就让14亿监督1.4亿吧

市场监管

让14亿人监督1.4亿市场主体，鼓励内部人士当“吹哨人”，当我们有意识、有渠道、有积极性举报各种市场监管领域的违法行为时，就能够构建社会公众参与、市场主体自律、市场监管执法相互协调配合的多元共治格局。

现在有一个既能“替天行道”又能大赚一笔的机会，你要不要？最近，市场监管总局联合财政部出台了《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》，提出如果社会公众对涉及食品安全、药品安全、产品质量，或者其他具有重大社会影响、具有系统性风险的问题及时举报，查证属实后，可予以奖励。

奖金颇具吸引力：属于一级举报奖励的，按罚没款的5%给予奖励，保底至少5000元；最低的三级奖励，奖金1000元起步；如果案件特别重大，奖金最高可达100万元。

每年都有餐厅、超市被爆出食品安全问题，有药品、化妆品企业因为质量问题被罚款，近日市场监管总局连开6炮，点了蜜雪冰城、奈雪的茶、大润发等6家企业的食品安全事件。这些问题，有的是监管部门在抽查中发现的，有的是媒体卧底曝光的。但面对全国1.4亿户市场主体，仅靠监管部门“管”“罚”和媒体曝光远远不够，难免有漏网之鱼。尤其食品、药品等领域，专业性高，隐蔽性强，不是内部人士很难掌握情况。

怎么办？那就让14亿人监督1.4亿市场主体，特别是鼓励内部人士当“吹哨人”，规定内部人员举报可适当提高奖励标准，构建社会公众参与、市场主体自律、市场监管执法相互协调配合的多元共治格局。

算一算，外卖小哥风雨兼程送一单外卖只挣五六元钱，如果举报一家黑心餐厅可获奖1000元或者更多，他干不干？大概率是干。还有超市员工，辛辛苦苦干一个月才四五千元，如果举报超市存在变质肉灌香肠等行为，至少可获奖1000元，他干不干？估计也有人会干。

据说全国有1000万注册外卖小哥，餐饮服务人员、企业员工远高于此，如果把这股力量动员起来，何愁盯不住几个违规企业？还有千千万万个普通消费者，当我们有意识、有渠道、有积极性举报各种市场监管领域的违法行为，不法商家一定会感受到高压震慑。

针对重大违法行为，《举报奖励暂行办法》要调动社会公众和内部人士的积极性，还应进一步细化有关举措，有条件的地区可结合实际出台地方版，适当降低门槛，覆盖一些不那么重大但影响恶劣的行为。例如福州市就出台了《网络餐饮服务从业人员食品安全违法行为举报奖励办法》，鼓励餐饮从业人员举报商家存在的脏乱差、使用变质原料等违法行为，一经查实，最低奖励400元，最高奖励50万元。别看奖励金额小了，但能拿奖金的人多，愿意参与的人就多，照样能够使违法主体心存敬畏、行有所止。

举报制度过去也有，普通人不愿“多此一举”，除了缺少激励，也担心惹祸上身。因此，还需完善保护制度让知情人敢举报。《举报奖励暂行办法》规定实名举报和匿名举报均可，并提出省级市场监督管理部门可制定匿名举报奖励发放的特别程序。这将有利于那些有正义感的知情人跨出勇敢的一步。

另外，也要加强对“假举报”“滥举报”等行为的监督管理，避免举报成为恶意诽谤的工具。《举报奖励暂行办法》规定了举报人故意捏造事实诬告他人，或者弄虚作假骗取奖励资金，依法承担相应责任；涉嫌犯罪的，依法追究刑事责任。具体实践中，还可把后续线索的核实情况跟公民信用结合，对高质量的举报加权加分，无效恶意的举报减权扣分，激励举报共治。

《举报奖励暂行办法》将于今年12月1日正式施行。那些能领到有关举报奖金的人里，会有你吗？

余瀚

城市

熊海峰

文化是城市的灵魂，文化塑造着一个城市与众不同的历史底蕴和精神气质。近日，住房和城乡建设部发布了《关于在实施城市更新行动中防止大拆大建问题的通知（征求意见稿）》，强调实施城市更新行动要坚持守住底线、应留尽留、量力而行原则。如果从文化角度进行解读，防止大拆大建关键是要转变城市开发建设方式，防止人为地割断城市的历史文脉、阻断城市的有机生长，尊重人民群众的意愿，让人民在城市中生活得更美好。

因此，在实施城市更新行动中，应充分注重文化建设，发挥好文化在延续历史、凝聚价值、优化生活品质和激发经济活力等方面的重要作用。

一是强化文化遗产保护与活化利用。文化遗产生动记录着一个城市的历史演进，承载着一个城市和居民的“乡愁”。在城市更新中，应牢固树立“保护文物也是政绩”的观念，自觉站在历史传承、文脉赓续的高度，对拟实施城市更新的区域开展文物调查评估，不随意拆除、迁移历史建筑和具有保护价值的老建筑。积极树立应留尽留、系统保护的理念，既要保护单体建筑，也要保护老城格局、特色风貌、地域环境，还要传承好风俗习惯、手工技艺等非物质文化遗产。同时，应将文化遗产融入到现代城市生活和业态发展中，做好活化利用，彰显遗产的当代价值。

二是强化文化内涵挖掘和特色营造。老城区的一个重要价值在于其蕴藏着丰富的文化资源和历史记忆，是一个城市最具特色、最有“故事”的地方，也是城市有机生长的逻辑起点。让城市文脉能存于历史、活在当下、面向未来，就需要在城市更新中，结合老城文化特质和时代发展要求，对文化内涵进行深入挖掘和现代阐释，提炼出适用古今的共同价值理念与精神追求，找到城市更新中的“文化之魂”。同时，要将这一点落实到建筑设计、老城美化上，融入到制度创新、社会风尚中，体现在市民的生活方式与精神面貌里，让文化发挥“形塑”与“神塑”作用，彰显出老城更新中独特的“精气神”，防止“千城一面”的同质现象。

三是强化公共文化空间和服务建设。在城市更新中，践行美好环境与幸福生活共同缔造的理念，建议重点推进与人民生活品质直接相关的社区公共文化服务，加速构建起互信互助、共建共享的社区生活共同体，促进社区的和谐与繁荣。核心是以居民文化需求为导向，借助城市更新契机，积极将新型公共文化服务阵地、内容、多元主体等嵌入到社区服务体系建设中，不断提升公共文化服务的覆盖度与适用性，实现服务“房前屋后、遍地开花”。北京白塔寺社区、重庆南湖社区等老旧社区更新的案例表明，为居民提供便利化、多元化、品质化的公共文化服务，是提升群众满足度和获得感的重要方式。

四是强化文旅创意与消费业态发展。产业是城市更新和持续发展的核心驱动力。通常而言，老城区历史积淀较为厚重，人文氛围较为浓郁，具有滋育和发展创意类产业和文旅消费的良好土壤。在城市更新过程中，建议积极通过功能性流转、创意化改造、产业化培育等方式，腾笼换鸟，盘活老旧建筑、废弃厂房等存量空间，为创意类产业打造理想空间，并大力推动“文化遗产+”、旅游休闲、节庆演艺、数字经济等新兴业态发展，用文化激发老城的产业活力。同时，应顺应当前消费向品质化、多元化、场景化、智能化升级的趋势，重点发展夜间经济、首店经济、主题商业等新型消费业态，将老城区打造成一个城市最具特色和魅力的高品质区域。

（作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院）

洞见

社区团购单靠“烧钱”难持续

郭存举

近一段时间以来，多家社区团购电商平台先后倒闭破产，引发社会广泛关注。

有人认为，社区团购的困境属于阶段性瓶颈，主要受夏季线下果蔬供应充足、冷链建设缓慢及补贴政策限制等因素影响。社区团购提升了下沉市场的商品流通效率，能够更好对接供需关系，前景依然看好。也有人认为，社区团购并没有重构新的商业体系，没有解决“最后一公里”的消费问题，发展受阻在情理之中。

社区团购发展前景到底如何，当然还有待于进一步观察。但其阶段性哑火，教训已然深刻。这在警示市场，单纯依赖“烧钱”无法实现良性可持续发展。

近年来兴起的社区团购模式，在新冠肺炎疫情之下快速崛起，跑马圈地的“烧钱”大战频频上演，让这条新经济赛道逐渐变味。但是，“烧钱”非但烧不出繁荣的市场，反而滋生了一系列乱象。比如，部分社区团购平台滥用自主定价权，通过低价倾销、价格欺诈等方式扰乱市场秩序，还有一些平台非法收集使用消费者个人信息，带来了不小的安全隐患……

表面上热热闹闹，背后却隐患无穷。细数互联网企业，“烧钱”过后陷入困境的例子屡见不鲜。巨额补贴一旦离场，社区团购便只剩下一地鸡毛。对于不少消费者而言，前期的热情源于低廉的价格，大家担心市场被平台垄断后再进行大幅涨价，毕竟平台“烧钱”补贴的套路，大家早已心知肚明。这一点，并不乏前车之鉴。从网约车到共享单车，再到长租公寓，在资本的强势催熟下，这些行业都出现过短暂的虚假繁荣，产业规模在短时间内爆发式增长，但繁荣背后却难免存在巨大泡沫。靠补贴吸引而来的用户，未必能转化为真实用户。互联网企业在发展之初，用眼前亏损换取长远市场，是发展壮大的策略之一，但需掌握好节奏和力度，切不可豪赌。尤为关键的是，要注重提升企业的经营能力和盈利能力，从而实现可持续发展。

急是发展之疾。掌握着海量数据、先进算法的互联网企业，应该沉下心来，研究用户需求，解决市场痛点，在商业模式上持续探索，在科技创新上不断发力，走出“烧钱就能赚大钱”的误区。唯有精耕细作，久久为功，才能赢得用户，赢得市场。

朱慧卿作

暴力分拣待根治

近年来，我国快递业在快速发展的同时，也出现了一些问题，如暴力分拣、快递物品损毁赔偿难、末端投递服务不到位等。对于暴力分拣，我国在2013年实施的《快递市场管理办法》就做出规定，企业分拣作业时，不得野蛮分拣，严禁抛扔、踩踏或者以其他方式造成快件（邮件）损毁，违反规定的最高可罚3万元。造成暴力分拣的因素有很多，就目前实践看，主要是监管处罚不到位的原因。对此，可通过先进的技术手段，建立统一的监控平台，将各分拣环节置于可监控、可核查的范围内。还可以通过奖励举报的方式，鼓励公众和内部人员举报快递业暴力分拣行为，形成更有效的监督管理体系。

（时 锋）

忽悠式保险营销该叫停

史洪举

随着人们防范风险意识的增强，很多人愿意购买各种保险以预防万一。一些保险公司或经纪公司也在加大宣传力度，吸引消费者投保，这本无可厚非。然而，以各种耸人听闻的标题搞诱导式、忽悠式营销的做法，极其不妥。对此，银保监会近日下发《关于开展互联网保险乱象专项整治工作的通知》，启动互联网保险乱象专项整治工作，要求9月30日前所有机构完成重点检查。

根据有关法律规定，保险合同应遵循诚信原则，即保险活动当事人行使权利、履行义务应当遵循诚实信用原则。对于保险公司而言，应据实告知投保人相关事项，不应刻意隐瞒对投保人不利的条款，并应及时理赔。生活中，很多手机用户经常会收到“首月1元保600万元”等类似保险宣传信息。有人本着实惠的原则购买了这些保险，却发现只是第一个月扣除1元保费，此后每月的保费往往需要10余元甚至数百元。这种吸引眼球的广告不仅有违诚实信用原则，涉嫌诱导、误导、欺骗消费者，更涉嫌违法。因为，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。

同理，“零首付”“低首付”“免费领取”“已到账600万健康保障，今天24点前不领作废”等营销用语，也存在诱导欺骗嫌疑。此类诱导式宣传既与保险行业形象不符，更会引发诸多纠纷。如果消费者在投保时未仔细阅读对其不利的实际投保费用更高等内容，一旦合同成立，面临高额扣费时，消费者必然认为受到了欺骗。而且，营销人员为了业绩，在营销时刻意隐瞒重要条款的话，既可能导致保险公司遭受损失，也违反保险法，将面临罚款等处罚。

值得注意的是，早在2020年12月18日，银保监会消保局曾就这种玩数字游戏的行为点名通报了四家机构。通报指出，销售页面显示“首月0.1元”“首月3元”“会员日补贴”等内容，实际是将全年应交保费扣除首月0.1元或3元的保费后，将剩余保费均摊至后11个月，消费者并未得到保费优惠。给投保人优惠（豁免或减少）应交保费错觉、诱导投保人购买保险的行为，属于虚假宣传、欺骗投保人。

在监管部门已经公开通报并将其定性为虚假宣传的背景下，相关保险公司依然顶风作案，可见其既没有把法律和诚信放到眼中，也没有把消费者权益放到心上，只是一味追求收益。此次，监管部门再次划定了红线并给出了整改期限，有利于规范行业竞争秩序。相关保险公司理当自觉整改，监管部门更应果断查处这些玩文字游戏的诱导式营销。让保险营销在诚实信用原则之内运作，确保消费者“买保险就是买安心”，不至于掉入精心设计的陷阱中。

全面辩证认识“亩均论英雄”

杨开新

应全面辩证认识“亩均论英雄”的基本要求，不能异化为“唯GDP论英雄”，不能一刀切而忽视了企业的社会责任，避免重蹈“一切向钱看”覆辙。

日前，陕西成立由省政府主要负责人任组长的“亩均论英雄”综合改革领导小组，并印发意见提出力争在“十四五”时期，规模以上工业亩均增加值、亩均税收、全员劳动生产率增速均高于工业平均增速。

“亩均论英雄”综合改革鲜活易懂，旨在通过亩均效益综合评价和资源要素差别化配置，推动资源要素向优质高效领域集中，以最小的资源环境代价获得最大的产出效益。与即将在陕西举行的十四届全运会相似，同台竞技各展其能，跳得更高、跑得更快、得分更多就能赢得更好名次、更多掌声。

“亩均论英雄”提法并非陕西首创，东部地区尤其是浙江进行了不少探索，抓住资源要素市场化配置这个“牛鼻子”，加快推动了经济发展的质量变革、效率变革、动力变革。陕西等中西部地区学习借鉴并深化这一改革，仍然值得肯定。因为，这在一定程度上体现出中西部地区审视发展效益的自觉和杜绝粗放型增长的自我加压，有利于告别大呼隆、垒大户现象，有利于产业结构调整和资源集约高效利用。从有关经验看，只有全面辩证认识“亩均论英雄”的基本要求，才能让这一改革真正见到实效。

对“田亩”，应惜土如金。我国人均资源、能源占有量偏低，而且上项目都会付出时间成本、机会成本，所以不能捡到筐里就是菜。在实现“双碳”目标的大背景下，只有真正认识到土地等的稀缺性并加以珍惜，才能从要素驱动向创新驱动转变，实现产业结构的升级。

“论”的标准，应尽量科学合理且易操作。每个项目和园区面临的情况都不尽相同，评判标准应反映客观情况、体现发展导向，能够为纵向、横向比较提供支撑，否则无法让人信服，也就难以坚持下去。陕西科学构建起亩均效益综合评价体系，包含亩均增加值、亩均税收、全员劳动生产率、研发经费投入强度等评价指标及其权重，具有较强的操作性。

对“英雄”，应高看一眼、厚爱三分。论雌雄、排座次、分类别，是手段而非目的，在于借此传递出重质量而非纯粹看数量、重强度而非纯粹看速度的新标准。只有奖优罚劣，既正向激励又反向倒逼，实现用地、用能等资源要素差别化配置，才会传导出鲜明的导向。比如，对于亩均产值高的企业，应在各方面优先保障、大力支持；对于得分高的园区，可在相关政策上予以适当倾斜，并体现在负责人的职务职级、奖励等次调整上。

还应看到，“亩均论英雄”主要适用于产业发展领域，不能异化为我们早就反对的“唯GDP论英雄”，不能一刀切而忽视了企业的社会责任，以及园区的产城融合、民生保障等职能，应避免重蹈“一切向钱看”覆辙。陕西提出，电力、热力、燃气及水的生产和供应以及垃圾焚烧、污水处理、固废危废处理等带有公益性质的企业不列入这一改革范围，正是辩证施策的体现。

“亩均论英雄”是转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的关键一招，但这一套综合评价体系更有利于大型企业，不能在实际工作中简化为唯一一招。因为投资强度等指标毕竟不等同于高质量发展，如果只看“绩优股”，无形中会失去许多“潜力股”。比如，有些科创型、文化类、公共性项目虽然起点不高，但成长性好、爆发力强、带动面广、提供就业岗位多，如果简单套用前期的量化指标来衡量，可能根本没有落地、生根的机会。这并非“亩均论英雄”综合改革的本意，毕竟英雄不问出处，规模大小皆可成功。

本版编辑 马洪超 原 洋 投稿邮箱 mzjjgc@163.com