

# 斩断伸向企业的乱收费之手

低企业运营负担,持续激活市场竞争活力。在推进减税降费工作的进程中,减税工作取得较好成效,但是降费仍面临一些挑战:个别地方政府部门巧立名目,通过不同形式向企业乱收费,以不同名义对企业乱罚款、采取变通方式对企业乱摊派,这使得一些优化营商环境的政策举措无法落地,既加重企业负担,影响企业投资兴业的获得感,也容易滋生违规操作和腐败,危及亲清政商关系的构建,降低企业对政府的信任,更影响经济社会高质量发展。

涉企乱收费问题之所以久治不愈,一方面在于一些单位将企业视为“摇钱树”“提款机”,通过各种收费来充实财力和提高福利;另一方面,面对乱收费现象,企业忌惮政府等单位所拥有的权力和影响力,担心被打击报复,通常敢怒不敢言,从而出现“一个愿打一个愿挨”的现象。

为了整治涉企收费违法行为,近年来,相关部门开展了一些专项治理行动,取得了一定成效,但有关问题依然存在。这是因为涉企收费领域广、环节多、政策性强,且存在分散性、随意性、隐蔽性较强的特征,一些政府部门在压减和优化收费项目时往往陷入“定性难、处理难、整改难”的困境,很难持

之以恒。此次《处理办法》明确了涉企收费违法行为的范围、主体、类型、管辖、处理方式等内容,将为有效治理涉企收费违法行为提供一个整体制度框架,为企业营造一个风清气正的营商环境。如《处理办法》明确了4类典型收费主体,包括行政机关、事业单位、社会团体以及其他经营者,这是对现实情况所作的针对性的回应。毕竟,现实中,除政府部门外,一些打着政府旗号的社会组织以及各类商会、协会,也向企业伸手收费。如果不将这些收费主体都纳入监管,就可能对涉企收费违法行为难以根治。对各类收费主体实现监管全覆盖,可以让它们不敢越雷池一步,彻底斩断伸向企业的乱收费之手。

《处理办法》还界定了涉企收费违法行为的典型类型,包括收费主体利用行政权力、行政影响力、行业影响力、特定行业优势地位等向企业收费。现实中,这些机构通过强制、转嫁、搭车等形式收费,让企业防不胜防,明确乱收费的认定标准,能够有效避免收费违法行为定性难的问题,有利于规范涉企收费行为。与此同时,《处理办法》力图通过加大对涉企收费违法行为的处罚力度,对一些企图企

业伸手乱收费的主体形成有力震慑,从而让乱收费现象得到最大限度的遏制。

阳光是最好的防腐剂,也是治理涉企收费违法行为的利器,将涉企收费项目和标准晒出来,既能让政府收得规规矩矩,也能让企业交得明明白白。

当然,治理涉企收费违法行为要有所为,也要有所不为。对于正当合理和企业欢迎的涉企服务项目,应保留、拓展和优化,使企业从中受益。如果对涉企收费“一刀切”,“眉毛胡子一把抓”,就可能扼杀企业需要的服务项目,反而不利于企业发展。这意味着要分类施策和精准施治,使涉企收费逐步步入正轨。

对于政府部门等其他收费主体来说,需要清楚知晓:收费不是目的,而是为了调整企业行为和完善市场秩序的手段,不能本末倒置。各方要向企业多伸援助之手,而不是“掠夺之手”。

涉企收费是一门理解、干预和改变企业行为的学问,需要从企业行为干预角度进行科学设计和持续优化。要加强对涉企收费的数据追踪和评估研究,定期调整和取缔一些收费项目,优化收费标准和方式等,使涉企收费真正发挥应有的作用。(作者系中国人民大学公共管理学院教授)

## 社情观察

□ 李丁乔

经营者需在自动展期、自动续费费等日期前5日,以电话、短信、消息推送等方式有效途径将服务内容、扣费金额等事项告知消费者……近日,《深圳经济特区消费者权益保护条例》(以下简称《条例》)经深圳市人大常委会会议表决通过,将于2024年1月1日起实施。其中,对自动扣款网络消费模式的多项规范要求引发公众关注。

近年来,随着信息技术的发展,人们的消费方式和支付方式都发生了深刻变革。一些平台企业也利用这种变化给消费者开通了默认自动续费功能,这种做法看上去让消费者省心省事,但却有诸多猫腻:其一,无论消费者真实意愿如何,都默认自动续费;其二,缺乏清晰醒目的消费提示,容易误导消费者;其三,消费者一旦忘记取消,就会一直不断地花“冤枉钱”,而且还不容易察觉到。比如,近期有媒体报道,一位消费者在登录某视频App时发现,自2018年以来,在她不知情的情况下,平台每个月都会收取15元会员费,已经持续扣费5年有余。

应该看到,自动续费方式本无可厚非,但必须建立在消费者清楚知晓并同意的基础上。如果默认自动延期、自动扣款,既不通知消费者,也不经消费者付款确认,那么无疑剥夺了消费者的知情权和选择权,有强制消费之嫌。因此,对待此类乱象,必须精准施策,依法整治。

此次《条例》相关条款之所以引发公众关注,就在于其针对自动续费乱象提出了多条具有针对性和可操作性的举措。比如,要求经营者在消费者开通服务前,要以显著方式、清晰易懂的语言向消费者告知服务的内容、周期等信息;在服务期间,要为消费者提供简便的随时取消或者变更服务的途径;自动扣款前5日,要以电话、短信、消息推送等方式有效途径将服务内容、扣费金额等事项告知消费者。这对于保护消费者权益和营造良好的消费环境来说,无疑是一场“及时雨”,不仅有助于让消费者花钱花得明明白白、清清楚楚,而且为消费者提供了更多选择的权利和空间。

制度的生命力在于执行。《条例》明确了企业责任,就有相关部门而言,关键在于落到实处、见到实效。网络消费涉及市场监管、网信等多个部门,要细化相关部门的具体责任,构建起从发现问题到分析研判再到治理的責任闭环链条,确保默认自动续费问题有人抓、及时管、坚决治。同时,要紧跟网络消费发展形势,健全完善相关法律法规和监管机制,明确在续费期间,每次扣款都应该告知消费者本人,并为消费者搭建起方便取消或变更服务内容的通道,有效防止“一续了之”,最大限度保护消费者权益。

可以说,深圳市在网络消费领域的先行先试,对整治和规范其他领域类似乱象问题,以及在全国各地进行推广运用起到了示范带动作用。自动续费看似是小问题,却关系到老百姓的切身利益,也关系数字经济的健康发展。整治默认自动续费问题,除了要靠有关部门加强监管外,也需要经营者自觉依法依规经营,切实尊重消费者的合法权益,少动歪心思,少耍小聪明,只有不断提升服务品质,让各项服务收费标准和收费方式都清晰透明,才能真正增强用户黏性,实现长远发展。

## 拓展互联网普法新场景

□ 沈彬

当普法遇上“二次元”,会产生怎样的“化学反应”?12月2日,未成年保护纪实普法短片《重返庭审现场:少年法庭》(以下简称《少年法庭》)正式上线。该短片在@中国法院网的快手账号一经推出,就引发网友热议,截至目前,该短片已有两亿人次观看,超1000万次点赞。网友直呼:这样的普法方式有温度、有态度,更有深度。

《少年法庭》是由最高人民法院新闻局联合快手创作者@天才职业故事,围绕四位法官、四个真实案件改编的纪实短片:每一集讲述一位法官审理的涉未成年人案件,其中既有法官帮教感化少年犯的法律柔情,也有不法分子因侵害未成年人而被判死刑的火火人心,还有涉校园霸凌等题材。短短几分钟,一块手机屏,连缀起了互联网普法新场景,跑通了短视频创意普法新模式。

群众在哪里,普法工作就要推进到哪里,特别是涉未成年人保护的普法工作,更要跟进到年轻人的“栖息地”,贴合他们的网用习惯。当下网络已成为人们,特别是年轻人的信息接收主要渠道,短视频也成为当下互联网的主流应用产品,所以普法工作必须占领这样的主流阵地,更要借助年轻人喜闻乐见的短视频来传播,通过网络赋能,深化“数字+普法”模式。

“八五”普法规划也强调要“加强青少年法治教育”,充分运用新技术新媒体开展精准普法,“使普法更接地气,更为群众喜闻乐见”。作为主流平台,更要体现担当,引导流量向上向善,让这样的纪实普法故事找到更多用户,借助短视频平台的流量优势、受众优势,助力全社会共筑未成年人司法保护的坚强堡垒。

互联网普法走向短视频平台,借助创新的内容形式讲好法治故事,从年轻人那里圈粉无数,做到普法润物无声,在“手机屏”这块意识形态的重要阵地上积极开拓,提升普法工作的基层到达率、传播率、接受度,交出一份有关“上网、用网、懂网”的优异答卷,值得我们更加期待。

## 法治观察

阳光是最好的防腐剂,也是治理涉企收费违法行为的利器,将涉企收费项目和标准晒出来,既能让政府收得规规矩矩,也能让企业交得明明白白

□ 马亮

近日,国家市场监督管理总局起草了《涉企收费违法行为处理办法(征求意见稿)》(以下简称《处理办法》),向社会公开征求意见。《处理办法》明确了涉企收费违法行为的范围、主体、类型与处罚方式,旨在为治理乱收费建立一套全面系统的总领性制度规则。这有助于建立长效监管机制,更有效地规范涉企收费行为和治理涉企收费违法行为。

近年来,我国大力推动优化营商环境,不断降

## 微言法评

### 摆拍婆媳矛盾被拘是咎由自取

近日,山东聊城一名视频博主发布了一系列“给住院婆婆吃泡面”的视频,引发网友热议。视频中,博主声称老人是自己的婆婆,自己之前坐月子期间婆婆让她吃了三箱泡面,此次之所以这么做是为了报复。事件在网络上发酵后,该博主表示是为了涨粉而摆拍的视频,住院老人不是婆婆而是亲妈。目前公安机关已依法对其作出治安拘留5日的行政处罚,并永久关停其账号。

住院吃泡面、婆媳矛盾、报复婆婆,这些情节设计让观众与之共情,也契合了一些公众围观看热闹的心态。然而,真的假不了,假的真不了,婆媳关系再难以调和,也要基于真实的事件,这样才有讨论的意义和价值。此类虚假的摆拍视频,只是在迎合社会上的矛盾话题来制造对立情绪吸睛涨粉,不仅对于解决问题毫无用处,而且严重扰乱网络公共秩序。从这个角度看,这名博主被依法处罚,完全是咎由自取。互联网不是法外之地,刻意编造事实,挑起矛盾对立的行径必将是“搬起石头砸自己的脚”,从以往诸多因摆拍虚假视频而被处罚的案例中我们不难发现,一些别有用心者为了博流量、涨粉丝,不惜打擦边球,传播错误价值导向、挑战公众认知和道德底线,终将被流量反噬,甚至为此付出法律代价。(梁璐)

### “内购”不能侵害员工权益

有媒体报道称,某车企员工在社交媒体发文诉苦,企业内部几乎80%的员工都被明示或暗示,想要保住工作和升职,就必须购买自己企业生产的汽车。作为技术岗的他不仅自己购买了车辆,还推荐亲戚朋友购买,但最终仍被裁员。此事引发了公众对企业“内购”问题的关注。

在自愿购买的前提下,适当开展“内购”活动,本是企业与员工双赢的好事:对企业来说,可以刺激产品销售,让员工成为产品的使用者和推广者,宣传企业文化和产品价值;对员工来说,享受“内购”的优惠福利,可以省下真金白银,增强幸福感和获得感。但在现实中,一些企业过度追求自身利益,忽视员工的真实感受,往往导致“内购”跑偏。有的借机处理临期或过期产品,降低了员工的满意度,有的甚至明令员工购买企业的产品,并且有数量的要求,完不成“内购”任务就要接受相应惩罚等,这严重侵犯了员工的权益。在“内购”问题上,劳动者本身也是普通消费者,享有自主选择权和公平交易权。同时,通过摊派业绩逼员工购买,完不成购买指标就要接受惩罚的规章制度也违反了有关法律规范要求,损害了劳动者的合法权益。如何把“内购”这件事办好,让劳动者和企业都满意,关键要合法合规,找到劳资双方利益的最佳契合点。(张涛)

### 泄露患者隐私既无德更违法

近日,香港某艺人前送医院抢救的电子病历截图在网上流传。后经公安机关查明,是在北京市顺义区某医院工作的符某某,出于炫耀的目的,利用工作便利,将病患的个人病历拍照发至微信群,导致信息扩散,造成恶劣的社会影响。目前,符某某已被依法行政拘留。

患者的病历资料既事关其个人隐私,又事关其人格尊严。出于治疗需要,患不避医,这是很多人都知道常识,也是医生针对患者作出科学治疗方案的前提。与之相对的是,医护人员必须遵守高度的保密义务,不得随意公布传播执业过程中所掌握、知悉的患者隐私,无论这名患者是普通人,还是应该让渡一定权利接受公众监督的公众人物。这既是应该遵守的社会公德,也是医护人员职业伦理和职业性质所衍生的职业操守和底线。符某某被依法行政拘留再次警示众人,随意曝光患者隐私,拿公众人物就诊信息当“八卦”素材和炫耀资本的行为,不仅严重违背职业伦理,而且触碰了法律底线。(史洪举)

## 处理彩礼纠纷要尊重民间习俗

### 法律人语

□ 冉克平

近日,最高人民法院公布了《关于审理涉彩礼纠纷案件适用法律问题的规定(征求意见稿)》,对彩礼的界定、是否办理结婚登记并共同生活时彩礼返还的条件等作出规定。与此同时,最高法、民政部、全国妇联联合召开新闻发布会,发布人民法院涉彩礼纠纷的4个典型案例,对彩礼及其返还的原则予以明确。

彩礼是流行于中国民间社会的重要婚嫁习俗,有着深厚的社会文化基础。从人类学上看,许多文明社会的婚姻都是由某种类型的经济交换肯定下来的。交换的形式,最常见的是聘礼或者彩礼。新中国成立后,立法者认为社会主义制度下的婚姻应当以爱情为基础,不主张也不支持婚嫁以给付彩礼为条件,相反应当破除给付彩礼的旧风俗,树立社会主义男女平等的新风尚。由于立法者对彩礼及其返还习俗持反对态度,导致彩礼问题不仅在已废止的婚姻法中始终处于缺位状态,也在民法典婚姻家庭编中没有得到明确体现。2003年颁布的《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国婚姻法若干问题的解释(二)〉》第10条规定的彩礼及其返还规则,旨在解决现实生活中存在的纠纷,

并防止矛盾激化,而不是鼓励和提倡给付彩礼。

如按照当事人结婚与否将彩礼的返还分成两种情形:一是双方没有办理结婚登记手续的,应当返还彩礼;二是已经结婚又离婚的,原则上彩礼不返还。例外情形包括双方办理结婚登记手续但未共同生活以及婚前给付并导致给付人生活困难(相关返还原则于2020年被完整地纳入《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民法典〉将婚姻家庭编的解释(一)》)。针对彩礼是否返还以及返还多少,该司法解释采取“全有全无”的方式,忽略了在具体个案中考量当事人的过错,男女双方同居时间的长短以及彩礼的实际用途等因素,规定只要满足法定情况,彩礼一律返还,这显然对于彩礼给付人更为有利,属于“彩礼习俗反类型”规范,实质上体现了立法者对支付方的同情,在实践中产生了一些不公平的结果,显然有失合理性。

实际上,在当下中国的广大地区,彩礼在一定程度上已不具有女方父母“借婚姻勒索财物”的性质,男方在婚前所给付女方的彩礼,通常会以嫁妆的方式返还和资助新婚小家庭,成为财产代际转移的一种方式,这也促进了婚姻的稳定性。因此,婚前由男方给付彩礼,聘金等现象之所以能够顽强地存在于民间社会,有其自身的合理性。

正如历史法学派代表人物萨维尼所言:“家庭包含三种不可分离的统一形态,即自然的形态、道德的形态以及法的形态,家庭关系只是部分具有法

的性质。彩礼等习俗已经存在数千年,属于先于国家法而存在的特殊的“生活领域”,立法仅能在尊重现有习俗的基础上对于其予以合理规制。近年来,彩礼金额持续走高,涉彩礼纠纷案件数量呈上升趋势。高额彩礼背后具有深刻的经济与社会原因,比如广大农村地区男女性别比例严重失调,浓重的宗亲代际思想等,从而让给付方家庭背上沉重的经济负担,也给婚姻稳定埋下隐患,不利于社会文明风尚的弘扬,对此应当加以正面引导。2021年以来,“中央一号文件”也连续三年提出治理高额彩礼问题。

从民法的角度看,只要彩礼是在自主自愿的基础上完成的,不至于导致恶劣的社会影响,法律就应当承认该习俗具有法律效力。同时针对男女双方的过错,共同生活的长短,是否办理结婚登记以及女方是否怀孕、流产以及生育等因素,合理确定彩礼的返还规则。就此而言,此次发布的典型案例所明确的三个原则:严禁借婚姻索取财物;充分尊重民间习俗,以当地群众普遍认可为基础合理认定彩礼范围;坚持问题导向,充分考虑彩礼的目的性特征,斟酌共同生活时间、婚姻登记、孕育子女等不同因素在缔结婚姻这一根本目的实现上的比重,合理平衡双方当事人权益,以及最高法专门通过司法解释表达对彩礼及其返还习俗的承认,具有明显的积极意义。

(作者系武汉大学法学院教授)

## 图说世象

近日,湖北孝感警方接到线索称,城区疑似有一假币制造窝点。民警在抓获嫌疑人周某后经审讯得知,周某为了用钱,将人民币图片用修图软件修调后并打印出来。然而,假币造出后,与真币差距过大,使得周某不敢拿去使用。目前,周某因涉嫌伪造货币罪已被刑事拘留。

点评:无知加上贪婪使得嫌疑人走上了犯罪的道路。这也警示人们,伪造货币一定会受到法律的制裁,绝不会“钱”途无量。

文/一方



漫画/高岳

## 提升监管水平释放旅游消费潜力

### 善治沙龙

□ 申海恩

前不久,文化和旅游部印发了《国内旅游提升计划(2023—2025年)》(以下简称《提升计划》),这是未来两年国内旅游业高质量发展的具体指南,是当前和今后一个时期旅游市场强势复苏、蓬勃发展的政策支持。《提升计划》在“加强市场综合监管”部分,提出要“加强旅游法治建设,健全旅游市场综合监管机制,提高旅游市场监管信息化水平,加强旅游市场执法监督,这有助于进一步释放旅游消费潜力,推动旅游业实现量的合理增长和质的有效提升。”

今年是旅游市场运行十周年,在“十四五”旅游发展规划》提出根据需要进行适时开展修订工作的基础上,《提

升计划》明确将推动修订完善旅游法等法律法规列为主要任务。旅游业作为国民经济战略性支柱产业,其发展和旅游市场的提振必须建立在市场经济法律体系框架内。依法兴旅、依法治旅始终是旅游业发展的基调所在。

旅游市场监管必须依法进行,有法可依是前提,作为执法依据的法律法规也必须是良法、善法。旅游法是旅游行业的基本法,施行十年来,旅游市场环境发生了很大变化,新业态层出不穷;今年6月,联合国世界旅游组织通过了《游客保护国际守则》,为在紧急情况下保护游客及其消费者权益提供了一套全面的守则和建议,这些都使得旅游法等一系列旅游法规有必要作出进一步修订完善,以更好适应旅游市场的变化和保障旅游消费者权益。

旅游业涉及产业领域众多,旅游市场主体多元,无法仅靠文化和旅游行政主管部门一家来完成监管重任。自旅游市场明确建立旅游市场综合监管机制以来,各有关部门积极探索,健全旅游市场综合监管机制,逐步确立

了“双随机、一公开”监管和“互联网+监管”为基本手段,以重点监管为补充,以信用监管为基础的新型监管机制。

在市场发展到数字化、人工智能时代以后,旅游市场综合监管机制有必要运用云计算、大数据和人工智能等新技术以提高信息化水平,新技术的运用,一方面有利于提高监管水平和效率,使各有关部门尽可能实现跨部门、跨地区乃至跨市场监管;另一方面有利于各市场主体建立自我管理、自律机制,进而大幅度降低监管部门的监管压力,而这对于旅游纠纷的处理也将提供有力支持,甚至改变旅游市场监管机制的基本结构,实现旅游市场综合监管机制质的飞跃。

应当明确的是,旅游市场综合监管机制建立的目标并不在于对旅游市场参与主体的管束,而在于通过对违反市场规律、破坏市场秩序行为的打击,对符合公平有序经营行为、旅游消费者权益的保护,最终促进旅游业

的发展。《提升计划》明确了健全旅游市场综合监管机制,一定要加强对新业态培育和监管,推动新业态可持续发展,这是对旅游市场综合监管机制促进旅游业发展这一根本目标的认可和重申。监管部门在实践中要贯彻这一要求,不断探索有利于旅游业和新业态健康发展的监管机制,避免之前旅游市场“一管就死、一放就乱”的尴尬情况。

旅游市场综合监管机制是对旅游市场的维护和促进,并不以完全消灭旅游纠纷为目标。旅游纠纷解决机制的完善,是旅游市场健康发展的重要保障。近年来,各地积极探索旅游多元化纠纷解决机制,针对旅游活动的异地性、即时性等特点,旅游巡回法庭、旅游调解等制度机制已经得到普遍运用,取得了一定的效果。下一步应该重视旅游市场的行业特性,积极推动旅游仲裁这一专业性、快速性纠纷解决机制的探索,充分运用市场力量,最大程度降低旅游纠纷对经营者、消费者造成的影响,真正实现消费者能够轻松地旅游,经营者能够预见地、负责地开展旅游经营活动,从而构建和谐的旅游市场。

(作者系中国政法大学民商经济法学院副教授)