

热点 直击

1月人民币贷款新增1.32万亿元 实体经济融资需求旺盛

本报记者 陈果静

▷ 中长期贷款增量创近4年来的新高,反映出实体经济对长期资金的需求明显提升

▷ 专家预计,2014年全年信贷投放速度将进一步放缓,信贷配置将更加着眼于支持经济转型、产业升级和提高效率

中国人民银行2月15日公布的数据显示,2014年1月社会融资规模为2.58万亿元,分别比上月和去年同期多1.33万亿元和399亿元。其中,人民币贷款增加1.32万亿元,同比多增2469亿元,创下近4年来新高。

年初贷款迅猛增长,已是我国银行业的惯例。“年初加大贷款规模主要与银行的财务周期有关。”中央财经大学中国银行业研究中心主任郭田勇表示,受银行业内“早放贷、早收益”的思维影响,银行一般会在前一年年底积攒一些贷款项目,然后在次年年初发放贷款以提高商业利润。再加上去年年末银行信贷额度已经用得差不多,部分贷款也顺延至信贷额度较为充裕的年初发放。

“信贷增速较快,说明实体经济融资的需求旺盛,从整体上来看,这一开局说明经济活动并没有趋冷。”交通银行首席经济学家连平表示。其中,中长期贷款增量创下近4年来的新高,反映出实体经济对长期资金的需求明显提升。

虽然1月份信贷增速较快,但广义货币(M2)却有所下滑。连平认为,M2增速不快从整体来看是个好现象,但与之相伴的存款增速放缓却是一个需要注意的信号。“银行存款增长放缓或将成为大趋势。”连平认为,随着利率市场化步伐加快、理财产品增多,特别是近期货币市场基金的快速发展,将分流居民存款。

从今年全年来看,利率市场化、经济“去杠杆”、资本流动规模和方向的变化都会影响信贷的供需关系。连平预计,2014年全年信贷投放速度将较2013年进一步放缓,新增贷款将在9.8万亿元至10万亿元之间,贷款余额将同比增长13.6%至13.9%;从结构上看,信贷配置将更加着眼于支持经济转型、产业升级和提高效率。



京城进入节后用工旺季



2月15日,北京中国科技会展中心,应聘者正查看招聘信息。当日,春节后首场大型招聘会在京举行。 本报记者 赵晶摄



2月15日,北京虎坊桥人才市场门外,求职者正在阅读橱窗里的招工信息。工作人员告诉记者,尽管“双节”已经结束,但预想中的农民工返京潮并未出现,京城用工情况整体偏紧。 本报记者 黄俊毅摄

春季中国婚博会在京举行



2月15日,观众在婚博会现场挑选首饰。2014年春季中国婚博会于2月14日至16日在国家会议中心举行。近3000个国内外品牌、50万款结婚新品展出,吸引了众多观众光临。 本报记者 肖尔亚摄

网购新规利好买卖双方

本报记者 陈郁

网络市场飞速发展,网络交易新形式、新业态不断涌现,网络交易中违法行为的方式和手段也在不断翻新。为进一步规范网络交易秩序,促进网络经济健康发展,国家工商总局对现行《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》进行修订,并于日前发布旨在保护消费者和经营者合法权益的《网络交易管理办法》——

视点



消费者权益如何保护——

网购七天可无理由退货

国家工商行政管理总局日前发布《网络交易管理办法》,该办法将于2014年3月15日起施行,此前出台的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》同时废止。

国家工商总局市场规范管理司副司长杨洪丰表示,出台《网络交易管理办法》旨在规范网络商品交易及有关服务,保护消费者和经营者的合法权益,促进网络经济持续健康发展。

增设“七天无理由退货”新规

“售后服务是网购消费者反映最强烈的问题。依据新修订的《消费者权益保护法》,《网络交易管理办法》增设了‘网购七天无理由退货’的规定。”杨洪丰说。

按照规定,消费者有权自收到商品之日起7日内退货,且无需说明理由。网络商品经营者应当自收到退回商品之日起7日内退还消费者支付的商品价款。但消费者退货的商品应当完好,并应承担退回商品的运费。并且,消费者定做的商品、鲜活易腐商品、在线下载或消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品及报纸和期刊等除外。

商家及商品信息应全部公开

依据网络交易特点,办法还规定,网络商品经营者向消费者销售商品或提供服务,应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、支付形式、退换货方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息,采取安全保障措施确保交易安全可靠,并按照承诺提供商品或服务。

网络商品经营者销售商品或者提供服务,应当保证商品或服务的完整性,不得将商品或服务不合理拆分出售,不得确定最低消费标准或者另行收取不合理的费用,不得利用合同格式条款并借助技术手段强制交易。

须对消费者个人信息严格保密

“个人信息保护是网络交易中消费者极为关心的问题。”杨洪丰说,对此,办法规定,网络商品经营者、有关服务经营者在经营活动中收集、使用消费者信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经被收集者同意。对收集的消费者个人信息必须严格保密,不得泄露、出售或非法向他人提供,并应采取保护措施,确保信息安全,防止信息泄露、丢失,在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时,应立即采取补救措施。

此外,网络商品经营者、有关服务经营者未经消费者同意或请求,或消费者明确表示拒绝的,不得向其发送商业性电子信息。

用户信用等级不得任意调整

“根据《网络交易管理办法》,为网络商品交易提供信用评价服务的有关服务经营者,不得任意调整用户的信用等级或者相关信息。”杨洪丰说,“从事网络商品交易及有关服务,必须遵循自愿、公平、诚信原则。”

对于很多网购网站上明示的商家信用评级等,办法规定,鼓励第三方交易平台经营者为交易当事人提供公平、公正的信用评价服务,对经营者的信用情况客观、公正地进行采集与记录,建立信用评价体系、信用披露制度,以警示交易风险;为网络商品交易提供信用评价服务的有关服务经营者,应当坚持中立、公正、客观的原则,通过合法途径采集信用信息,不得将收集的信用信息用于任何非法用途。

明确第三方交易平台责任义务

办法还明确,第三方交易平台经营者应当积极协助工商行政管理部门查处网上违法经营行为,提供在其平台内涉嫌违法经营的经营者的登记信息、交易数据等资料,不得隐瞒真实情况;为网络商品交易提供网络接入、支付结算、物流、快递等服务的有关服务经营者,应当积极协助工商行政管理部门查处网络商品交易相关违法行为,提供涉嫌违法经营的网络商品经营者的登记信息、联系方式、地址等相关数据资料,不得隐瞒其真实情况。



经营者权益如何保护——

“差评师”从此无处藏身

事实上,由于网络环境日趋复杂,网络监管难度增加,不仅消费者权益亟需加大保护力度,经营者也面临着权益被侵害的风险。为此,刚刚发布的《网络交易管理办法》对如何保护经营者权益也做出了一系列规定。

明确管辖权避免“一事二罚”

“由于网络交易的特点,近年来,跨区域网络商品交易违法行为日益增多。针对这一新形势,根据监管执法实践反馈,办法对违法行为管辖权的规定作了一些修改和完善,使之更为科学合理。”杨洪丰说。

办法规定,网络商品交易及有关服务违法行为由发生违法行为的经营者住所所在地县级以上工商部门管辖;对于其中通过第三方交易平台开展经营活动的经营者,其违法行为由第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商部门管辖;第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商部门管辖异地违法行为人有困难的,可以将违法行为人的违法情况移交违法行为人所在地县级以上工商部门处理。

“这一规定符合《行政处罚法》的相关规定,有效避免了‘一事二罚’的出现。同时,有利于调查取证和案件查处,也避免给平台企业增加过重负担。”杨洪丰说。

放宽网络经营准入条件

“按照现行登记注册法律法规规定,从事网络商品交易及有关服务的经营者应当依法办理工商登记。考虑到网络市场发展现状和促进创业就业的需要,现阶段仅对尚不具备登记注册条件的自然人放宽准入条件,允许其暂不办理工商登记,但规定必须通过第三方交易平台开展经营活动并向平台进行实名登记,以保障网络交易安全,维护网络消费者权益。”杨洪丰说,除此类自然人经营者外,禁止“无照经营”的网上经营主体存在。

“第三方交易平台经营者应当是经工商部门登记注册并领取营业执照的企业法人。”杨洪丰说,第三方交易平台承载着数量庞大的经营者、消费者和商业数据,在网络商品交易活动中的地位举足轻重。办法明确,第三方交易平台应履行经营主体身份审查义务,在对申请进入平台的法人、其他经济组织或个体工商户的经营主体身份进行审查和登记后,应在其从事经营活动的网页醒目位置公开营业执照载明的信息或其营业执照的电子链接标识。

严惩“差评师”等新型不正当竞争

“‘刷信用’、‘差评师’等,都是近年来出现的、网络市场特有的新型不正当竞争行为,严重扰乱了网络市场经营秩序。对此,《办法》特别对网络商品经营者、有关服务经营者不得从事的不正当竞争行为进行了扩充描述,为规范这些行为提供了有力的法制依据。”

杨洪丰说,“这些不正当竞争行为包括:擅自使用知名网站特有的域名、名称、标识或者使用与知名网站近似的域名、名称、标识,与他人知名网站相混淆,造成消费者误认;擅自使用、伪造政府部门或者社会团体电子标识,进行引人误解的虚假宣传;以虚拟物品为奖品进行抽奖式的有奖销售,虚拟物品在网络市场约定金额超过法律法规允许的限额;以虚构交易、删除不利评价等形式,为自己或他人提升商业信誉;以交易达成后违背事实的恶意评价损害竞争对手的商业信誉等。”

此外,办法还规定,网络商品经营者、有关服务经营者不得对竞争对手的网站或者网页进行非法技术攻击,造成竞争对手无法正常经营。对于违反相关规定者,将予以警告,责令改正,并处1万元以上3万元以下罚款。

为网络交易撑起一片蓝天

徐达

市场规范发展的需要。在这一新形势下,国家工商总局对《暂行办法》进行修订,出台《网络交易管理办法》,将于今年3月15日起正式施行。

从《暂行办法》到《网络交易管理办法》,行政规章的名称缩短,涵盖的范围却更加广泛。新办法充分适应了网络交易发展的新特点,还细化了对消费者合法权益的各项保护措施。相关媒体调查发现,消费者对新办法中的7日无理由退货、卖家实名制、消费者个人信息保护及建立信用评价体系等内容格外关注,表明这些条款确实是准确“击中”了网购过程中消费者最关心的问题。

近年来,我国消费者网络购物的习惯逐渐形成,移动支付时代更是释放了购买力,随着无线宽带和智能手机

的普及,越来越多人加入到网络购物的队伍中来。网络交易的发展与相关政策法规的完善,呈现出良性互动效果。一方面,为适应网络交易日新月异的发展,相关政策只有进一步完善、创新,才能保障网络交易的诚信和健康发展;另一方面,相关政策的出台,也为网络交易注入“强心剂”,消费者的权益得到保障,信心指数也会得到进一步提升。

新办法中的相关细则让不少网络消费者“点赞”,也表明一个更加完善的政策法规是营造更加成熟、规范的网购环境的基础,并将由此带动更多人尝试网购。可以预见的是,随着我国网络交易政策法规的不断完善,网络购物环境将更加“清新”,网络交易也将迎来更加广阔的前景。



伴随着信息时代的疾进步伐,我国的网络交易已从最初的“新生事物”发展成全社会参与、采用先进信息技术的交易方式。尤其是近年来,网络交易已影响到我们每一个人,并改变着人们的消费习惯。

由于交易过程的数字化和虚拟化,信用瓶颈始终是网络交易发展进程中的一个障碍,参与交易的双方、第三方机构都应维护交易的安全与便利而遵循“游戏规则”,以促进和规范网络商品交易及相关服务。从这个意义上看,工商总局2010年5月颁布的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》无疑是该领域制度建设的“首规”。

网络市场飞速发展,网络交易新形式、新业态不断涌现,《暂行办法》中的部分规定已相对滞后,无法适应网络

本版编辑 韩叙 美编 夏一

本版邮箱 jrbjrcj@163.com