

“水滴互助们”该不该一关了之

财金视野

以“一人生病，众人均摊”模式起家的水滴互助平台日前宣布终止互助计划。此前，已有轻松互助、百度互助、美团互助等一批网络互助平台宣告关停，这一现象亟需引起高度重视。

自2011年首家网络互助平台上线以来，国内最多曾有400余家网络互助平台打着商业保险、社会互助、慈善公益等旗号，推出大病互助计划、意外伤害互助行动、老年防癌互助计划等网络救助计划，募集互助金额曾达数十亿元。经历10年的野蛮生长后，网络互助平台由盛转衰，发人深思。

“水滴互助们”至今仍没有合法的“名分”。有人说，这些网络互助平台本质上属于带有商业保险特征的新型风险保障形式，但目前没有明确的监管主体和监管标准；有人说，这是一种带有网络慈善公益、网络众筹特征的社会救助新模式；还有人说，它们既不是保险，也不是公益，只是一种诱导普通百姓产生“保险理赔”预期，或以保险费名义向社会

网络互助平台为部分低收入人群提供了低廉的保障，可减少因病致贫、因病返贫现象，成为健康保障体系的有益补充，一禁了之未免过于粗暴，规范发展正当其时。对此，应尽快立法确定网络互助相关主体的权责，填补管理制度方面的空白。

非法“吸金”的网络平台。

除了“无名分”非持牌经营外，大批“水滴互助们”关停的原因还有两个：一是平台会员人数停滞不前，看似是善意互助，实际上“搭便车”的人太多，用户难以承受分摊资金的压力，纷纷退出；二是“惠民保”等普惠型商业保险产品的冲击，“正规军”挤压了网络互助平台的生存空间。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要对“优化社会救助和慈善制度”“健全全民医保制度”“改革完善社会保险制度”等作出明确部署。尽管我国社会医疗保险已经为城乡居民提供了适用广泛的基础医疗保障，但透过网络互助平台的现象可以发现，目前的社会保障制度仍然存在短板，特别是医疗保

险的保障程度有较大提升空间。网络互助平台为部分低收入人群提供了低廉的保障，可减少因病致贫、因病返贫现象，成为健康保障体系的有益补充，一禁了之未免过于粗暴，规范发展正当其时。

当务之急是坚持问题导向，总结“水滴互助们”野蛮生长中的共性风险，进而对症下药。从牌照看，目前的网络互助计划均不是《保险法》意义上的商业保险产品，网络互助平台也不是持牌的保险机构，管理主要靠行业内各方的自律，处于无人监管的尴尬境地，涉众风险的确不容忽视。对此，应尽快立法确定网络互助相关主体的权责，填补管理制度方面的空白。考虑到网络互助与商业保险产品具有一定的趋同性和互补性，可探索将网络互助纳入银保监会系统

的监管框架，尽快研究准入标准，实现持牌合法经营。

眼下，大部分网络互助平台的运营仍处于盈亏边缘，平台运营者的收入主要来自网络“引流量”、增加会员规模并收取管理费，存在挪用互助金“资金池”、虚构互助事件、恶意转移资产等道德风险。对此，应尽快建立完善的资金监管理制度，可考虑由金融管理部门监管网络互助平台所涉及的资金，对互助平台设置资金管理“门槛”，杜绝非法集资和洗钱行为发生。

不容忽视的是，网络互助平台经营者打着相互保险旗号，却难以妥善保存会员信息，亦缺乏商业保险合同那样的硬性法律约束，平台给付款不具有强制性，会员也没有保险保障基金的兜底保障，多数互助平台保障覆盖率较低，若处理不当、管理不到位还可能引发社会风险。对此，要加强网络互助平台的规范化运营，增加低门槛商业保险产品的供给，加强对这类新业态的人员管理、用户监测，防止潜在风险集中爆发。

周琳

“1元学理财”需谨慎

钱凤伟

财商、理财如今是一大热门话题，也成为一些培训班的发力方向。很多没有专业背景或投资经历的投资者，都希望通过学习理财知识来提高自己的投资赚钱能力。有大量名为“理财课”“财商课”的在线教学课程广告充斥网络，其中不乏“摆脱穷人思维”“1元学理财”等颇具诱惑力的广告语。

其实，“1元学理财”这样的宣传大都是噱头，其作用类似于“跑马圈地”，先把学员招到自己的门下，然后再慢慢地“割韭菜”。有些“理财培训公司”用低廉的价格和所谓的优质服务，吸引学员花高价成为金卡会员。

在相关投诉平台上，理财受骗方面的投诉有不少涉及虚假宣传、诱导消费、无法联系到课程老师、推荐理财产品亏损严重、课程质量差等。这提示人们，在选择课程时，不要着急付款下单，而应擦亮眼睛谨慎选择。

当然，更关键的是有关部门要加强监管。目前，全程通过线上推广和学习的课程，确实给监管带来新的挑战。但线上不是法外之地，且不说一些理财宣传语句涉嫌歧视，“学完之后可以跑赢通胀、投资收益率达到15%”之类的广告，更已经涉嫌虚假宣传。显然，“1元学理财”不过是一个骗局，绝不能任其野蛮生长。

酒量换流量当休矣

范子军

“大胃王”刚消停，“海量王”又来了。啤酒不论杯、白酒对瓶吹，喝播播主们变着花样“玩命喝”，不仅炫耀“喝得多”，而且比拼“喝得快”，有的数瓶“一口闷”，有的还发明了“鼻吸法”，甚至不乏女性也开始喝播。

过量饮酒有害健康，“海量王”喝播如此拼“酒量”赚“流量”，无异于饮鸩止渴，难免导致嗜酒成瘾，严重影响生命健康。“海量王”直播把公共网络空间搅得乌烟瘴气，挑战的是公序良俗底线。喝播风行的危害在于传播畸形酒文化、扭曲价值观，不可避免给围观者特别是未成年人带来不良示范，容易带偏社会风气。

此前，“大胃王”吃播因悖逆节俭美德，助长“舌尖上的浪费”，遭到公共舆论的无情挞伐；如今，“海量王”喝播更是有过之而无不及，尽管花样

不同，目的、套路却如出一辙。为博眼球、敛人气、赚流量、谋利益，变着法儿地制造噱头，说到底还是“流量为王”病态思维催生的产物，污染了社会风气，是损人害己、危害社会的行径，网络平台和社会各方应加以抵制。

“大胃王”“海量王”竞相粉墨登场，恣意攫取“有害流量”，相关平台同样难辞其咎。某些视频网站不但不汲取此前“大胃王”吃播的前车之鉴，采取必要的屏蔽措施，反而大开绿灯、听之任之，有变相放任之嫌，背后隐藏着追逐“灰色流量”的冲动。

酒量换流量，说“不”没商量。对于此类不文明网络乱象，应强化对相关平台的监管、追责力度，倒逼其切实履行应尽的主体责任，同时广大网友要拒绝跟风起哄，共同守护洁净、阳光、文明的网络传播生态。



王 琪作(新华社发)

刘向东(中国国际经济交流中心经济研究部副部长)

重磅“指数”彰显经济底气活力

“挖掘机指数”强势走高，PMI指数回升，中国国债将被纳入富时世界国债指数……近段时间，多个重磅“指数”接连出炉。先行指标预示经济景气持续恢复，呈现高增长态势，可以预见“十四五”开局之年，中国经济会迎来“开门红”。

要更好释放中国经济潜力，既要在建设高标准市场体系方面下功夫，还要推动供需两端更好适配，畅通经济大循环，深化市场体制改革，特别是收入分配改革，为构建新发展格局营造良好的制度环境，不断增强经济增长的韧性。

单立坡(中国中小企业发展促进中心主任)

进一步优化中小企业发展环境

中小企业在国民经济和社会发展中发挥着不可替代的作用。针对当前中小企业发展环境的短板，建议下一步在融资环境方面，相关支持政策应持续有效落实，促进更多金融机构对中小企

业敢贷愿贷；在市场环境方面，应深入破除一些行业隐性壁垒；在政策环境方面，应进一步增强部分惠企减负政策的可操作性，打通政策落地的“最后一公里”。

发挥大数据巩固脱贫成果作用

陈 朋

近期印发的《中共中央国务院关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》，高度重视大数据在建立健全巩固拓展脱贫攻坚成果长效机制中的重要作用，提出“健全防止返贫大数据监测平台，加强相关部门、单位数据共享和对接”，“进一步完善基础数据库”，“加强数据比对和信息共享”。

当前，我国已进入信息化社会。有关报告显示，截至2020年12月，我国网民规模达9.89亿，互联网普及率达70.4%。其中，农村网民规模为3.09亿，占网民整体的31.3%；城乡地区互联网普及率差异为23.9%，首次缩小到30%以内；贫困村通光纤比例达98%，电子商务进农村实现832个贫困县全覆盖。可以说，数据在促进城乡居民交往、便利人们生产生活、加强和改进社会治理等方面，日益发挥出重要作用。

正因如此，在脱贫攻坚的过程中，各方都非常注重运用大数据对脱贫攻坚情况进行信息登记、数据更新、服务监测。大数据为脱贫攻坚战取得全面胜利发挥了重要作用。下一步，要充分发挥大数据在巩固拓展脱贫攻坚成果中的威力，认真解决数据孤岛问题。此前多年，很多地方和部门建立了各种数据信息平台，但是受行政壁垒等问题所限，这些数据平台大多是自成一体，尚未实现上下统一、有效汇集和融通共享。这不仅增加了各级部门的信息统计量，浪费治理资源，而且加剧了上下级政府、不同政府部门之间的信息不对称，从而影响脱贫攻坚成果巩固数据信息的准确性和精准性。

这说明，当前有必要把畅通大数据开发使用渠道和共享通道作为重点，充分释放大数据对巩固脱贫攻坚成果的积极作用。比如，可通过自上而下的一体化设计，引导地方政府以省级行政区为单位建立脱贫攻坚成果巩固的大数据库。通过跨区域、跨部门的信息化建设，汇集分属不同部门的有关数据信息，最大化地实现不同部门间信息资源与管理的统一规划、统一标准、统一平台。在这个过程中，关键是要整合条块分割的数据资源，建立一体化信息资源共享平台和信息处理系统，提升数据信息的整合覆盖、分级管理、统筹利用和互认共享水平，特别是要让医疗救助、义务教育、民生保障等与巩固脱贫攻坚成果相关的信息资源高效共享。

在具体使用过程中，要提高数据信息共享效率。比如，可以深度运用人工智能、云计算、大数据分析等大数据技术，全面深入挖掘并实时更新数据信息，以减少信息重复录入、耗费大量人工。尤其是要利用推进新基建的契机，加强智能化基础设施建设，全面加强物联网、无线网等大数据布局，提高大数据移动交互的便利性，为巩固拓展脱贫攻坚成果提供技术支持。

(作者系江苏省社会科学院研究员)

洞见

期待“禁塑”更有实效

日前，北京市市场监督管理局发布塑料污染治理工作详解，规定北京建成区范围内外卖禁止使用不可降解塑料袋，建成区、景区景点堂食禁止使用不可降解一次性塑料餐具。北京市此举是对之前“禁塑”举措的再升级。“禁塑”要真正取得实效，各方应齐心协力，坚持走综合治理之路，特别是要找到理想适用的替代品。同时，要借鉴其他国家和地区的先进经验，从需求侧和供给侧双向发力，并切实加强市场监管，这样才能标本兼治。(时 锋)

后移消费税征收环节利好多

曾金华

财政部有关负责人近日在国新办新闻发布会上表示，要按照中央与地方收入划分改革方案，后移消费税征收环节并稳步下划地方，结合消费税立法统筹研究推进改革。在贯彻落实“十四五”规划和2035年远景目标纲要对建立现代财税体制的部署中，这项备受关注的改革有望加快推进。

日常生活中，购买烟酒、汽车、汽油、高档化妆品等商品的人，都会和消费税打交道。这个自1994年1月1日起开征的税种，选择部分消费品作为征收对象，历经多次政策调整和改革，已成为我国的一个重要税种，在组织财政收入和引导生产消费等方面发挥了重要作用。2020年，国内消费税收入达12028亿元，占全部税收收入的近7.8%。

虽然消费者实际最终承担了消费税，但对很多人来说往往“无感”。这是因为我国消费税主要在生产环节而非零售环节征收，生产者“替”消费者缴纳了税收。这种做法主要是为了加强源头控制，方便税收征管，防止税款流失。

在生产环节征收消费税也有一定的弊端，主要体现在消费者对所承担的实际税负不易感知，不利于消费税调节功能的发挥；消费税和地方财政收入关系密切，在生产环节征收容易激发地方政府过于关注投资生产，甚至产生地方保护，不利于鼓励地

后移消费税的征税环节成为当前消费税改革的“重头戏”。将部分消费税品目逐步后移至批发或零售环节征收，有利于拓展地方收入来源，引导地方更多地关注和改善营商环境、消费环境，促进内需增长。

方政府培养税源、拉动本地消费。

近年来，消费税改革持续推进。根据党的十八届三中全会部署，消费税改革的方向是“调整消费税征收范围、环节、税率，把高耗能、高污染产品及部分高档消费品纳入征收范围”。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，“调整优化消费税征收范围和税率，推进征收环节后移并稳步下划地方”。

后移消费税的征税环节成为当前消费税改革的“重头戏”。将部分在生产（进口）环节征收的现行消费税品目逐步后移至批发或零售环节征收，有利于拓展地方收入来源，引导地方更多地关注和改善营商环境、消费环境，促进内需增长。

同时，征收从生产环节后移到批发或零售环节，纳税人将大幅度增长而且高度分散，对税收征管来说

是一个很大的挑战。不过，近年来税收征管体制持续优化，纳税服务和税务执法的规范性、便捷性、精准性不断提升，特别是税收征管数字化升级和智能化改造持续推进，征管难题有望得到较好解决。

值得关注的是，要处理好改革与立法的关系。当前，消费税立法工作正在推进。财政部、税务总局在2019年底发布了《中华人民共和国消费税法（征求意见稿）》。征求意见稿对后移征收环节问题的处理办法是设置衔接性条款，即“国务院可以实施消费税改革试点，调整消费税的税目、税率和征收环节，试点方案报全国人民代表大会常务委会员备案”。对此，下一步立法中，有必要考虑是否需要根据改革进展情况，直接制定更为详细的条款。