

市场监管

别再让劣制品“火烤”直播间

“3·15”晚会曝光的槽头肉梅菜扣肉，影响还在持续蔓延。目前消费者讨论的焦点已从个别企业转向预制菜行业，对其安全性提出质疑，而带货的几名顶流主播也受到冲击，网友追问如何处理的留言几乎在直播间刷屏。

槽头肉踩到了食品安全问题的红线。一些企业为了利润铤而走险，不惜使用劣质甚至禁用的食材，危害公众健康，触犯法律底线，必须严查严打，绝不姑息。涉事生产厂家首当其冲，面临一系列处罚措施。今年，国务院食安办、公安部、农业农村部、市场监管总局还将在全国范围部署开展“严厉打击肉制品违法犯罪专项整治行动”。这不仅针对肉类产品，更是对整个食品行业的警示：不仅在“3·15”前后，食品安全监管时刻不能放松。

处于风口浪尖的预制菜屡屡被“推到火上烤”。消费者本就高度担忧预制菜食材质量不透明、添加剂较多，此次被曝光的梅菜扣肉恰恰验证了这些担忧。预制菜属于新兴行业，还没有哪家企业

直播带货过程中，消费者往往出于对主播的信任和喜爱下单。主播们需要加强自律，避免虚假夸大和误导性宣传；严把质量关，确保商品质量可靠、宣传真实可信。

建立起足够强大的口碑和品牌，基本处于一荣俱荣、一损俱损的阶段。槽头肉事件后，整个行业遭遇更多质疑，消费者也会更谨慎选择。

从另一个角度看，害群之马早暴露，对行业健康发展是好事。一些商家通过使用劣质食材压低成本，导致优质商家失去市场竞争力，形成“劣币驱逐良币”。随着违规商家被清理出局，诚信经营反而有望获得更公平、更广阔的市场空间。当然，要做到这一点，企业需以更高标准、更严格标准提供产品和服务，才能逐步赢回消费者信任。

曾带货涉事梅菜扣肉的主播们也不好过。消费者才不管生产商和经销商是

谁，就想找主播们要个说法，这是因为直播间不同于传统广告发布平台。直播带货过程中，消费者往往出于对主播的信任和喜爱下单，尤其是顶流主播用自己的形象和影响力为带货产品背书，实际作用介于广告发布者与广告代言人之间，一句句“家人们”释放的信号就是“相信我，我不会坑自己人”。

主播享受了直播带货行业的巨大红利，同时也必须尽到选品、售后等职责，才配得起“家人们”的信任。遗憾的是，根据《直播带货消费维权舆情分析报告(2023)》，虚假宣传和产品质量一直是直播带货平台的主要舆情问题，且占比高于30%。

此次槽头肉事件惊醒了部分迷信主

播的消费者，也为直播带货敲响了警钟。直播行业要加强自律，避免虚假夸大和误导性宣传；严把质量关，确保商品质量可靠、宣传真实可信；还应改进售后服务，为消费者提供便捷、高效的服务体验。面对看似优惠的直播促销，消费者也应该保持理性和警惕，一不要轻信商家宣传，二要依法理性维权。同时，相关部门应加强监管，尽快明确直播带货各方责任，为消费者创造一个更加安全、透明的购物环境。

这碗槽头肉虽然糟心，但还不至于重创预制菜和直播带货行业，但类似的事情多了，把消费者信任磨没了，再火热的赛道也可能哑火。



程 硕作(新华社发)

堵住医美

变相营销

《医美行业发展的指导意见》，明确规定严禁无相应医师资质或者医学药学知识的人员在线上从事医疗美容咨询、就医引导服务或发布医疗美容知识科普等涉医疗美容领域专业信息内容。《焦点访谈》曝光医美直播行业的乱象后，一些短视频平台的医美直播全平台下架，一些医美机构将医美带货“搬”到短视频中，通过知识介绍、经验分享等隐性形式变相推销医美商品或服务。对于监管来说，短视频带货引流形式更隐蔽，对于消费者来说，信息更不透明，风险也更加不可控。

后门

医美姓医，医美行为直接关系到消费者生命健康权益，由不得任何侥幸和掉以轻心。市场监管部门和互联网平台都应明确医美服务属于医疗活动这一底线，在此基础上严格落实监督管理职责，共同保障消费者合法权益，维护市场秩序。

从直播带货到短视频引流，不过是“换汤不换药”。对于各类违规引流、变相操作模式，监管部门应该进一步明确相关监管细则，实现全链路监管，确保监管政策的有效落地实施。对于各类互联网平台来说，必须落实主体责任，切实履行审查义务，不能对机构和主播的违法违规行为听之任之。总之，监管机构和互联网平台，要合力堵住医美变相营销的“后门”。

消费者始终是自身健康的第一责任人，面对“美丽诱导”“低价诱导”，需擦亮眼睛、提高警惕、理性消费。面对医美行业信息不对称的环境，去合规的医美机构、使用合规的产品，让具有医疗美容主治医师资格的医生提供服务，才能最大程度避免上当受骗或被坑，为美丽增色而不是给生活添堵。

近年来，为了治理医美市场乱象，国家监管部门不断完善监管举措。2023年5月，国家卫健委等11部门联合发布《关于进一步加强医疗

本版编辑 梁剑箫 仇莉娜 来稿邮箱 mzjgc@163.com

优化营商环境

北京市市场监督管理局近日发布的《北京市市场监督管理局2023年营商环境建设白皮书》显示，截至2023年底，北京市实有经营主体存量255.64万户，同比增长8.27%。2023年1月份至12月份，北京市新设经营主体33.54万户，同比增长23.58%。北京全年企业总量首次超过200万户，经营主体发展数量创历史新高。建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，是应对经济下行压力、提振经营主体信心的重要举措，也是改善社会预期、激发市场活力、加强内生动力的关键之举，更是一项需要久久为功的系统工程。营商环境好了，企业就会有活力，地方经济才能实现良性发展。未来，要继续优化营商环境，做好政策衔接，增强全社会法治意识、法治素养，更好保护各类经营主体合法权益。



程 硕作(新华社发)

竞业限制不能泛化

孟 飞

近日，有互联网企业离职员工称，企业以违反竞业限制协议为由，要求其赔偿高额违约金，但其并没有接触过商业秘密。也有网友表示，自己是刚入职的基层普通员工，也被企业要求签订竞业限制协议。竞业限制边界在哪里，引发讨论。

竞业限制是指用人单位禁止知悉商业秘密的劳动者，在一定期限内到与单位有竞争关系的其他单位从事同类产品或服务，或者自己从事与原单位有竞争关系的生产经营活动。

但是，劳动合同法也明确规定，竞业限制人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。不掌握核心技术和商业秘密的普通员工，不在竞业限制的范畴。

然而在一些公司的实际操作中，却

将“其他负有保密义务的人员”范围不断扩大。某些互联网、新能源行业企业，甚至将竞业限制范围扩大到全体员工，且协议中规定的竞争对手企业，也囊括了同行业大多数企业及关联企业。

扩大化的竞业限制，不仅限制了普通员工再就业，还会引发其他问题。比如，有的企业为防止离职员工违反竞业限制协议，甚至会雇用“私家侦探”监视、调查离职员工。这不仅仅是随意扩大竞业限制的问题，还涉嫌侵犯员工人身权益，值得重视。

问题症结很清楚，但解决却不容易。在司法实践中，法院了解商业秘密是否存在以及认定劳动者是否属于负有保密义务的人员，存在不少困难，可能会倾向于认为只要签订协议就达成了合意，劳动者负有保密义务。

对此，相关法律法规需要对竞业限

制的范围、时限、违约责任等进行细化和界定，强化对现有竞业协议的审查，维护劳动者的合法权益。劳动者也要提高法律意识，结合自身岗位，甄别竞业限制信息，避免签署不合理协议。

对相关企业来说，泛化使用竞业限制协议，可能会在短期内维护自身行业地位，但也会影响人员自由流动，降低企业对优秀人才的吸引力，对企业长远发展和行业高质量发展不利。

要素资源自由流动是提高经济效率的重要保障。人力资源作为重要要素，也要在区域之间、城乡之间、城市之间、组织之间等全方位地流动起来。在保护企业正当利益的同时，也要破除影响人力要素正常流动的障碍，最大限度优化人力要素配置，挖掘要素潜力，为经济高质量发展提供强大的智力支持。

邮储银行上海分行

普及消保知识 服务千家万户



邮储银行上海分行员工在为学生们进行消保知识主题宣讲



邮储银行上海分行员工为顾客讲解金融消费者八项基本权利

为全面落实党的二十大精神 and 中央经济工作会议、中央金融工作会议、全国两会部署要求，不断践行金融工作政治性、人民性，切实提升消费者金融素养及风险防范意识，邮储银行上海分行高度重视、精心组织、积极动员，在全辖范围内组织开展2024年“3·15”消费者权益保护教育宣传活动。

邮储银行上海宝山区支行积极响应有关部门号召，会同上海市宝山区辖内20多家金融机构，在宝乐汇商场开展了“守住钱袋子 诚信护万家”——2024年宝山区防范金融风险、共促诚信建设活动暨“3·15”消费者权益保护日活动，以提高广大金融消费者保护自身合法权益的意识。银行员工以饱满的热情和生动的语言为宝山区社区居民普及金融消费者八项基本权利、引导消费者科学理性投资、宣传金融纠纷多元化解机制，提升消费者依法维权能力，同时解答了社区居民关注的金融热点。本次活动帮助社区居民正确认识金融产品和服务，了解自身合法权益，提高识别防范保险销售误导、网络平台诱导借贷、虚假违法广告的能力，增强风险防范意识，树立理性消费、价值投资观念。

邮储银行上海长三角一体化示范区支行走进上海市青浦区毓秀学校，开展了小小银行家和防范电信网络诈骗的主题宣讲活动。本次活动以集中授课、现场发放宣传资料、互动问答等形式展开。授课老师用形象生动的宣传视频、案例以及钱币讲解来提高学生们兴趣，用通俗易懂的语言讲解货币的由来及发展历史，提示同学们人民币是我国的法定货币，任何人和单位不得拒收人民币，教他们学法律常识、加强防骗技能、远离电信诈骗等活动。结合PPT教会同学们认识人民币、识别真假币，并结合近期发生的实际案例向他们讲解各类诈骗手段，教会他们如何判断骗局。宣讲活动中，同学们踊跃提问，气氛活跃，使他们在轻松愉快的氛围中对“金融陷阱”有了更深刻的认知。

邮储银行上海分行全力保护每一位金融消费者的合法权益，以便捷贴心的产品、合规贴心的服务为广大金融消费者创造价值。聚焦“一老一少一新”持续开展金融知识教育宣传，切实提升金融消费者的安全感、获得感和满意度。

(数据来源:邮储银行上海分行) 广告

化解中小微企业融资困境

姜飞鹏

今年《政府工作报告》提出，优化融资增信、风险分担、信息共享等配套措施，更好满足中小微企业融资需求。中小微企业在经济社会发展中发挥着积极作用，面对稳增长、稳就业的压力，要完善中小微企业发展的支持政策，推动其在经济发展中更好发挥作用。

相较于中小微企业的融资需求，金融服务结构仍不够合理、供给仍显不足，融资难问题仍有待化解。

加大金融服务供给。金融机构需要围绕中小微企业金融服务获取中存在的难点堵点，持续深化金融供给侧结构性改革，在做好支付结算、投资理财等金融服务的同时，着力强化对中小微企业的融资支持，以更好满足中小微企业合理融资需求。

中小微企业融资面临困难的一个重要原因是缺少合规足值的抵押物，增信机制不健全。银行业金融机构除了要结合细分领域中小微企业实际情况研发推出信用贷款产品，结合中小微企业资产结构特点创新更多的动产质押、权利质押融资产品外，还需要通过第三方担保等方式优化中小微企业融资增信机制。

完善中小微企业融资风险分担。中小微企业经营风险相对较高，也让银行业金融机构为中小微企业提供融资服务时面临较大风险，从而更加谨慎。近年来银行业金融机构通过与担保公司合作发展担保贷款，与保险公司合作发展保证保险贷款等，以发挥不同机构优势实现风险分担的方式提升中小微企业融资可得性。后续需进行更多探索，不断完善中小微企业融资

风险分担。

增进中小微企业经营信息共享。一方面，中小微企业本身财务信息不健全，信息披露不及时，信息透明度较低；另一方面，中小微企业用能、税收、征信等信息分散在不同的部门。这不利于银行业金融机构全面分析研判中小微企业资信状况。在推动中小微企业完善经营财务信息、规范信息披露的同时，政府部门需更多共享中小微企业信用信息，银行业金融机构也要充分利用各类信息科学合理授信。

在积极发挥银行业金融机构作用的同时，还要充分利用保险业提供中长期投资资金优势，发挥股票市场和债券市场等的直接融资功能，各方协同发力，为广大中小微企业提供多元融资服务。