



为提振消费信心提供法治保障

今天是“3·15”国际消费者权益日，今年消费维权年主题是“提振消费信心”。如何更好地治理各类消费侵权乱象，更好保护消费者权益，让消费者敢消费愿消费，本期“声音”版特编发一组稿件，与读者一道探讨。



□ 陈音江

消费是内需的重要组成部分，促进居民消费是实施扩大内需战略的重要抓手。统计数据显示，我国最终消费支出占国内生产总值的比重连续11年保持在50%以上，对经济增长的基础性作用持续凸显。今年政府工作报告强调，把恢复和扩大消费摆在优先位置，这对于释放内需潜力，推动经济转型升级、保障和改善民生具有重要意义。

恢复和扩大消费的前提是要提振消费信心，让消费者敢消费愿消费。过去一年，我国先后印发《关于加快建设全国统一大市场的意见》《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》等重要文件，就促进消费、扩大内需作出部署。最高人民法院也先后出台《关于为加快建设全国统一大市场提供司法服务和保障的意见》《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》，从加快建设全国统一大市场、营造良好消费环境，加强消费者权益保护等方面发力，旨在为提振消费信心提供司法保障。

提振消费信心，需要加快建设全国统一大市场，建设全国统一大市场，推进市场监管公平统一，进一步规范不当市场竞

争和市场干预行为，有助于为各类市场主体营造稳定公平透明可预期的营商环境，有效激发市场创新创造活力，从而为消费者提供更高品质、更多种类、更高附加值的产品和服务，更好地满足消费者各类需求，提升消费者消费意愿。因此，要及时破除地方保护和区域壁垒，依法查处不正当竞争行为，全面清理废除妨碍依法平等准入和退出的规定做法，维护公平竞争的市场秩序，为提振消费信心创造良好的市场环境。

提振消费信心，需要营造良好的消费环境。消费者购买到的产品是否合格，是否存在安全隐患，售后是否有保障，经营者具有至关重要的作用。作为营造良好消费环境的主要责任人，经营者要树立诚信经营的经营理念，通过为消费者提供更多高质量的产品和服务赢得市场竞争。相关部门既要不断深化“放管服”改革，为企业经营发展提供优质服务，也要推动建立全方位、多层次、立体化监管体系；既要对一些企业存在的虚假宣传、制假售假、缺斤短两等传统问题加大日常监管力度，也要与时俱进，不断创新监管方式方法，利用大数据、人工智能等先进技术手段，对共享经济、直播短视频、社交电商等新业态新模式中出现的侵权问题提升监管质效，引导新消费业态在法治轨道上规范发展。

提振消费信心，需要依法加强消费者权益保护。提振消费信心的关键还在于让消费者无后顾之忧，放心消费，这也是推动消费朝着高水平、高质量发展的重要支撑。近年来，随着我国法律法规不断完善，消费者权益保护力度不断加大，但是在一些领域仍然存在侵害消费者权益的行为。例如，预付式消费一直是消费者普遍关注的问题，涉及领域广、人数多、金额高，商家一旦关门破产，消费者往往很难讨回剩余款项；再如，食品领域还存在一些“黑作坊”，对消费者“舌尖上的安全”构成潜在威胁。对于这些问题，一方面要加大监管和处罚力度，增加违法成本，增强惩戒威慑力；另一方面也要创新消费教育方式，提升消费者理性消费、依法维权的意识。同时，还要进一步健全相关法律法规，完善消费者权益司法救济制度，优化消费争议多元化解机制，降低消费者维权成本，提升消费维权便利度。

消费是经济增长的定盘星和压舱石。目前，随着各项促进消费政策措施密集出台和落地，消费市场正在快速回暖。期待各地各部门持续出台举措维护市场公平竞争，营造良好消费环境，加强消费者权益保护，为提振消费信心提供有力法治保障，从而充分激活消费“引擎”，为经济增长注入持久动力。(作者系中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长)

“价格刺客”最怕消费者较真

□ 周卫法

去年以来，“价格刺客”多次冲上热搜。“雪糕刺客”“活梅刺客”“果冻刺客”等各种“刺客”一再刷新人们三观。在中国消费者协会发布的“2022年十大消费维权舆情热点”中，“价格刺客”高居首位。

所谓“价格刺客”，通俗来讲就是商家对商品或服务没有明码标价，特别是将一些高价商品伪装成普通商品，待到消费者结账时才发现其价格高昂，感觉猝不及防被“宰了一刀”。通过对“价格刺客”抽丝剥茧，我们不难发现：价格高不是问题，价格高得太隐蔽、高得太突然、高得超出人们预期才是问题，这类问题的根本症结是没有明码标价。

毫无疑问，“价格刺客”侵犯了消费者的知情权，涉嫌价格欺诈。我国消费者权益保护法和相关法律法规明确规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品真实情况的权利；

经营者提供商品应当明码标价，做到真实准确、货签对位、标识醒目；不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者。

当然，并非所有高于正常市场价格的行为都是“价格刺客”。目前，我国大多数商品和服务价格实行市场调节价，即由经营者自主制定，通过市场竞争形成价格。因此，如果商家产品质量过硬、广告宣传到位，形成了品牌效应，那么完全可以通过竞争先光明正大卖高价。

要想减少乃至杜绝“价格刺客”现象，一是要对这种违法行为严格执法，加大惩处力度，让商家不敢“刺”；二是要加强品牌意识教育，引导商家以质取胜、靠品牌赢高价，对消费者来说，也要敢于向不合理“刺客”商品说“不”。只有消费者较真的多了，才能使商家错则得咎，进而从源头上减少乃至根治这种乱象。从这个意义上说，“价格刺客”最怕消费者维权较真。

铲除网络虚假宣传毒瘤

□ 关育兵

如今，线上购物已经成为许多人的日常行为，由于不能亲临现场直观感受商品的品质，在下单前查询和浏览其他消费者所做的购买评价、所撰写的体验性文章，就成为很多消费者的必选动作。

随着消费者对评价口碑的重要性日渐显现，为了增加市场知名度和用户美誉度，一些商家便开始动起歪心思，通过刷单炒信、虚构好评、虚假种草、干扰搜索引擎排序等服务手段制造虚假口碑的现象屡见不鲜。需要注意的是，目前虚假宣传和口碑营销已经从商家的直接运营，逐渐演变为第三方机构的专业化、团体化、网络化运营，形成了一条完整的灰色产业链。

这些虚假宣传，不仅会对消费者造成误导，侵害消费者的知情权、选择权，而且会损害公平有序的竞争秩序，伤害其他商

家的权益。其实，我国消费者权益保护法、广告法等相关法律法规均明确规定，商家不得采取虚假或引人误解的宣传行为，不得通过机器或人工方式刷榜、刷量、控评，营造虚假流量；不得采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者诋毁他人等方式进行欺骗性销售诱导……对网络平台自身来说，如果放任这样的虚假营销内容，短期内或许能够给平台商家带来业绩的增长，但从长远看，将会对整个平台生态和信誉造成极大伤害，动摇着平台生存和发展的根基。

网络虽然是虚拟空间，但容不得虚假宣传。对于虚假宣传这颗毒瘤，必须予以铲除，这是消费者的迫切需求，也是各方的共识。监管部门要依法予以惩治，平台也要履行自身管理职责，有分有合共管、协同发力，才能让商家牢固树立诚信经营理念，推动网络经济持续健康发展。

□ 马谓

前不久，中国消费者协会发布《2022年个人信息保护领域消费者权益保护报告》，其中指出，虽然针对侵害消费者个人信息权益的法律法规更加完善，但侵害消费者个人信息的情形仍然较为严重。

在互联网时代，个人信息的经济价值逐渐凸显，一些商家在收集、处理消费者个人信息时，也出现了很多不规范行为，致使侵害消费者个人信息权益成了消费侵权的重灾区。从具体表现形式看，一些经营者奉行“抓到篮子里都是菜”的原则，超范围收集消费者个人信息，试图从中找寻到更多的生财之道；一些商家在收集消费者信息时颇花心思，但在后续管理、保存时却多有疏漏，造成个人信息泄露事件时有发生；有的商家利用收集来的消费者信息进行精准画像，进而大搞大数据“杀熟”；还有商家未经消费者同意，大量发送商业性信息……

这些随意收集、违法获取、过度使用消费者个人信息的行为，不仅侵犯了消费者的安宁权，而且给消费者的财产安全埋下风险隐患。

从法律层面看，我国消费者权益保护法明确规定，经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则；我国民法典亦规定了“隐私权和个人信息保护”；2021年颁布施行的个人信息保护法，进一步明确了个人信息处理活动的底线红线，完善了个人信息保护的法律法规体系。可以说，我国法律在保护消费者个人信息上的态度是非常鲜明的。

对于各类侵犯消费者个人信息的行为，一方面，要及时启动消费者权益保护法的修订，不断完善有关消费者个人信息保护的法律法规；另一方面，要加强行政和司法保护，依法惩治侵害消费者个人信息权益的违法行为。同时，要充分发挥消协组织职能，督促企业加强自律，这样才能筑牢消费者个人信息安全屏障，让消费者收获更多安全感。

为数字中国建设注入新动力

善治沙龙

□ 李广乾

近日，十四届全国人大一次会议举行第三次全体会议，表决通过了国务院机构改革方案。该方案要求组建国家数据局，负责协调推进数据基础制度建设，统筹数据资源整合共享和开发利用，统筹推进数字中国、数字经济、数字社会规划和建设等。这些职责主要来自中央网信办和国家发展改革委相关职责的划转，国家数据局由国家发展改革委管理。

与其他的政府机构改革不同，国家数据局是新设立的国务院职能管理部门，不仅涉及当前多个政府机构工作职能的改革与优化，还将运营管理我国数字经济的未来发展。因而，一经推出，便受到全社会的广泛关注和热烈讨论。

组建国家数据局是我国信息化和数字经济深化发展的必然要求。早在20世纪90年代末期，我国就开始建立推进信息化发展的专门组织机构。此后虽然历经多次调整，但信息化应用推广机制与机构一直存在，一直到党的十八大以来，中央网络安全和信息化委员会及其办公室。近些年来，数据逐渐成为信息化和数字经济发展的关键核心内容，数据资源管理日益成为一个独立的问题。为此，早在2015年，国务院就印发了《促进大数据发展行动纲要》；2019年10月，党的十九届四中全会首次提出数据是一种生产要素，明确要求健全劳动、资本、土地、知识、技术、管理、数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制；随后，中共中央、国务院又印发了《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，旨在夯实数据治理制度根基。

因此，对数据要素与数据资源进行专门管理，日益成为一项独立的政府职能。实际上，一段时间以来国内不少地方已经开始建立各自的大数据局，探索对大数据资源进行有效管理的路径。例如，早在2015年，贵州省就挂牌成立了大数据发展管理局；2018年，浙江、山东、福建等省也成立了大数据局。从这个意义上讲，组建国家数据局也可看作是一个水到渠成的问题。

从当前机构改革方案的职能安排来看，国家数据局的重大突破是实现了基于数据全生命周期的管理，数据资源的产生、传输、存储、加工处理、流通交易、开发利用等各个流程，都将纳入其统筹管理范围之内。这将从根本上克服长期以来国家数据资源分散管理、重复建设、低效使用等弊端。

尽管国家数据局只是一个新设立部门，但其政府职能和职责安排却是相当繁重和艰巨的。从上述职责安排来看，国家数据局将涉及政府数据资源开放共享、国家统一大数据中心体系建设、大数据交易与流通、跨境数据流动、数据安全等许多内容，与电子政务、电子商务、智慧城市、数字中国、数据要素、数据治理等各个方面紧密相关。其中，统筹推进数字中国建设就包括数字经济、数字社会、数字政府与数字生态、现代产业体系等内容，都是当前国民经济与社会发展的重大课题。因此，国家数据局任重道远。

从当前发展趋势与要求来看，国家数据局将在如下几个关键问题和领域开展攻坚战。首先是数据资源的共享开放。不仅包括政府数据和公共事业机构数据的共享开放，也包括大型互联网平台数据的开放与互联互通问题。其次是加快全国一体化大数据中心体系建设。特别是加快“东数西算”工程建设，以应对人工智能产业大发展而产生的、日益增长的海量算力需求。第三是处理和权衡隐私数据保护与数据开发利用之间的矛盾。第四是推进数据要素进程，着力探索数据交易流通制度。第五是探索有效的跨境数据流动机制。面对当前逆全球化趋势和数据本地化要求，如何在确保数据主权的前提下实现平台的跨国发展，是当前我国数字经济发展的一个需要解决的重大问题。

当然，未来国家数据局面临的困难和问题远不止这些。总的来看，既有老顽疾，又有新挑战。也正因为如此，正扬帆起航的国家数据局才如此令人期待。

(作者系国务院发展研究中心研究员)

图说世界

近日，有游客在圆明园遗址公园游园时翻越围栏，进入公园“请勿入内”区域，甚至还攀爬坐在遗址建筑上。所幸，相关文物未受到损坏。目前，公安机关已对涉事人员依法行政拘留，园区管理处已将涉事人员列入不受欢迎名单，禁止进入圆明园游览。

点评：无视园区管理要求，肆意攀爬踩踏，反映出当事人不仅缺乏对文物的保护意识，而且缺乏对历史的敬畏之心，这让自己既摔掉了文明，又跨过了法律红线。

文/常鸿儒



漫画/高岳

代练平台不能成网游防沉迷洼地

E法之声

□ 薛军

伴随着网络游戏产业的发展，有关未成年人沉迷网络游戏的问题，日益引起社会各界关注。今年全国两会期间，围绕网络游戏沉迷问题，代表委员们从多个角度建言献策，有的建议对网络游戏进行分级管理，有的认为政府应加大对相关灰黑产的打击力度，有的呼吁建设“堵疏结合”的社会综合协同体系……

未成年人因其心智发展还不成熟，自控力较弱，比较容易沉迷于网络游戏，这不仅会危害其身心健康发育，也不利于其接受学校家庭和社会教育。基于未成年人保护的价值目标，合理限制未成年人玩网络游戏的时间，已成为社会共识。为此，2021年国家新闻出版署专门下发通知，要求游戏厂商只能在周五、周六、周日和法定节假日的20时至21时为未成年人提供网络游戏服务。

应该说这一规定的要求明确具体，具有很强的针对性，得到未成年人家长以及社会各界广泛支持。各大网络游戏厂商，基本上能够做到严格遵守这一规定。但仍有少数企业在推出相关网络服务的时候，忽视自己应承担保护这一底线性质的要求，放任自己提供的服务成为未成年人网络游戏防沉迷机制的“洼地”，造成不良社会影响。此前上海浦东区人民法院判决的首例网游代练App案，就揭

示了这一问题的冰山一角。

所谓网游代练平台，就是网游用户通过特定平台(其具体表现就是运营的App)将自己的网游账号及密码，提供给服务能力出众的玩家，其中不乏未成年人，由后者代自己出外挂打游戏，实现游戏升级进阶之类的目的。这种运营模式本身是否涉嫌侵犯网络游戏运营者的合法权益，是否构成不正当竞争行为，暂且不论。它导致的最直接的问题是，未成年人不经过任何严格的身份认证，就可以自如地登录代练平台去“接单”，以“代练”的名义，利用成年人的网游账号不受限地玩网络游戏。如此一来，经过多方努力建立起来的未成年人网络游戏防沉迷机制就成了摆设。特别是有些App运营者还会有意无意地将这个漏洞，作为自己提供服务的卖点进行宣传，以吸引流量获得更多关注。

任何机制的有效运行，都需要各环节的有力支撑，其中任何一个环节的缺失，都可能让机制的设计初衷落空。这就是所谓的木桶原理：决定一个木桶能够装多少水的，不是最长的那块木板，而是最短的那块木板。决定未成年人网络游戏防沉迷机制是否有效，不只取决于游戏平台的管控是否严格，也取决于是否存在其他的“洼地”或者漏洞。就而言，为了绕开未成年人网游防沉迷机制而设计出来的种种方法，都应该予以系统地清理和整治。网络游戏代练平台，只是其中的一种表现形态，但远不是唯一形态。现在还有一些人或平台以各种方式，变相地向未成年人提供、出

租、转让只有成年人才能够使用的网络游戏账号。对于这些行为，都应该予以追责并且建立防范机制。

从游戏运营者的角度来说，也要及时跟踪产业发展情况，运用大数据识别和预测研判技术，提升动态的账号管控机制，以有效防范成年人的账号被未成年人使用。对于存在违规情况的游戏账号，要采取必要的措施。虽然这些措施的采用，会不可避免地增加运营成本，但未成年人保护乃是任何商业利益都不能去触碰的底线。唯有诚心正意地，而非虚与委蛇地落实未成年人保护责任，才会真正堵漏洞、补短板，完善未成年人网络游戏防沉迷机制。

在司法实践中，司法机关也通过相关案件的审理亮明了自己的态度，如在首例网游代练App案开庭审理之前，法院即向相关代练平台发出诉前禁令，要求其立即停止App运营，以防止这个“洼地”继续存在，侵害未成年人的合法权益。这一举动也充分体现了司法机关对最有利于未成年人原则的落实，值得点赞。

未成年人是一个国家的未来，一个国家的民众如何对待未成年人，在很大程度上彰显了国家的文明程度。与此同时，一个国家的企业界，如何对待未成年人，是否意味着良心打小孩子的主意，是否“见利忘义”，则界定了一个国家商业伦理道德的底线。

(作者系北京大学法学院教授，北京大学电子商务法研究中心主任)

法治民生

□ 张谭艺

为有效制止餐饮浪费行为，3月13日，中国消费者协会联合中国饭店协会、中国营养学会、中国焙烤食品糖制品工业协会等7家行业协会、学会、商会共同发出“厉行节约经营者有义务，反对浪费消费者有责任”倡议。同时，鼓励有条件的平台和餐饮经营者在线上点餐环节推出“分量自动提醒”功能，在消费者设置用餐人数后根据不同就餐情况给出分量提示，帮助消费者进行选择。

截至2021年年底，我国外卖用户规模已达5.4亿人，在线外卖市场规模达811.7亿元，外卖收入占到餐饮业总收入的21.4%。然而，“外卖经济”持续升温的背后，餐饮浪费现象也不容忽视。在一些写字楼的垃圾回收处，时常有外卖被吃一半、扔一半情况，浪费现象令人触目惊心。“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰。”为遏制食品浪费，我国专门出台了反食品浪费法，一段时间以来，各地纷纷制定反食品浪费的相关条例和制度，广大商家普遍严格守守，线下餐饮浪费现象大量减少。相比之下，外卖何以成为新的浪费“重灾区”？

究其原因，外卖商家标识不够明确，缺乏必要提醒是重要因素。有媒体记者在某一外卖平台上随机选取20家中式餐厅统计发现，其中11家在菜品说明中没有标识原料、分量或标识不全。线下点餐时，服务员会根据人数给出分量提示，消费者也可以向服务员详细询问分量、口味等细节，从而可以做到适量点餐。而在点外卖时，消费者看不到实物，单从商家给出的菜品图片上也难以估计分量。虽然消费者内心并不希望浪费食物，但为防起起见，防止不够吃，还是会倾向于宁多勿少，从而造成过量点餐。

在这一背景下，中消协联合7家行业协会、学会、商会发出倡议，鼓励餐饮外卖平台结合动态点餐数据信息，在消费者点餐下单全流程发布提醒信息，倡导适量点餐、绿色消费；鼓励有条件的平台和餐饮经营者在线上点餐环节推出“分量自动提醒”功能，在消费者设置用餐人数后根据不同就餐情况给出分量提示，帮助消费者进行选择。这一倡议十分及时，很有必要。

厉行节约、反对浪费，是餐饮经营者的法定义务。反食品浪费法明确规定：餐饮外卖平台应当以显著方式提示消费者适量点餐。餐饮经营者通过餐饮外卖平台提供服务的，应当在平台页面向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息。否则，市场监管部门可以责令改正，给予警告。线上点餐推出“分量自动提醒”功能，是对相关法律法规的进一步细化，有助于外卖平台和餐饮经营者提示义务的落实落地，减少消费者的信息不对称，有效避免过量点餐。

当然，“分量自动提醒”不应只是单向输出，也应注意双向交流。外卖平台和餐饮经营者应密切关注消费者的反馈，不断改进配送标准、餐食包装，积极推广“小份菜”“半份菜”，更好地保障消费者的选择权。同时，除了菜单提醒外，还要进一步完善售后服务，重视和满足不同年龄、不同口味消费者的个性化需求，防止菜品不合口味造成浪费。

「分量自动提醒」遏制外卖浪费