

# 推动平台经济行稳致远

王轶辰

平台经济正逐渐成为引领经济增长和推动社会发展的新引擎。如果任由平台经济野蛮生长,不仅危害消费者权益,还会抑制企业创新,推高市场成本,更有可能带来系统性风险。必须坚持发展和规范并重,形成治理合力,解决突出矛盾,推动平台经济行稳致远。

索医药广告造假链条,UC浏览器涉及为无资质公司投虚假医药广告,手机清理类软件将老人推向诈骗深渊,智联招聘、前程无忧、猎聘平台简历给钱就可随意下载……互联网平台的种种不良行为带来了巨大危害和恶劣影响。

如果任由平台经济野蛮生长,不仅危害消费者权益,还会抑制企业创新,推高市场成本,更有可能带来系统性风险。比如,在金融创新的外衣包裹下,个别互联网金融巨头疯狂套利,却将金融安全的责任抛之脑后,置系统性风险于不顾。

资本会自动集约化、寡头化,甚至形成

垄断,这一点在平台经济上表现得尤为突出。“赢者通吃”是互联网行业的典型特性,不仅中国如此,海外也是一样,谷歌独霸搜索市场,脸书下没有MySpace的生存空间。今年的《政府工作报告》提出,国家支持平台企业创新发展、增强国际竞争力,同时要依法规范发展,健全数字规则。在平台经济不断发展壮大的同时,如何规范发展,保证其航向不偏是个重大命题。

对于平台经营者来说,短期利益对企业是一个吸引力极强的“黑洞”,但企业必须抵制诱惑,不被平台反噬。对于平台企业而言,不应企图通过资本和规模优势实现垄断,以达到

建立“护城河”目的。要认识到,最牢靠的“护城河”不是垄断,而是不懈地创新,长期创造价值。当消费者和平台商家利益不受保护,痛点无法解决,就会用脚投票,受损的最终是平台企业自身。

对于各级管理部门来说,应该加强对平台经济的监管,防止垄断带来的不公平竞争。从构筑国家竞争新优势的战略高度出发,坚持发展和规范并重,把握平台经济发展规律,建立健全平台经济治理体系,明确规则,划清底线,加强监管,规范秩序,更好统筹发展和安全,国内和国际,促进公平竞争,反对垄断,防止资本无序扩张。同时,还应加强规范和监管,加快健全平台经济法律法规,及时弥补规则空白和漏洞,加强数据产权制度建设,强化平台企业数据安全责任。并且,要维护公众利益和社会稳定,形成治理合力,构建有活力、有创新力的制度环境。只有这样,才能推动平台经济行稳致远。

## 深度观察

# 引导金融活水持续流进乡村

拓兆兵

近日,银保监会、财政部、中国人民银行、国家乡村振兴局联合发布通知,要求深入扎实做好过渡期脱贫人口小额信贷工作,切实满足脱贫人口信贷需求。

我国脱贫攻坚已取得全面胜利,现行标准下农村贫困人口全部脱贫,贫困县全部摘帽,易地扶贫搬迁任务全面完成。根据中央一号文件,“十四五”时期,对脱贫县的县,从脱贫之日起设立5年过渡期,做到扶上马送一程。笔者认为,脱贫不脱政策,诸多政策中最重要的应该是金融政策继续支持。

金融是经济的血液。对于贫困人口而言,贷不到款,就很难发展经济和实现脱贫。为了如期打赢脱贫攻坚战,中央出台了一系列金融扶贫政策,多部门改进和提升扶贫金融服务,各地政府也积极探索金融扶贫方法,通过“三户联保”“五户联保”等方式,建立信用和抵押,为贫困户争取到小额贷款,让金融活水精准入户,为发展扶贫产业提供了坚强保障。

步入巩固拓展脱贫成果和大力推进乡村振兴的新阶段,随着产业规模扩大和转型升级,以及创业潮的兴起,农村需要更多的金融支持。对于脱贫地区而言,由于此前有相关金融政策,贷款难问题在一定程度上有所缓解。不过,为巩固拓展脱贫攻坚成果,应深入扎实做好过渡期脱贫人口小额信贷工作,更好满足脱贫人口信贷需求。

同时,有关方面对非贫困地区农村获取金融支持的期待,也应该给予相应关注。曾有一段时间,西部非贫困地区青年农民对贫困地区青年农民十分“羡慕”。在同等条件下,因为有金融扶贫政策的倾斜性支持,贫困地区青年农民创业更容易得到金融支持。这说明金融对脱贫攻坚的支持力度确实很大,也说明非贫困地区对青年农民创业金融支持还存在有待提升之处。在打赢脱贫攻坚战之后,西部曾经的贫困村和非贫困村基本站在同一条起跑线上,部分脱贫村的基础设施和经济状况甚至比非贫困村还要好。在这种情况下,可探索将金融扶贫政策做一些扩展,让更多有志于创业的农村青年更容易获得金融支持,更从容地发展致富产业。

乡村振兴,大有可为。今后会有更多的农村青年农民创业,还会有更多的城镇青年加入到乡村振兴队伍中来。相关部门需认真研究和出台针对性措施,让更多的金融活水流入乡村田野,培育更多的新型农业主体,构建集约化、专业化、组织化、社会化相结合的新型农业经营体系,加快推动农业实现现代化。

## 法拍房交易须规范

针对法拍房市场过热,近期全国多个城市陆续出台政策,将法拍房列入限购范围。很长一段时间,“交了钱难过户”“有了房没上学”“大额税费需补缴”等,是困扰法拍房市场的难题。法拍房有成为价格洼地的可能,因此市场热度一直较高,不过其中的风险和问题仍值得警惕。专家表示,完善法拍房市场,应进一步规范各方行为。一方面,竞买人应该秉持更加理性审慎的态度选择法拍房,了解交易规则和潜在风险。另一方面,房产监管等有关职能部门应加大对一些黑中介、违规炒房客打击力度,净化市场环境。(时锋)

图/刘道伟作(新华社发)



## 观影人次是个更有意义的指标

潘 璠

截至3月15日,电影《你好,李焕英》票房达到52.6亿元,稳居我国电影票房榜的第二位。在没有做强力宣传的情况下,评分与票房的“双高”,在很大程度上说明这部影片得到了观众认可。

不过,也有一种声音认为,今年春节档影片票价,明显高于《战狼2》《哪吒之魔童降世》热映时的票价,高票房与价格不无关系。笔者以为,尽管票房的绝对值多少能说明一些问题,但不可否认,价格因素是影响票房的因素之一。考虑到有关价格的涨势,如果不剔除价格因素,票房纪录总是会在一段时间之后被突破的。所以,在经济统计中,一些重要价值量指标的比较,都是要剔除价格因素的,如国内生产总值、社会消费品零售总额、城乡居民收入等。剔除了价格上涨的因素,才是实实在在的增长,不同时期的指标才具有可比性。

由此及彼,电影票房在统计绝对额时,也应考虑剔除价格因素的影响,以使不同时期的影片票房具有可比性。而与GDP等复杂指标需要考虑到成千上万种商品及服务的价格不同,电影票房就是出售电影票的收入,所以不必把简单的事情复杂化,整出一个价格指数,再以此来剔除价格上涨的因素,而只要在考察票房总收入的同时,再看看观影人次就可以了。

统计不同影片的观影人次,这个“可以有”,而且应该要有。这不仅是各个影院的现成数据,而且以前也曾发布过。统计并发布观影人次,关注并重视相关数据,一是可以更加准确反映一部电影在观众中的受欢迎程度,二是有利于与票房数据相结合,分析票价上涨情况及其对观众的影响,更好地制定营销策略,以促进我国电影业健康发展。

## 别让维权难拖了消费后腿

冯海宁

3月13日,中国消费者协会发布《2020年100个城市消费者满意度测评报告》。《报告》显示,2020年全国100个城市消费者满意度综合得分为79.32分,总体处于良好水平,消费者满意度测评结果连续3年稳步提升。在新冠肺炎疫情影响之下,消费者满意度能持续提升,实属不易。这既反映出有关方面在防疫的同时极力维护消费者权益,也反映出我国消费环境向好的趋势没有改变。不过值得关注的是,“消费维权”仍然是消费者满意度测评中的主要短板。

每年“3·15”前后,各类消费问题都会集中被曝光。在消费领域,个别不良商家在利益驱使下的胡

作非为,不仅损害消费者权益,也影响到消费对经济的贡献度。因此,凡是被曝光的问题产品和企业,都要进行彻底“清算”,这是净化市场环境、保障消费者权益、释放消费潜力的题中应有之义。

与此同时,更须下决心解决影响消费的各类问题。正如中消协《报告》指出,“消费维权”是消费者满意度测评中的主要短板。其中,消费风险问题多发,消费维权处理慢、结果不满意都是影响消费信心的突出因素。

对此,笔者有亲身体会,去年被侵权后,笔者多次投诉某电商平台,但最终未能得到满意结果。一是,有关方面公布的投诉举报电话很难拨通,不

是占线就是无人接听;二是,虽有网络等投诉渠道,但要填写电子表格、网上提交证据等,相当麻烦。

可见,弥补“消费维权”这个短板,必须以问题为导向,进一步拓宽维权渠道。应构建纵向覆盖从经营者、行业协会到相关部门、维权机构的多层级渠道,横向提供电话、网络、窗口等多形式渠道。另外,消费投诉如何防止地方保护,也应引起重视。还要认识到,“消费维权”是一项长期工作,关键在于建立系统的预防及治理体系,比如健全有关法制和标准,进一步消除监管空白,从源头预防消费问题。

## “3·15”曝光的老问题改了吗

### 市场监管

2021年央视“3·15”晚会,曝光了英菲尼迪变速箱故障、福特汽车变速箱生锈、废旧钢筋翻新、瘦肉精羊肉、360搜索医药广告造假、手机软件专坑老人、招聘平台泄露用户简历、商店偷偷收集用户人脸信息等问题。

一如既往,跟进报道铺天盖地,消费者震惊愤慨,涉事企业连夜道歉,监管部门雷霆出击。然而,这些年被曝光的那么多企业和行业问题,真改了吗?消费者能放心了吗?

2020年,“3·15”晚会曝光了汉堡王使用过期食材、宝骏560变速箱故障不断、趣头条推虚假广告、嗨学网退费难、上海氩信信息技术有限公司等企业利用手机SDK窃取用户隐私等。

对比今年,汽车变速箱问题、虚假广告问题、窃取用户隐私问题均是“二进宫”。

再把视线拉得远一点。2017年至2019年,“3·15”晚会共曝光了30多家企业:2017年,曝光了互动百科虚假广告泛滥、郑州科视视光公司以检查为名收集学生信息、另一种“瘦肉精”卷土重来、黑心

“健康讲堂”坑害老人等内容;2018年,曝光了大众途锐的发动机缺陷、6个核桃“山寨”6个核桃、珠宝店抽奖骗局、市政工程管材造假等;2019年,曝光了中科智联等公司的机器人打骚扰电话、馆陶县振堂蛋鸡养殖有限公司等商家将普通鸡蛋伪装成“土鸡蛋”、社保掌上通APP强制索取用户信息等。

是不是都似曾相识?不用专家做分析,一个普通消费者都能从这堆被曝光的问题里发现至今仍赖在身边的“牛皮癣”,没有一个是新出现的,只不过被点名的企业换了一批又一批。

其中,有些问题变本加厉,有些问题借了新生态的东风,祸害范围还更广了。比如,最近中消协调查发现,农村集贸市场问题商品出现反弹式增长,“三无”产品问题未见好转。另据市场监管总局通报,假冒伪劣、虚假宣传借道直播间,导致2020年全国12315平台受理的“直播带货”投诉举报同比增长357.74%。教育培训乱象问题还成了今年全国两会的热门话题。

这些年,媒体对侵害消费者权益的事件进行了持续报道,但从效果看,上热搜不代表能解决。因此,媒体既要关注新热点,也要紧盯老问题,跟进报道被点名的企业和行业是否整改、收效几何、消

费者不满意、有没有建立完善杜绝问题产生的机制。总之,要形成监督闭环,不能烂尾。

解决这些问题,必须完善法律法规,在监管模糊地带划出有法可依的明确红线;必须加强协调联动,通过联席会议制度等形式,让监管力量举拳出击、不留死角;主管部门和所在地区要有所作为,可探讨推动建立问责督导机制,对问题严重的地区和部门问责。今年“3·15”当夜,市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》,明确直播带货视频需保留3年、不得默认授权收集消费者个人信息等规定,就是个很好的思路。

还要看到,很多消费顽疾并非单独存在,系统性问题终得用系统思维来解决。比如校外培训乱象,涉及教育招考改革、办学模式、投入保障等,需要着力构建优质均衡的基本公共教育服务体系;惩治直播带货泛滥,得从斩断假货生产源头、完善商品标准抓起,需要建设高标准市场体系。只有对群众反映强烈的侵犯消费者权益的突出问题,紧盯不放,坚决改到位、改彻底,才可能不让问题仅仅停留在“被曝光”。

余新