



# 治理执行乱就要敢于刀刃向内

## 法治观察

如果说此前的一系列规范性文件只是将错误执行的板子打到执行人员身上,那么这次司法解释则是要将错误执行的板子直接打到法院身上来

□ 谭秋柱

近日,《最高人民法院关于审理涉执行司法赔偿案件适用法律若干问题的解释》(以下简称《涉执行司法赔偿解释》)发布,该解释自2022年3月1日起施行。

自20世纪90年代以来,执行难问题一直受到全社会的广泛关注和党中央的高度重视,解决执行难成为人民法院的一项重要工作。最高法于2019年3月12日宣布实现“基本解决执行难”的阶段性目标,紧接着又

展开了一场“切实解决执行难”的硬仗。

执行难的成因十分复杂,其中不乏法院自身的原因,如某些法院执行人员选择性执行、消极执行、超范围执行等。相对于债务人无财产可供执行、逃避执行、抗拒执行等情形而言,因法院原因导致的“执行难”准确来说是“执行乱”,根源是执行法院或者执行人员滥用民事执行权。

执行乱既是一种腐败现象,也是执行难的原因。因此,切实解决执行难,必须治理执行乱。为此,最高法多次开展规范执行行为专项整治工作,并发布了一系列规范性文件,如《人民法院规范执行行为“十个严禁”》(《人民法院办理执行案件“十个必须”》)等。执行人员违反这些文件,人民法院可对其进行惩戒,但当事人、案外人却不能据此要求获得赔偿。正因为如此,上述文件对于规范执行行为有一定作用,但还不足以根治执行乱。

填补因错误执行遭受的损失,申请国家赔偿应该是法定途径。但是,在此之前,法律规定并不系统,程序也不顺畅。其中,尽管国家赔偿法规定错误执行造成损害可申请国家赔偿,但没有明确规定错误执行的具体情形,操作性不强。2016年10月1日起实施的《最高人民法院关于审理民事、行政诉讼中司法赔偿案件

适用法律若干问题的解释》(法释〔2016〕20号)列举了因错误执行可以请求国家赔偿的11种情形,但是其又规定必须在执行程序终结后提出请求,针对错误执行申请国家赔偿还是困难重重。

2018年6月29日,最高法赔偿委员会提审了丹东益阳投资有限公司申请丹东市中级人民法院错误执行国家赔偿一案。经合议庭组织双方进行协商,丹东中院给予丹东益阳公司国家赔偿300万元。该案被称为最高法提审错误执行国家赔偿“第一案”,并成为最高法第116号指导案例。该案例对如何理解“在执行程序终结后提出请求”具有示范意义,也发出了通过国家赔偿倒逼法院规范执行的重要信号。

尽管“法释〔2016〕20号”司法解释和第116号指导案例基本明确了错误执行司法赔偿案件的审理程序,但是规范仍不够系统,尤其不能突出“涉执行”的专门性。针对涉执行司法赔偿领域的新情况新问题、人民群众对于权利保障的新要求新期待,此次《涉执行司法赔偿解释》对审理涉执行司法赔偿案件适用法律适用问题作出了统一规范,明确了涉执行司法赔偿适用的情形,受理赔偿请求的条件,认定错误执行的依据及其除外情形、损害证明责任的分配、人民法院不承担赔偿责任的情形、赔偿范围的认定等内容。从

总体上看,《涉执行司法赔偿解释》便利了涉执行当事人申请,也有利于当事人获得国家赔偿。

如果说此前的一系列规范性文件只是将错误执行的板子打到执行人员身上,那么这次《涉执行司法赔偿解释》则是要将错误执行的板子直接打到法院身上来——法院要对执行人员的违法行为承担损害赔偿赔偿责任。这既是实体正义的要求,也体现了人民法院治理执行乱的坚决态度:通过便利当事人申请并获得国家赔偿,明确并落实法院的责任,倒逼法院进一步规范执行行为,防止错误执行。同时,人民法院赔偿委员会审理涉执行司法赔偿案件,在维护执行当事人、案外人合法权益的同时,也能对民事执行权进行制约。可以说,系统规定涉执行司法赔偿规则,体现了人民法院刀刃向内治理执行乱的决心和勇气。

我们相信,随着《涉执行司法赔偿解释》的实施,在保护错误执行受害人合法权益的同时,人民法院执行行为将更加规范,执行乱的问题将得到进一步治理。以此为基础,切实解决执行难,“努力让人民群众在每一个司法案件中感受到公平正义”的目标更加可期!

(作者系中国政法大学诉讼法学研究院教授)

# 「竞业限制」需要司法限制

## 法律人语

□ 王天玉

近日,一则有关竞业限制的新闻引起了公众关注:一算法工程师因违反竞业限制协议被索赔200万元,二审法院认定其未违反竞业限制协议,无需返还竞业限制补偿金。近年来,竞业限制协议在互联网行业已成为普遍做法,相关争议频发,违约金数额不断攀升,甚至出现了天价索赔案。不仅如此,在一些技术含量相对较低的行业,劳动者被要求签订竞业限制协议的情况也越来越多。在这一趋势下,如何正确理解竞业限制,如何把握竞业限制协议的正当边界成为很多劳动者非常关心的问题。

根据我国劳动合同法的规定,竞业限制可以从以下几方面理解:适用对象为用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员;限制内容为前述人员在解除或者终止劳动合同后,不得到与本单位存在竞争关系的单位任职,或者自己开业生产或者经营同类产品,从事同类业务;限制期限一般不得超过两年;约定形式可以是劳动合同中的竞业限制条款,也可以是单独的保密协议;在竞业限制期限内,用人单位须根据协议

按月给予劳动者经济补偿,而劳动者若违反竞业限制,则应当按约定支付违约金。

竞业限制的本质是保密制度,是以约定的形式将劳动者负有的保密义务延续至劳动关系消灭后的一段时间,防止与用人单位存在竞争关系的单位或个人通过“挖人”或“自立门户”获得不正当利益。因此,“秘密”与“竞争”就构成了竞业限制的两个核心要素,对这两个概念的解释也就决定了竞业限制的边界。在个案中体现为司法对是否违反竞业限制的判断。

劳动合同法对“秘密”和“竞争”的规定都较为简略。其中“秘密”是指“用人单位的商业秘密和与知识产权相关的保密事项”,但“商业秘密”和“知识产权相关的保密事项”都相当宽泛,并无配套实施细则或司法解释予以界定,这就使得用人单位对“什么是秘密”有很大的决定权。既然“秘密”的范围可以扩大,那么能接触到的人员中,除高级管理人员、高级技术人员有岗位级别限定外,“其他负有保密义务的人员”也必然随着“秘密”范围的扩大而扩大。这就可能导致接触过单位业务或技术流程的人员都负有“保密义务”,相应地也就纳入到竞业限制的范围。

而“竞争”同样缺乏限定,劳动合同法将“竞争”基本等同于“生产或者经营同类产品,从事同类业务”,而判断“同类产品或业务”在实践中多是依据企业工商登记的经营范围。以算法工程师200万元索赔争议案为例,一审法院认定竞争关系的依据是“两家公司均从事计算机软硬件相关技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务,经营范围存在重合。”如果说依据“经营范围”的经验性判断在工商业领域尚可行的话,那么在互联网行业显然不合时宜,各公司几乎都是从事计算机软硬件的相关技术活动,经营范围基本都是重合的。若仅以此判断竞争,就意味着劳动者与任何一家公司签订竞业限制协议后就无法在全行业就业,这显然是不公平的。

可见,竞业限制制度仍需要完善,须通过法院裁判不断积累劳动合同法对“秘密”和“竞争”的知识和判断方法,依靠司法共制制定实施细则或司法解释,不断完善司法对竞业限制的制约。法院应更好地发挥司法能动性,对“秘密”和“竞争”进行实质性判断。对“秘密”的审查,旨在确定劳动者是否负有保密义务,竞业限制协议是否正当。“秘密”应是用人单位采取专门保密手段的、具有独立经营利益的信息或技术,不同于岗位技术或营销手段。如果经法院审查,劳动者所掌握的信息或技术并非“秘密”,则竞业限制协议违反法律规定,应按无效处理。此外,在“竞争”的判断上应考察实际经营中的商业模式、细分市场、客户群体、既往关联、产品或服务的相似性等方面,在全面分析的基础上得出结论。

综上,司法对竞业限制予以限制旨在实现多目标平衡,既保护用人单位的商业秘密和知识产权相关秘密,又维护劳动者正当的就业权利,同时还有利于建立规范有序的人才流动机制,促进市场竞争秩序的发展完善。

(作者系中国社会科学院法学研究所社会法室副主任、副研究员)

# 商标抢注蹭热点“便车”终将成“错车”

## 热点聚焦

□ 高天

2月14日,国家知识产权局发布通告,依法打击恶意抢注“冰墩墩”“谷爱凌”商标的行为。对第41128524号“冰墩墩”、第62453532号“谷爱凌”等429件商标注册申请予以驳回;对已注册的第41126916号“雪墩墩”、第38770198号“谷爱凌”等43件商标依职权主动宣告无效。

随着我国知识产权保护水平的提升,民众知识产权意识显著增强,知识产权拥有量大幅增长,在我国商标注册制之下,抢先占有商标资源成为部分别有用心者谋利的手段。

傍名人、蹭热点、抢流量……诸如此类的商标抢注,主要有两种目的:一是囤积闲置,待价而沽;二是借势关系,争抢商机。前者不以使用为目的,而是期待真正的权利人高价回收商标;后者则是试图让公众产生一定程度的混淆误认,创造更多的交易机会。无论追求何种目的,这些恶意抢注行为都击穿了商业道德底线,也逾越了法律红线。

我国商标法规定,申请商标注册不得损害他人现有的在先权利,也不得以不正当手段抢注他人

已经使用并有一定影响的商标。擅自将公众人物姓名申请商标注册,就属于违背诚实信用原则,侵害他人姓名权的行为。如果擅自将“冰墩墩”“雪容融”的外形申请为注册商标,则属于侵犯他人先著作权的行为。抢注人因其以上恶意行为可能会受到行政处罚,相关商标代理机构则可能被责令改正、处以警告、罚款甚至是被追究刑事责任。同时,在先权利人可以通过民事诉讼要求恶意抢注人给予赔偿。

早年间,知识产权保护尚不完善,部分抢注者得以非法获利,但近年来知识产权发展追求质量齐升,立法的完善、执法的加强和司法的严惩都让抢注者无利可图。针对此类蹭热点、恶意抢注商标的行为,2019年新修订的商标法,特别在第4条中增设了“不以使用为目的的恶意商标注册申请,应当予以驳回”的规定。今年1月1日生效的《商标审查审理指南》更明确了“不以使用为目的的恶意商标注册”涵盖“大量申请注册与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等公共文化资源相同或者近似标志”的行为。2021年3月,《打击商标恶意抢注行为专项行动方案》发布,旨在严厉打击包括“恶意抢注具有较高知名度的公众人物姓名”在内的7类恶意抢注行为。近日,国家知识产权局又迅速发布通告,精准打击了恶意抢注“冰墩墩”“谷爱凌”等商标的不当行为。

从全国发布的知识产权典型案例的说理和判赔金额来看,在商标民事纠纷案件领域,司法机关也在加大对恶意注册并使用商标行为的惩戒力度。源头治理结合重拳出击,主管机关对恶意注册行为的零容忍态度正在引导全社会树立起正确的商标注册意识。

当然,遏制蹭热点现象,只寄希望于事后的单向监管和严惩还不够,在先权利人也需要主动作为,比如第一时间在相关类别甚至是全类别进行商标注册,不给抢注者可乘之机,从源头上阻碍抢注行为;而对抢注依法进行有效维权,如提起民事诉讼,以保障合法权利的正当行使,或及时提出异议、申请撤销或无效宣告,从根本上铲除后患。

丰盈的精神内核和独特的品牌价值是支撑企业长远发展的必由之路,强化知识产权保护也是营造优质营商环境的必然要求。商标注册的审查收紧仅是我国知识产权保护力度大幅提升的一个缩影。此次北京冬奥会各类奥运标识均戴着严密无形的“知识产权保护罩”,采取了专利、商标和版权等全方位、立体化的保护手段。因此,无论是抢注运动健儿姓名,还是制贩奥运盗版玩偶的行为,都是企图侵占他人市场、夺取他人创新成果的“搭便车”行为,必被法律禁止并将受到严厉惩处,“便车”终会变“错车”。

(作者单位:北京市西城区人民法院)

## 图说世象

近日,据媒体报道,广西南宁一市民使用一款大功率无线电信号干扰装置,“成功”干扰了正在播放广场舞音乐的音响。该市民称,自己饱受广场舞噪音困扰,故使用干扰装置来换得“一片清静”。不过有律师称擅自使用无线频率干扰他人音响的方式可能涉嫌违法。

评论:对广场舞噪音扰民问题理应根据合理合法的方式解决,用涉嫌违法的方式应对另一种违法行为,实在算不上上策。  
文/常鸿儒



漫画/高岳

# 保护个人信息是平台的基本责任

## E法之声

□ 卢家银

近日,据媒体报道,来自天津的肖女士爆料称有人使用其照片等个人信息,在交友平台探探上注册了账号,但面对自己反映的情况,探探客服则表示,无法直接下架仿造用户,举报者须先注册探探账号再在App里举报,且需提供护照和身份证等个人信息以证明信息被盜用。

在现实中,像肖女士这样个人信息被冒用的情况绝非个案。不少人也可能有过类似遭遇:手机号码被冒用于网络刷单或诈骗,个人照片被盗用于制作不雅图片与视频,身份证号被盗用于注册网站或申报个税……凡此种种,不仅严重侵犯了当事人的人格尊严,而且给当事人造成很大的心理伤害和生活困扰。尽管其中不乏成功的维权者,但很多涉事平台并没有意识到自身所承担的保护个人信息的责任。

殊不知,在网络空间中,平台是具有强大影响力的“守门人”,负有保障个人信息安全的责任。一方面,这种责任是与平台自身的专业能力、传播性质和影响范围相适应的合理的注意义务。

从法理上讲,平台作为网络服务的提供者,开启了一种社会交往与实践活动的新模式,作为这种活动的组织者,理应对运营过程中随之而来的风险采取预防措施和承担相应责任,以保护公民权益免受侵害;另一方面,各类平台特别是超级互联网平台,他们拥有强大的专业团队和技术能力,能够预见可能发生的危险,也有能力采取措施防止损害的发生或减轻损害。并且,网络平台由于其广泛的传播范围及较大的社会影响力,若造成损害也难以恢复,所以理应承担相应的法律责任。

同时,我国现行法律法规也明确要求平台切实履行主体责任。如我国个人信息保护法规定,个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责,并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。此外,对于该事件中的冒用行为,2015年开始实施的《互联网用户账号名称管理规定》也载明平台需承担安全管理责任。依据该规定,我国互联网实行“后台实名、前台自愿”原则,用户注册时应提供真实身份信息且需平台核验;用户以虚假信息骗取账号名称注册,或其账号头像、简介等注册信息存在违法和不良信息的,平台应当采取通知限期改正、暂停使用、注销登记等措施。反观这起事件,他人冒用肖女士身份信息注册账

号,已经反映出平台在账号注册审核环节出现了纰漏,对此平台应该积极采取措施防止用户损失进一步扩大,但从目前媒体报道情况看,该平台尽管表现出了保障用户个人信息安全的姿态,但其提出让用户自己注册账号、自证“清白”的举措还未尽如人意。

对平台而言,其对公民个人信息进行收集与处理的行为并不为法律所禁止,但信息处理活动必须合法合规,对此平台应制定完善的内部管理制度,设置便捷的投诉举报入口和申诉渠道,健全高效的受理、甄别和处置机制,积极履行法律义务和社会责任。这样做并不是苛责平台,而是为了建立网络社会的行为规范与文明规则,更好地保护用户的合法权益。如果平台不尽责,就会与冒用者构成共同侵权。

总而言之,平台的个人信息处理活动不仅涉及公民权益保护,而且事关产业创新发展与网络传播秩序,与公共利益息息相关。平台只有将保护个人信息的要求,贯穿于信息收集、使用、披露与提供的全过程,切实履行事前预防侵权与事后监管救济的基本责任,才能有助于公民权益保障和平台经济健康发展。

(作者系中山大学传播与设计学院教授、博士生导师)

## 社情观察

□ 李英锋

近日,广西南宁、安徽亳州两地相继公布了领导干部的手机号码,引发舆论关注和热议。经媒体记者测试和调查发现,两地公开领导干部手机号码的目的和方式基本相同,但领导干部接听民众或企业来电的方式有很大区别:亳州公开的手机号码确为领导干部个人电话,也由领导干部个人接听;南宁市领导干部的电话则由12345政务服务便民热线安排的专人统一接听处理。显然,南宁市的“领导热线”最终归入了政府热线,公开领导干部个人电话更像一个引子,主要是释放领导干部带头优化营商环境、解决民众诉求的决心。

实际上,公开领导干部的电话并非新鲜事,此前已有很多地方尝试过这种做法。我们相信相关地方在公开领导干部电话时确实抱有为民办实事服务的初衷和诚意。但从此前一些地方的运行情况看,这一举措并没有达到预期效果,一些电话可能在公开之初保持了畅通状态,却没有形成长效机制,热乎一阵就凉了下來,还有一些电话长期占线,不在服务区,无人接听。有了这些前车之鉴,我们担心后来者会重蹈覆辙,只保持“三分钟热度”,或陷入形式主义的窠臼。

笔者认为,公开官员的电话不如优化机制性表达诉求的渠道。强调、看重或依赖公开官员个人电话对于优化营商环境、解决民众诉求的作用,实际待量的是官员个人的影响力,以及官员个人对于相关诉求或事务的关注、介入和推动力度。诚然,这种反映诉求的直通车模式已经成为政府与企业、民众沟通的一部分,但目前各级政府已经有了一套相对健全成熟的诉求接收处置系统,比如,12345便民服务热线、政府网站、公众号、信访渠道等,在正常情况下,这套系统能够把企业、民众的诉求传递到有责负责的部门或环节,从而为企业、民众有效排忧解难,这样就不需要一个地方、一个部门主要负责人直接介入。只有诉求接收处置系统运行不畅、处置不力、办事不灵时,相关领导干部的介入才能显现出“威力”。

总之,领导干部应该参与优化营商环境,承担起为企业、民众解决诉求的责任,但“领导热线”与机制性诉求渠道是有分工的,没有必要把复杂多样的诉求都直接交给“领导热线”,“领导热线”应该成为对机制性诉求渠道的监督热线,成为企业、民众诉诸常规渠道未果的救济性热线。各地更应该在机制性诉求渠道的建设上多下功夫,把机制性诉求渠道打造成沟通畅、反应快、办事灵、有诚意、有温度的服务媒介,不断提升机制性诉求渠道的服务效能和公信力,这才是完善治理体系、提升治理能力的刚需。

## 治理电动车人电梯需多重手段

□ 廖卫芳

近年来,因电动自行车进入公用电梯引发的燃爆安全事故时有发生,严重威胁着人民群众的生命安全。对此,一些城市纷纷采取安装“阻车系统”的方式防止电动自行车进入公用电梯,只要电动自行车一进电梯,系统就会自动报警,电梯立刻暂停运行,以达到电动自行车不得上楼的目的,确保居民乘梯安全。

这的确是一个妙招,但笔者认为,防止电动自行车进入电梯不能仅靠“阻车系统”。众所周知,居民之所以要把电动自行车带上楼,原因是多方面的,这其中既有小区充电桩、充电贵等原因,也有电动自行车防盗设施不齐全等问题。因此,笔者认为,相关部门在防止电动自行车进入电梯之外,还需完善必要的配套服务。一方面,不妨在小区里多设立几处智能充电装置,以政府“补一点”,物管“贴一点”,居民“出一点”的方式,解决居民充电贵、充电难问题;另一方面,小区物业应在电动自行车停车棚里安装防盗监控设备,加强对车棚的值守巡查看护,以避免车辆被偷盗现象的发生。

除此之外,还应跟进必要的处罚机制,对屡劝不改、擅自把电动自行车带入电梯的行为,应当依照相关法律法规予以处罚,以此发挥法律的惩戒、震慑、教育、预防功能,倒逼居民遵守法律法规,自觉做到不携带电动自行车或其蓄电池进入电梯,从源头上遏制相关燃爆事故的发生。

笔者相信,通过配套服务与处罚机制相结合,再辅以安装“阻车系统”,必将有效减少电动自行车进入电梯的危险行为,从而降低安全事故的发生,确保广大人民群众的生命和财产安全。

## 以价格差异化调和快递送件矛盾

□ 木须虫

一段时间以来,快递不送货上门成了很多消费者吐槽的问题。虽然多法规、条例都在规范快递末端配送,不断强化快递员监管,可相关问题还是未能得到有效解决。

我国快递业的发展经历了从无到有,从小到大的过程。以前快递投递配套设施建设滞后,使得快递送货上门成为别无选择的方式,这也一定程度上养成了用户的依赖性。如今随着代收点、配送柜在用户身边渐次普及,自然会出现选择的问题。用户基于便利考虑,快递员基于投递效率考虑,两者之间就容易出现矛盾。

送货上门固然让消费者感受到便利,但客观来说并不是兼顾效率与便利最好的方式,还是要通过服务的差异化来求得快递送货效率与用户便利最大公约数。一方面要完善快递柜等服务设施,让快递随到随投,用户得空自取;另一方面,对一些大件、物件等特殊商品,可以事先通过协议等方式来明确约定提供上门服务。当然,费用要与服务的价值相匹配。

总之,调和好快递送货是否上门的矛盾,归根到底还是要不断细化投递服务,如此才能更好地打通快递服务“最后一公里”。