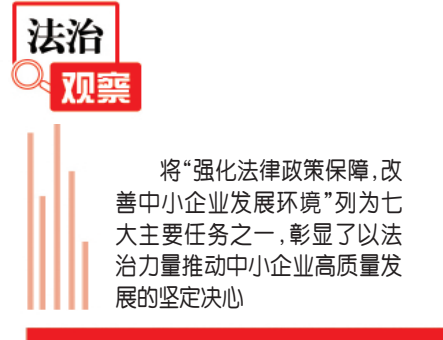


法治护航中小企业高质量发展



法治观察

将“强化法律政策保障,改善中小企业发展环境”列为七大主要任务之一,彰显了以法治力量推动中小企业高质量发展的坚定决心

王 琦

工业和信息化部等十部门近日联合印发《促进中小企业发展“十五五”规划》(以下简称《规划》),为未来五年中小企业发展擘画了行动蓝图。《规划》提出,到2030年中小企业整体发展实现量质齐升,创新发展能力显著增强,数智化绿色化水平加速跃升等目标。围绕上述目标,《规划》将“强化法律政策保障,改善中小企业发展环境”列为七大主要任务之一,彰显了以法治力量推动中小企业高质量发展的坚定决心。

中小企业量大面广,在我国技术创新、产业韧性、

就业民生等方面具有举足轻重的意义,是国民经济和社会发展的生力军。当前,随着新一轮科技革命和产业变革加速演进,中小企业在迎来转型升级机遇的同时,也面临着诸多挑战和风险,尤其需要法治保驾护航。

营造公平有序的市场竞争环境,是中小企业健康发展的重要前提。对此,《规划》一方面提出纵深推进全国统一大市场建设,营造公平竞争的法理化营商环境,为中小企业平等参与竞争提供制度保障,同时也为全国统一大市场建设相关立法探索路径。另一方面,鉴于平台经济深刻重塑着中小企业经营的发展生态,《规划》强调预防和制止平台经济领域的垄断行为,着力维护平台内中小企业的合法权益。这可以与市场监管总局今年2月印发的《互联网平台反垄断合规指引》形成制度合力,提升中小企业在平台经济中的竞争地位,促进平台经济有序发展。

提升账款回收效率,保障中小企业资金链稳定畅通,是中小企业发展的重要支撑。针对中小企业长期面临的回款难、资金周转压力大这一现实问题,《规划》要求贯彻《关于解决拖欠企业账款问题的意见》,严格执行《保障中小企业款项支付条例》。结合近期实践,主要有两方面工作重点:一是优化拖欠中小企业账款投诉机制,完善全国违约拖欠中小企业款项投诉

平台,健全投诉处理机制,实现“一站受理”“一网通办”。二是健全行业账款支付规则,分行业明确合理账期和支付条件,细化拖欠企业账款失信行为认定标准。前不久召开的国务院常务会议已就整治大企业拖欠中小企业账款问题作出部署。为贯彻相关部署,工业和信息化部、市场监管总局随后联合印发《关于推动汽车企业规范供应商账款支付 优化账期管理的通知》,对汽车行业提出了优先保障中小企业的要求。根据不同行业的经营规律制定差异化账期规则,有利于改变原先“一刀切”的做法。总体来说,这些举措有助于建立防范化解拖欠中小企业账款的长效机制,助力打通产业链供应链资金循环堵点,切实缓解中小企业经营压力,提振市场主体发展信心。

随着数字经济发展,人工智能、大数据的应用引发了大量新型知识产权、数据权益等纠纷,中小企业在面对此类纠纷时存在维权能力弱、举证难度大等现实情况。针对这一困境,《规划》从司法保护与纠纷调解两方面作出顶层谋划。在司法司法保护方面,《规划》要求深入开展“守护知识产权”专项执法行动,打击侵犯中小企业知识产权行为。最高人民法院相关负责人此前表示,“十五五”时期人民法院将聚焦新兴产业领域,针对数字经济新业态,研究制定涉人工智能、数据产权司法保护的规范性文件,完善数据权属、

数据交易、AI生成物等方面的裁判规则。其中《关于依法审理涉人工智能纠纷案件的意见》已经出台,在划清法律红线的同时支持人工智能技术创新发展。这一部署与上述要求形成有效联动,将有效填补数字经济领域的一些空白,增强中小企业的法律保护预期,强化新型权益保障,消除中小企业投身创新、进行转型升级的后顾之忧。在纠纷化解方面,《规划》提出建立健全矛盾纠纷多元化解机制,推动人民调解、行政调解、行业性专业性调解、司法调解等优势互补、有机衔接、协调联动。今年1月,中央政法委等20家单位联合印发《关于深化“总对总”多元化纠纷解决机制改革的意见》,就全面深化“总对总”机制作出系统部署,搭建更加高效的纠纷解决通道,能够切实降低中小企业维权成本,助力中小企业快速化解纠纷,专注主业发展。

从营造公平竞争环境到保障账款支付,再到强化维权服务,《规划》进一步完善了我国中小企业发展的法治保障体系。未来,还需密切追踪新业态发展,增强对新情况新问题的前瞻性预判力,保持宏观政策取向一致性,促进政府、市场、社会、行业有机协同,及时将有效经验上升为法律和政策,为中小企业高质量发展提供有力法治支撑。

(作者系北京航空航天大学法学院副教授、民法研究中心主任)

善治沙龙

高华俊

前不久,民政部、财政部联合发布《关于积极发展服务类社会救助的指导意见》(以下简称《指导意见》),就发展服务类社会救助的对象范围、需求评估、服务清单、资金筹措、管理监督等提出了规范性要求。作为社会救助法施行后出台的首个配套政策文件,《指导意见》既是一次创新社会救助方式的动员,也是一次依法推动社会救助事业高质量发展的示范行动。

社会救助作为社会保障体系中兜底性、基础性的制度安排,对于保障困难群众的基本生活发挥着至关重要的作用。所谓服务类社会救助,是指通过提供服务实施社会救助的一种方式,主要面向有需求的特困人员、低保对象、低保边缘家庭成员和刚性支出困难家庭成员等救助对象,以满足其依靠自身能力难以获取的基本生活方面的服务需求,包括照护服务、生活服务、关爱服务等。

发展服务类社会救助不仅是社会救助范围的拓展,更是社会救助方式从传统单一的物资救助方式向“物质+服务”综合救助模式的升级。其实,这一转型早已起步。2020年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于改革完善社会救助制度的意见》,其中明确提出“创新社会救助方式。积极发展服务类社会救助,形成‘物质+服务’的救助方式。”2024年8月,民政部、财政部在全国部署开展服务类社会救助试点工作,为这项工作全面推开积累了丰富经验。今年7月施行的社会救助法进一步以法律形式明确“国家积极发展服务类社会救助”,从政策倡导到试点探索,再到法律确认和配套文件落地、环环相扣、层层递进,清晰勾勒出国家推进社会救助改革的前进方向。

发展服务类社会救助,不仅关乎社会救助制度自身的改革,也关系到面向全民的普惠型社会服务体系的发展根基是否牢固。随着服务类社会救助的不断发展壮大,救助范围将持续扩大,救助标准及救助水平将不断提高,这不仅能够进一步完善整个社会保障体系,也能为普惠型社会服务的全面推开奠定坚实基础。可以说,经过多年政策铺垫、试点探索及法律完善,我国发展服务类社会救助的条件趋于成熟,推进服务类社会救助已经从“要不要做”的选择题,变为“如何做实做好”的必答题。

积极发展服务类社会救助,对于落实国家发展战略和完善社会治理体系均具有特殊重要的意义。一方面,服务类社会救助是以人本为中心,兼顾“投资于人”与“投资于物”的救助模式,是推进中国式现代化的重要配套制度。当前,经济社会的快速发展催生了群众大量迫切的服务类需求,救助方式也必须同步升级。在操作层面,《指导意见》提出建立服务类社会救助需求评估体系,注重发挥低收入人口动态监测信息平台 and 主动发现机制作用,结合入户调查、走访视视等工作,及时了解、准确掌握困难群众的服务需求;同时结合本地经济社会发展水平、政府财政承受能力、服务资源供给能力等因素,因地制宜制定服务类社会救助供给清单,确保服务资源与困难群众实际需求精准对接,使服务类社会救助工作的开展既有科学性和实效性,又能将关怀真正送到千家万户,让群众切实感受到温暖。

另一方面,发展服务类社会救助有助于构建多元共治的社会治理格局。社会救助法从机制、渠道、手段以及激励政策等方面,对社会力量参与社会救助作出全面规定。《指导意见》进一步细化了政府主导、社会参与、专业化机构提供服务的工作机制,明确统筹运用行政与市场手段,并充分利用一般公共预算资金、彩票公益金、社会捐赠等现有资源合理确定资金筹措渠道。此外,满足庞大的服务需求,不仅需要专业设施,更需依托社区这个贴近群众急难愁盼的最前阵地。社区作为基层治理的重要场域,能够为社会机构、慈善组织、爱心企业以及志愿者提供广阔平台,必然成为服务类社会救助的用武之地。

从国家战略倡导到法律制度确认,再到《指导意见》提出具有可操作性的实施路径,服务类社会救助工作正稳步向前推进。在国家宏观战略指引下,以民生保障拉动内需、以经济发展反哺民生保障,必将形成良性循环。在迈向基本实现社会主义现代化的新征程中,社会救助必将不负众望,更好发挥“保基本、防风险、促发展”的作用。

(作者系北京师范大学中国公益研究院原院长)



法律人语

万 勇

为正确适用2020年修正的著作权法,回应数字时代著作权保护司法实践需求,最高人民法院前不久发布了《关于修改〈最高人民法院关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释〉的决定》(法释〔2026〕18号,以下简称《决定》)。《决定》直面司法实践中的难点问题,受到社会广泛关注。

优化司法解释条文措辞。2020年著作权法修正后,部分条文的内容、文字表述及条文序号发生调整,原《最高人民法院关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》(法释〔2002〕31号,2020年修正,以下简称原司法解释)与之存在不相匹配的地方,《决定》对此作了适应性修改,实现了司法解释与上位法的精准衔接。《决定》将司法实践中沿用多年的“时事新闻”调整为著作权法的法定表述“单纯事实消息”,厘清了不受著作权保护的事实性信息与具有独创性的新闻作品之间的边界;将原司法解释中的“室外公共场所的艺术作品”修改为“公共场所的艺术作品”,填补了以往场景界定不全的规则漏洞;在赔偿数额的计算方式上,增加了“合理权利使用费”这一类型,弥补了权利人举证能力的不足;将出版者因出版物侵害他人著作权而“承担赔偿损失的责任”,修改为“承担民事责任”,因为出版者除了可能承担赔偿损失的责任外,还可能承担停止侵权、赔礼道歉等其他民事责任。这些修改看上去只是术语和措辞的微调,实质上却关系到法律概念的准确性与裁判标准的统一性,能够降低司法适用的沟通成本。

细化裁判适用规则。《决定》对司法实践中的一些争议性问题作了澄清,进一步细化和完善法律适用标准,统一案件裁判尺度,这也是此次司法解释修订的最大亮点。一是进一步明确“公之于众”的认定标准。原司法解释将“公之于众”界定为“著作权人自行或者经著作权人许可将作品向不特定的人公开”,这一规定在以往的司法实践中引起一定争议。从法理上讲,将作品未经许可“公之于众”,显然构成侵犯发表权;而按照原司法解释的规定,只有著作权人自行的公开或者经其许可的公开才构成“公之于众”,这就意味着未经许可的公开反而不构成“公之于众”,从而导致发表权的规定形同虚设,在实践中难以有效适用。

二是进一步明确公共场所陈列作品合理使用的边界。对设置或陈列于公共场所的艺术作品进行临摹、绘画、摄影、录像后,能否对由此产生的成果进行二次使用,实践中存在一定争议。原司法解释认为可以合理的方式和范围再行使用。然而,“再行使用”的范围过于宽泛,某些行为可能影响原作品的正常使用,损害著作权人的合法权益,这显然超出了合理使用的边界。《决定》增加了一个但书条款,要求“未经著作权人许可不得以相同方式设置、陈列或者公开传播”,从而在保障合理使用空间的同时避免挫伤著作权人展览作品的积极性。

三是进一步明确报刊转载法定许可的适用范围。报刊转载法定许可中的“报刊”,究竟是仅限于纸质报刊,还是延及数字媒体形式的报刊,在以往司法实践中一直存在较大争议。《决定》适应网络和数字技术发展需要,对此作了类型化区分:对报纸、期刊版面以原内容和原格式通过数字化版本登载的行为,适用法定许可;除上述情形外,将报纸、期刊内容通过网络传播的行为,则不能适用法定许可,应当经过著作权人许可并支付报酬。这一区分既回应了传统报刊数字化转型的现实需求,又防止了法定许可范围的不当扩张,在便利信息传播与保护著作权人利益之间实现了更为精准的平衡。

强化利益平衡导向。《决定》立足当前著作权保护工作大局,坚持问题导向与发展导向,构建起更加规范有效的著作权司法保护体系。从制度价值来看,《决定》兼顾权利保护与公共利益的双重目标。一方面,通过细化侵权责任承担,优化赔偿机制,全方位筑牢创作者、传播者的权利保护屏障,充分激发原创动力。另一方面,通过规范转载规则,完善合理使用制度,严格区分合理使用与侵权使用,法定许可与侵权转载,既严厉打击恶意侵权行为,又准确把握权利边界。

法治兴则文化兴,法治强则创新强。著作权司法保护既是文化繁荣发展的制度基石,也是激励创新创造的重要保障。面对新一轮科技革命和产业变革,应当持续提升著作权司法保护现代化水平,以公正高效的司法保障激发文化创新活力,推动文化产业高质量发展,为建设文化强国、知识产权强国提供坚实有力的司法支撑。

(作者系中国人民大学法学院副院长、教授)

热点聚焦

钱文杰

国家市场监督管理总局近日公布九起养老服务领域不正当竞争典型案例,覆盖自建App域域直播、线下门店体验等多种营销渠道,涉及保健食品、医用药品、医疗器械、家用电器等多个品类。此举旨在持续强化反不正当竞争执法,严厉打击养老服务领域虚假宣传等违法行为,切实维护人民群众合法权益,引发社会广泛关注。

近年来,涉老虚假宣传案件呈现出套路化、场景化等趋势。不法分子精准拿捏老年群体“怕生病、怕孤独”的心理痛点,以“免费体验”“健康讲座”“温情陪伴”等为诱饵引流,实则进行违法营销。此类行为不仅直接造成老年人财产损失,更以虚假疗效诱导患者放弃正规诊疗,严重危及生命安全。同时,虚假宣传也会破坏养老市场的公平竞争秩序,侵蚀养老产业的健康生态。有关数据显示,2025年,市场监管总局针对老年人药品、保健品虚假宣传开展专项整治,其间共查办违法案件6175件,罚没金额约1.035亿元,责令4908家主体整改。

从这批案例来看,“将不具备治疗功效的产品包装为治病良方”是九起案例的共同特征,药

品、保健品领域是重灾区。案例一中,某公司通过自建App直播间宣传普通码片可“抑制肿瘤细胞、改善结节肿瘤”,同时虚构科研机构背书材料;案例三中,某公司通过微信群聊等方式宣称美洲大蠊药品具有“抗肿瘤、组织修复、提高免疫力”等与标签标示不符的功效;案例四中,某食品商行将“胶原蛋白粉”等保健食品宣传为可替代药物治疗。应该看到,此类行为既违反反不正当竞争法中关于经营者不得对其商品性能、功能等作虚假或引人误解的商业宣传的规定,又触及食品安全法中食品广告“不得涉及疾病预防、治疗功能”及药品管理法中药品按核准内容宣传的强制性要求。严厉打击此类行为,是监管部门落实食品药品安全监管“四个最严”要求的具体体现,也为今后同类案件的查处提供了有益借鉴和参考。

此外,从这批案例中还可以看到,私域空间正成为涉老违法营销的高发地带。有的经营者通过自建App定向推介,有的通过网络域域购物平台开设视频直播。这种私域传播模式“即开即散、证据难留”,加之群内“康复故事”“熟人站台”等套路进一步消解老年人的防御心理,使监管取证面临不小挑战。不过,从法律定性看,无论渠道如何隐蔽、包装如何精巧,主播口播、社群推送、宣传页发放等都是商业宣传的客观表现形式,只要虚构功效、误导消费者购买决策,即构成违法。

图说世界

据媒体近日报道,有网友发布视频称,山西省浑源县某饭店经营者对不同消费群体分别使用两套菜单,且同款菜品标价不一致。有关部门经调查后发布通报称,网友反映的问题基本属实,已依法立案,对涉事饭店进行停业整顿。

点评:商家“看人下菜碟”,既侵害消费者权益,也影响地方文旅形象。有关部门必须对此类行为予以严肃处理,维护好地方文旅口碑和公平有序的消费环境。

文/孜然



漫画/高岳

数智治理

苏号朋

不久前,中国消费者协会发布了《2026年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》(以下简称“情况分析”)。数据显示,AI客服成为投诉热点,其中商家拒绝兑现AI客服承诺的问题尤为突出。当AI客服基于语义理解和大模型作出承诺,消费者据此作出交易决策后,商家能否以“AI不具备法律主体资格”为由否认其效力?消费者对于商家官方部署的AI客服产生的信赖在法律上应如何认定?这些问题事关消费者权益保护,亟须予以回应。

在我国现行法律体系下,只有自然人、法人和非法人组织可以独立作出具有法律约束力的意思表示。此前全国首例生成式AI“幻觉”侵权案已明确认定,人工智能不具有民事主体资格,不能独立作出意思表示,亦不能充当意思表示的传达人、代理人或代表人。这一判断符合法定性。AI只是工具,其输出的内容本质上是算法程序运行的结果,而非AI作为独立民事主体实施的意思表示行为。

然而,正因为AI不是独立主体,其行为的法律后

AI客服不是商家的甩锅工具

果才应归属于控制和部署该工具的主体——即经营者。正如中消协在“情况分析”中明确指出的,经营者部署的AI客服虽不具有独立承担民事法律责任的主体资格,但其系经营者部署并应用于经营服务活动的重要工具,其输出内容属于经营者提供服务的组成部分。我国消费者权益保护法明确规定,经营者向消费者提供商品或服务的信息应当真实全面,不得作虚假或引人误解的宣传。无论是人工客服还是AI客服,均为经营者履行告知义务的途径,其答复内容理应由经营者负责。

判定AI客服在商业场景中的输出是否构成经营者的意思表示,可以从多个角度加以考察:就经营者的控制与管理而言,AI客服由经营者部署、训练和管理,当AI客服就费用构成、优惠活动等作出明确承诺时,这实为经营者预设服务逻辑的运行结果;就消费者的合理认知而言,消费者无法也无义务区分AI输出背后的技术细节,其合理认知是经营者在进行答复和承诺,这种信赖恰是经营者的商业策略所预期的,而非消费者的重大误解;就经营者的风险控制能力而言,经营者完全可以通过技术手段设定AI客服的权限

边界,哪些问题可以回答、哪些承诺可以作出、哪些事项需要转接人工服务。因此,经营者选择部署AI客服并赋予其特定职能,就应当承担相应的法律后果,不能在发生纠纷后以“AI回答不代表公司立场”“算法生成内容不具备法律效力”等为由拒绝履行承诺。

当然,为合理平衡经营者与消费者之间的利益,只有当消费者对AI客服生成内容产生合理信赖时,经营者才应承担相应责任。判断消费者是否具有合理信赖可从如下角度认定:AI客服是由经营者官方部署的,而非消费者自行使用的第三方工具;AI客服履行的是商品咨询、营销宣传、费用说明等典型的经营服务职能;AI客服作出的是明确、具体、可执行的承诺,而非模糊、随机的输出;消费者基于该承诺作出了支付款项等具有法律意义的行为。满足上述条件时,可将AI客服的输出认定为经营者的意思表示,对经营者具有约束力;如果经营者不履行AI客服承诺的内容,则构成违约,应承担违约责任。

进一步看,在人工智能的法律规制领域,我国已发布《生成式人工智能服务管理暂行办法》等部门规章及规范性文件,但其法律位阶较低,调整范围有限,

尚不足以充分保障消费者权益。因此,有必要及时推出AI应用场景下的消费者权益保护新规。具体而言,可加强消费者权益保护领域的立法,增设AI客服场景下的经营者义务条款,明确AI客服所作交易承诺对经营者具有法律约束力,同时建立AI客服输出内容的留存和可追溯机制,为纠纷解决提供证据基础;通过发布指导性案例或司法解释,明确AI客服输出内容的法律效力认定规则;制定AI客服应用的强制性标准,对涉及消费者重大权益的事项,要求AI客服作出特定提示或转交人工确认。值得关注的是,自今年9月1日起,推荐性国家标准《顾客联络服务 人工与智能客户服务协同要求》(GB/T 47746—2026)已开始施行,国标制定工作已迈出重要一步。

AI客服的广泛应用是大势所趋,但技术进步不能以牺牲消费者权益为代价。当AI客服成为经营者服务体系的有机组成部分,其输出就不仅是算法的运行结果,更是经营者服务意志的表达。经营者不能既将AI客服作为降低人力成本、提升服务效率的工具,又以“工具不具有法律效力”为由切割关系、逃避责任。唯有坚持权责对等、守住服务初心,AI客服才能真正释放技术红利,实现企业发展与消费者权益保障的共赢。

(作者系对外经济贸易大学法学院教授、消费者权益保护法研究中心主任)