



持续破除民营经济市场准入壁垒

微言法评

对“国庆住我家”要保持谨慎

近日,不少网友在社交平台上发文称,在国庆假期期间,可以将自家住宅出租给游客居住。这些网友多来自上海、厦门等热门旅游城市。然而,有媒体记者发现,这些网友发布的租房信息,大多没有提及需要租客提供身份证或者签订租房合同,存在一定的法律风险。

“国庆住我家”作为一种共享经济,可以“盘活”闲置的资源,既能让房东赚到一笔收入,也能让游客节省一些开销,看上去两全其美,但是其中却存在诸多法律风险。比如,如何确定陌生人的身份?陌生人住进家中,人身安全如何得到保障?出现物品丢失等情况如何处理……这些都是必须面对的现实问题。此外,从法律角度上说,出租自家房屋如果被认定为经营民宿等旅游服务业务,还需满足相关条件并取得营业执照,否则可能面临行政处罚。有鉴于此,对于想要尝试体验“国庆住我家”的网友来说,在谨慎并享受“诗和远方”的同时,还需对这一新型住宿方式保持谨慎,避免出现不良后果。(常鸿儒)

“随手拍”后不能“随便发”

当下,手机相机的普及让“随手拍”成为年轻人的一种生活习惯,但无处不在的镜头也把每个人置于被“偷拍”的风险之下。近日,据媒体调查显示,77%的受访者有“随手拍”的习惯;71.6%的受访者指出“随手拍”可能会侵犯隐私权、名誉权;66.4%的受访者指出未经被拍者同意不能把照片或视频传到网上。

我国法律明确规定,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像等。互联网时代,人人都是“摄影师”,网友们将拍摄的照片发布到网络空间,有的是为了记录生活,有的是为了博眼球,还有的则是为了故意贬低或丑化他人。凡此种种,一旦触碰到了法律红线,必将要为此付出代价。因此,广大网友必须增强维护他人肖像权的意识,在网络平台发布相关照片或视频时,自己要进行严格审查,既是对他人权利的尊重,也能让自己避免触碰到法律红线。(王雨桐)

莫让天赋检测收了“智商税”

近日,据媒体报道,如今未成年人天赋检测服务在市场上兴起,一些商家推出相关服务,价格不菲。然而,有记者采访了解到,部分检测机构涉嫌概念炒作,扩大基因与天赋、智商的关联分析。对此,有专业人士指出,这是打着高科技旗号的消费陷阱。

人的天赋具体由哪些基因决定,如何决定,以目前的科技水平还无法给出准确解答。当前的天赋检测项目结果,大多没有充分的科学理论支持,完全是商家的主观判断,这种做法本身科学与精神背道而驰,既有违诚实守信原则,也可能涉嫌虚假宣传。对此,家长应摆正心态,少些急功近利和对天赋检测的盲目信任。监管部门也应积极作为,严肃处理这种打着高科技旗号进行虚假宣传,扰乱市场秩序的行为,维护健康有序的市场环境,保护家长不再被收“智商税”,也保护涉世未深的孩子不成为被摆布的工具。(史洪举)

预付卡就该套上监管“笼头”

社情观察

□ 邓海建

近日召开的北京市十六届人大常委会第五次会议,听取审议了市人大常委会执法检查组关于检查《北京市单用途预付卡管理条例》实施情况的报告,报告显示,北京单用途预付卡发卡主体无门槛、预收资金无监管、服务质量无保证的“三无”状况已初步扭转,预付式消费乱象得到初步遏制。

商家收了钱就跑路,消费者只能“望门兴叹”——这是不少城市预付卡消费纠纷中的常态。预付式消费的模式本好处多多:先交钱,后消费;交得多,优惠多,听起来合乎情理,用起来也很实惠。不过,在现实生活中,美容美发、教育培训、体育健身等诸多消费领域的预付式消费令人颇感头疼,一些所谓的预付会员服务,要么随时随地“人去楼空”,要么收费时笑脸相迎提供服务时质量大打折扣,更有甚者,可能从一开始就是个坑人的“预”谋。此前就发生过很多多以预付卡方式运营的商家跑路或者倒闭的事件,致使消费者讨要剩余额项无果,维权无门。

为规范预付卡市场,2021年11月,《北京市单用途预付卡管理条例》获得通过,并于2022年6月1日起施行。这为有效解决单用途预付卡退费难、冲动消费维权难、商家跑路退费难等危害消费者权益的问题提供了法治保障。从执法检查的效果来看,可谓是抓住了治理预付卡领域乱象的“七寸”,纾解了难点。

从实践来看,预付卡市场乱象纷呈的症结主要在于交钱之后的监管:商家权益过大,消费者权益能否得到保障需要看商家的“脸色”,不少网友总结说:“因为吃过哑巴亏,宁肯每次多花钱,坚决不掏预付费。”从这个意义上说,在预付卡消费问题上,从法治规范的角度“做好提前文章”大有必要。

就在不久前,北京市商务局等5部门还专门发布了《北京市单用途商业预付卡备案及预收资金管理实施办法(试行)》,对经营者预付卡备案和预收资金管理作出了具体规定。其中提到,预收资金余额达50万元规模的经营者要在商务部门强制备案,接受管理的预收资金不低于上季度末预付卡预收资金余额的40%。在终止预付卡业务前,经营者应向社会公示不少于30日。这些规范性文件,一方面紧扣“预收资金余额做好管理和会计清算,存入专用存管账户”的核心要点,让商家绝无法“摆架子”;另一方面,在资金存管比例、企业退出机制等方面亮出红线,让市场主体承担更大的失信成本。如此一来,原先如脱缰野马般的预付卡市场,终于有了实实在在的监管“笼头”。

以北京市朝阳区为例,其推出预付资金监管平台,开设资金存管账户,对经平台流转的资金进行100%存管;《北京市单用途预付卡管理条例》施行后,通过7日内“未开卡”可全额退款,没提供商品和服务一次性退余额,“预付费资金”将有存管银行,不退款款无效等规定,让商家发售预付卡不再无法无天。

预付卡不是“抢钱卡”,解决预付卡消费问题不能靠消费者自主维权和消费者组织预警提醒。当不少城市对预付卡陷阵空见惯的时候,我们还是要把症结放在法治框架内来解决。长远而言,让各种消费模式都能有厚生长,不仅是自由市场的福祉,更是激活内需的有效方式。北京的做法是很好的借鉴,尤其在全国统一大市场下,从优化营商环境的高度管好预付卡乱象,更是具有多重现实意义。当然,在严管预付卡乱象的同时,也要保障好商家的资金使用权与经营发展,让他们安心经营、放心发展。

法治观察

优化发展环境让民营企业“想干”,加大政策支持力度让民营企业“能干”,强化法治保障让民营企业“敢干”

□ 赵志疆

近日,国家市场监督管理总局发布了《市场监管部门促进民营经济发展的若干举措》(以下简称《举措》),聚焦持续优化营商环境,加大对民营经济政策支持力度等5个方面,制定了22条举措。这是市场监管部门贯彻落实党中央、国务院决策部署出台的制度化举措,对提振民营经济发展信心,依法规范和引导民营资本健康发展具有重要意义。

法律人语

□ 周刚志

检察公益诉讼助力历史文化保护

公益诉讼职能作用,督促行政机关依法履职,严格规范执法,从而共同保护好历史文化遗产。

此前,检察机关已在历史文化保护领域有过一些探索和实践,为保护历史文化遗产发挥了积极作用。比如最高检于2020年12月发布的10起检察机关文物和文化遗产保护公益诉讼典型案例,于2021年6月发布的13起检察机关大运河保护公益诉讼检察专项办案典型案例,都涉及历史文化遗产保护问题,体现了检察机关以公益诉讼保护历史文化遗产的积极作用。

此次《意见》明确规定,我国城乡历史文化保护传承与检察公益诉讼协作的重点领域包括历史文化名城整体管控、历史文化街区和历史地段保护、历史文化名镇名村保护、历史建筑保护等。这不仅拓展了我原有历史文化保护立法的保护范围,而且明确了今后历史文化保护的重点领域,对于我国城乡历史文化的保护、传承具有重要意义。

尽管当前对于检察公益诉讼的职能定位、诉讼地位等问题已经形成了一些共识,但由于历史文化遗产的保护本身是一个专业性很强的问题,且涉及文旅、文物、城乡建设等多个部门,如果仅靠检察机关的工作积极性,不仅难以查明历史文化保护中存在的急于履职等问题,而且难以查明具体的责任归属。因此,《意见》提出,各级检察机关和住房城乡建设(规划)部门要进一步拓宽交流渠道和方式,建立经常性、多样化的协作机制,并明确线索移送、会商研判、信息共享、联合专项、调查取证、专业支持、案例发布等方面的具体协作内容,建立健全城乡历史文化保护传承与检察公益诉讼协作机制。这些规定为检察机关与行政机关共同推进历史文化保护确立了重要的信息沟通、调查取证等协作机制,为检察机关通过检察公益诉讼机制介入历史文化保护提供了有力支撑。

当然,要保护好历史文化遗产,我国还需要建立更为完善的立法体系。当前,我国除了文物保护法、非物质文化遗产法与《历史文化名城名镇名村保护条例》以外,有30余部以“历史风貌建筑”“古建筑”等为名称的地方立法,还有近150部以“历史街区”“传统村落”等命名的地方性法规和地方政府规章,但就整体而言,我国在国家层面还缺一部历史文化保护的综合性法律,因而在行政执法机关不依法履行法定职责的判断和认定等方面,检察公益诉讼可能会面临一些困难。

为此,我国还需要积极推进历史文化(遗产)保护的立法与传统村落保护、历史建筑保护等专门立法,以明确其保护的要点和范围,从而为检察机关更好发挥公益诉讼职能,保护好历史文化遗产提供更为明确而充分的法律依据。

(作者系湖南师范大学法学院教授、副院长,文化和旅游研究院执行院长)

热点聚焦

□ 张美玲

据媒体报道,前段时间,四川省凉山州公安机关在州市场监管、宣传、网信、商务等部门密切配合下,成功侦办了以“凉山曲布”“赵灵儿”“凉山孟阳”“凉山阿泽”为代表的四川首例“系列网红直播带货案”。日前,该案件已抓获犯罪嫌疑人54人,其中网红主播11人,捣毁MCN(网红孵化机构)5个。

案件得以告破,不法分子被绳之以法,表面上看,事情似乎已经告一段落,一切复归平静,但实际上,这些案件造成的负面影响在短时期内难以消弭。

一方面,这些卖惨甚至造假的短视频,在很大程度上加深了公众对大凉山贫困落后的“刻板印象”和“主观偏见”,在“悲惨滤镜”的作用下,不少网民甚至对大凉山的脱贫攻坚工作成效产生了质疑。这严重破坏了大凉山的地方形象,严重伤害了大凉山当地百姓的感情,严重挑战了大众朴素的道德观念。

另一方面,“卖惨营销”极易激发网友的同情心,调动他们的购买热情,从短期看,这确实

图说世象

□ 文/田荔

近日,江苏省市场监督管理局发布了一批违法广告典型案例。其中提到,江苏某公司通过发布“与虎同住!每小时可获得10万元现金奖励!”等内容的广告,利用高额奖金诱导游客参加危险性活动。目前,当地市场监管局已依法对当事人作出罚款25万元的行政处罚。

点评:无论是真的想让游客“与虎同住”,还是仅仅为了博眼球,该公司都涉嫌违法,对其依法予以严惩也表明法律红线不容任何人触碰。

漫画/高岳

定性屏蔽广告行为需用多维视角

E法之声

□ 陈耿华

前不久,一款屏蔽广告软件宣称将无限期停止更新,原因是其开发者收到一封控诉其行为构成不正当竞争的法律函,此事引发网友热议。无论是前几年频繁出现的屏蔽视频广告行为,还是新近出现的屏蔽手机开屏广告行为,对屏蔽广告行为的定性始终存在争议。从具体新闻说开,笔者认为,随着市场经济特别是数字经济的快速发展,对于屏蔽广告行为需要综合多方面因素进行多维度考量:

一是经营者利益。经营者利益是反不正当竞争法的基础法益,经营者正当、正常的经营活动受到反不正当竞争法保护。经营者利益是否受损是评估屏蔽行为是否正当的重要考量因素。值得注意的是,并非所有损害经营者利益的行为都会受到反不正当竞争法的负面评价。仅仅一般性损害经营者利益的行为

用法律利剑斩断“卖惨营销”利益链

能够给主播带来可观的销售业绩,但是这种泛滥的悲情,会逐步透支公众对整个农产品市场的信任,加之,不少“卖惨营销”经常植入“滞销”剧情,不仅严重干扰和损害正常的市场秩序,还有可能整体拉低农产品的销售价格,降低农户预期的利润收益。

此外,一些不法MCN机构,围绕“卖惨营销”摸索形成了一条前端打造人设、孵化网红,中端刷单拍摄、电商运营,末端农产品供应、流量变现的制假售假灰色产业链。当“卖惨营销”大行其道时,短视频内容创作难免会出现“劣币驱逐良币”的现象,这对于构建清朗网络空间极其不利。

对于“卖惨营销”,尽管我们对其深恶痛绝,但目前常见整治手段多为辟谣、删除、封禁等。由于违法成本过低,很多MCN机构和网红在利益的驱使下以身试法,屡教不改。因此,必须以严厉打击,以法律利剑斩断“卖惨营销”利益链。

首先要细化相关行为的认定办法。很多“卖惨营销”从严格意义上讲都涉及虚假宣传和消费欺诈。我国广告法规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者,广告主应当对广告内容的真实性负责。同时,根据消费者权益保护法的规定,经营者

提供商品或者服务有欺诈行为的,应依法对消费者进行赔偿。因此,要基于这些法律条文,进一步细化“卖惨营销”广告违法的认定及处罚办法,通过提高“卖惨营销”的违法成本,对不法分子予以有力震慑,使其不敢实施相应的违法行为。

其次要压实各方主体责任。2021年,国家网信办、公安部等部门联合发布《网络直播营销管理暂行办法(试行)》,对网络直播各方应承担的责任都予以了明确规定,MCN机构和网络主播要对照规定,规范经营行为。另外,网络平台必须切实履行管理责任,科学制定流量算法规则,畅通投诉举报渠道,从源头上铲除“卖惨营销”的MCN机构和网红主播野蛮生长的“土壤”。

最后要凝聚网络治理工作合力。短视频和电商直播行业想要健康发展,行稳致远,就必须对“卖惨营销”“造惨摆拍”等不良风气及时纠偏。这需要公众、媒体、平台、监管部门共同努力,特别是网信、公安、市场监管等部门,要充分发挥好网络治理“主力军”作用,积极整合资源优势,及时建立高效联动的协同机制,强化协同配合,并不断探索建立网络乱象治理长效机制,对“卖惨营销”网络违法行为始终保持高压态势,坚持发现一起,打击一起,力求达到查处一起、警示一片、治理一域的良好效果。



定性屏蔽广告行为需用多维视角

E法之声

□ 陈耿华

通常不足以引起反不正当竞争法的关注;对于达到特定、实质性损害经营者利益的干扰行为,则需要反不正当竞争法予以有力干预,进而捍卫市场公平竞争秩序和竞争机制。二是消费者利益。竞争不仅需要关注作为供给方的经营者利益,也需要关注作为需求方的消费者利益。在数字经济背景下,消费者利益在竞争行为正当性判定中的作用愈加凸显。在用户为王、消费者主导市场发展风向标的数字经济时代,消费者利益居于竞争法的核心。评判屏蔽广告行为的正当性,需要权衡该行为对消费者利益的影响。如果其有利于提升消费者整体福利,那么并不必然受到反不正当竞争法禁止。

三是技术创新与技术中立。技术创新是市场发展的重要源泉,是竞争者生存、获取竞争优势的重要支柱。对于合理、必要的技术创新应予以鼓励,对于正当的技术中立应予包容。当然,在给技术创新和技术中立预留空间时,也需要适度、谨慎把握。

四是商业模式创新。竞争的魅力在于激励经营者不断探索新的商业模式。在跌宕起

E法之声

□ 陈耿华

伏、迅速迭变的市场竞争中,商业模式并非只有一种,也并非恒定不变,在不同经济发展阶段中,商业模式侧重点会有所不同。新旧商业模式的更替看似有所冲突,但也可能拓展市场选择,推动市场良性竞争,提升社会整体福利。五是行业公约与行业惯例。评判屏蔽广告行为是否正当,还需要观察该行为是否遵循行业公约、符合行业惯例。这是因为行业公约、行业惯例是特定行业内成员普遍认可、相互协商而制定,符合社会道德标准的行为准则,具有正当性、合理性。总之,竞争行为的判定需要依托特定市场竞争语境,屏蔽广告行为的定性需要基于不同竞争场景,遵循个案场景思维,立足于社会整体福利最大化的基准,综合考量经营者利益、消费者利益、技术创新与技术中立、多种商业模式、行业公约与行业惯例,进而作出符合客观市场情势、契合市场竞争发展规律的认定结论。

(作者系西南政法大学经济法学院副教授,西南政法大学竞争法研究中心副主任)