利,“多

一事不如少一事”,如果商品没问题,也就不吱声了,再加上商家给了赠品,便不再追究物流环节的瑕疵。对于个别较真的消费者,商家会主动提出“仅退款”或现金赔偿,消费者时间和精力有限,若商品价格不太高,通常不会过多纠缠和追责。对于商家而言,面对大量的消费群体,总体算来也不吃亏。

——电商平台“和稀泥”。刘梅说,此次纠纷中,平台客服专员的态度模棱两可,倾向于让商家和消费者自行解决。天津财经大学组织创新与治理研究中心主任彭正银认为,对于虚假发货等侵犯消费者权益的行为,商家负直接责任,平台也有失察之责。彭正银说,近几年,平台对商家的资质审核比较严,但对于物流信息、货品品质等问题缺乏有效监管手段和管理标准。

清朗网络消费生态如何打造?

当前,平台经济、直播电商作为中国经济发展的新业态、新模式,发展迅猛,活力十足。国家统计局公布的数据显示,2024年,全国网上零售额155225亿元,比上年增长7.2%。其中,实物商品网上零售额130816亿元,增长6.5%,占社会消费品零售总额的比重为26.8%。

在此背景下,如何推动电商平台规范有序发展,打造清朗网络消费生态?解决假冒伪劣、虚假宣传等顽疾是当务之急。

商家树立诚信经营的理念是保障消费者权益的基础。天津辰一律师事务所律师常扬表示,买卖双方通过信息网络方式订立买卖合同,须承担合同约定的责任。

消费者的维权意识还需提升。根据消费者权益保护法,一旦商家的行为构成欺诈,消费者有权获得三倍购物价款的赔偿,赔偿额若低

于500元,则按500元计算。“事实上,这一赔偿标准往往难以落实,消费者需进一步提升维权意识,保存好订单信息和沟通记录等证据。”万商天勤律师事务所律师邢国华说。

专家认为,电商平台的治理能力亟待提升。彭正银说,网络平台作为数字经济的核心载体,已成为引领经济高质量发展的重要力量,建议构建平台数字治理准则,通过亮黄牌、累计记分处罚制等方式,让监管落到实处。

南开大学中国公司治理研究院院长李维安表示,电商平台作为连接消费者与商家的桥梁,应确立“向善”的平台治理导向,建议利用大数据、人工智能等技术,实时监测交易参与者的行为和物流信息。同时,政府监管部门与电商平台建立信息共享机制,及时将涉嫌违法的商家信息通报给相关部门,形成监管合力。

新华社记者 王宁

2024年末 陕西省常住人口3953万人

本报讯(记者 张维)3月18日,陕西省统计局、国家统计局陕西调查总队公布了2024年陕西省国民经济和社会发展统计公报。2024年,全省经济结构持续优化、内生动力显著增强,呈现稳中有进、进中向好的良好态势,高质量发展和现代化建设取得新成效。

初步核算,2024年陕西省地区生产总值35538.77亿元,比上年增长5.3%。其中,第一产业增加值2621.96亿元,增长3.5%,占生产总值的比重为7.4%;第二产业增加值14518.97亿元,增长6.1%,占生产总值的比重为40.8%;第三产业增加值18397.84亿元,增长5.0%,占生产总值的比重为51.8%。人均生产总值89915元,

比上年增长5.3%。全年民营经济增加值17581亿元,占生产总值的49.5%,较上年提高0.7个百分点。

2024年末陕西省常住人口3953万人,比上年末增加1万人。其中,男性2015万人,占50.97%;女性1938万人,占49.03%。城镇人口2615万人,城镇化率达到66.14%;乡村人口1338万人,占33.86%。

2024年,陕西批发和零售业增加值2878.36亿元,比上年增长5.4%;交通运输、仓储和邮政业增加值1527.57亿元,增长5.8%;住宿和餐饮业增加值629.27亿元,增长5.6%;金融业增加值2151.42亿元,增长2.5%;房地产业增加值2073.69亿元,增长1.3%;信息传输、软件和信息技术服务业增加值

1150.22亿元,增长4.6%;科学研究和技术服务业增加值1197.32亿元,增长9.2%。

2024年全年货物运输总量18.84亿吨,比上年增长4.5%;货物运输周转量4595.59亿吨公里,增长2.6%。旅客运输总量4.75亿人次,增长15.3%;旅客运输周转量965.18亿人公里,增长14.3%。

2024年全年完成邮政行业业务总量322.14亿标准量,比上年增长37.5%,其中,快递业务量25.6亿件,增长50.4%。电信业务总量486.39亿元,增长13.4%。2024年年末固定电话用户643.29万户;移动电话用户5199.79万户,其中,5G移动电话用户2818.40万户。固定互联网宽带用户2029.02万户。