

市场监管

让平台经济承载更多民生温度

给百万骑手补贴养老保险？这个听起来很重要但又很费钱的计划,正在变为现实。从11月开始,美团将为全国骑手提供养老保险补贴。只要近6个月内有3个月在平台收入达到当地社保缴费基数,骑手就可以自主购买养老保险,平台补贴一半费用。

以北京为例,社保最低缴纳基数为7162元,养老保险一个月交1432.4元,平台补贴716.2元,骑手自己交716.2元。在平台协助下,骑手于月底缴纳社保,最快在下个月首周补贴就能自动到账,骑手无需提交申请材料。

这不是美团一家的“独角戏”。今年以来,京东为全职骑手缴纳社保,饿了么在多地试点推进,但美团率先推出骑手社保“全国版”,则是迈出了标志性的一步。

给骑手上社保,为什么这么要紧?骑手大多来自农村,有新农合,看病问题不大。但如果他们一直没有养老保险,年轻时身体好,能挣钱,但等老了,干不动了,便会出现养老问题。我国有比较健全的兜底救助体系,可这个体系兜不住如此海量的“底”。所以,把养老保险为他们配上,让他们的晚年多一份保障。

让平台经济承载更多民生温度,这不是“要不要”的选择题,而是“要办好”的必答题。近年来,在市场和监管的双重推动下,平台找到了务实路径。也期待着未来有更多探索。

说起来容易做起来难。为骑手缴纳社保,远比想象中复杂。

你或许想不到,仅美团平台上,有接单记录的骑手就超过700万人。其中,只有约10%是全年奔跑的全职骑手,近一半人一年跑单不到30天。不少人把送外卖当作“过渡站”,今天在美国,明天跑饿了么,晚上还可能接个闪送。而且,骑手中八成以上是外来务工人员,跑几个月换一个地方是常态。

这就带来一连串问题:他们的社保该在哪个平台交?是回老家交,还是在工作地交?如果不在这个城市干了,回老家怎么转接?

比制度障碍更棘手的,是骑手的现实选择。很多骑手觉得,几十年后的社保意义不大,他们更想现在多赚点钱。当眼前的房租、孩子的学费都等着用钱时,未来的养老

确实显得遥远。

对企业而言,这同样是笔“天文账”。即便只是补贴,每年几十亿元支出也绝非小数目。

既然如此,平台为何还要推进?

一方面,这是市场竞争的结果。今年“外卖大战”开打,运力成了比补贴更关键的筹码。用餐高峰时,“半小时达”和“两小时无人接单”的体验天壤之别。社保补贴成了留住骑手、锁定运力的“稳定器”。

另一方面,这源于国家政策的引导与监管的持续推进。人社部、市场监管总局等部门近年来持续推进新就业形态劳动者权益保障,各地也陆续出台配套政策,为平台企业探索社保路径提供了清晰的制度框架。提高灵活就业人员、农民工、新就业形态人员参保率,仍是“十四五”时期的一项重要

任务。

在市场与监管的双重推动下,平台找到了务实路径。比如美团的方案是“骑手自愿缴,平台补一半”。从试点情况看,这种设计既尊重了骑手意愿,又降低了参保门槛,那种“错过补贴就亏了”的心理效应也撬动了骑手的参保意愿。

让平台经济承载更多民生温度,这不是“要不要”的选择题,而是“要办好”的必答题。当经济发展的车轮滚滚向前,托起那些默默推动车轮的人,不仅关乎公平正义,更关乎可持续发展。骑手社保“全国版”的落地只是一个开始,期待更多平台加入这一温暖的行动。



守住私域消费信任防线

邱燕

近期,不少消费者反映,在微信群、小程序等私域渠道购物后,频繁遭遇商家闭店、客服失联等问题。这引发了对于私域交易合规性的质疑,私域消费的监管与规范亟需加强。

私域消费的核心特征是建立在“有限范围”内的信任交易。与公开透明的公域平台不同,私域平台具有较强的隐蔽性——商家通过微信群、私聊发送小程序或H5链接等,仅向特定人群展示商品与交易信息。如今,线上直播引流、线下推广拉新,再引导消费者进入微信群、快团团等封闭私域渠道完成交易,已成为不少商家的销售模式。

不过,这种强隐蔽性的交易模式,也容易形成监管盲区,导致乱象频发。

价格模糊、信息不透明,是私域消费的首个“坑”。商家常通过“加群享团购价”等宣传语吸引消费者下单,却对低价原因避而不谈——究竟是批量采购降低成本,还是商品临期、存在质量瑕疵,消费者无从知晓。通常商家的生产经营卫生状况、原料采购渠道合规性、产品安全检测报告等核心信息,消费者难以查询核实,给商品安全埋下隐患。

监管存在盲区、售后保障不足,加剧了消费者的维权困境。私域平台进入门槛极低,商品品质基本靠商家“自审”,缺乏外部监督机制。一旦商品出现问题,售后有可能

“断联”。尤其是食品类商品,食品经营许可、生产许可等资质难以核实,食品安全风险增高。若商家关闭交易链接、拒绝回复消息,消费者便陷入投诉无门的僵局,合法权益难以维护。

“不留痕”的交易特性,进一步给消费者维权带来阻碍。无论是向监管部门投诉,还是通过法律途径维权,都需要完整的证据链支撑。而在私域交易中,普遍存在“一次一链接”“专属客服对接下单”的情况,这就导致交易记录极易消失;聊天记录可能被随意删除、直播无法回放、收款方与发货方主体不一致等问题,使得取证和追责难度倍增,消费者往往只能“吃哑巴亏”。

规范私域消费交易行为,需多主体协同发力。监管部门需加快将私域消费交易纳入日常监管,建立健全全流程追溯机制,填补监管真空。私域平台要压实主体责任,完善商家入驻审核、商品质量抽检、售后纠纷处理等机制。商家则需摒弃短期逐利思维,主动公开商品信息与资质,守住诚信经营底线。消费者也应提高警惕,留存交易证据,遇到纠纷及时向监管部门反馈。

唯有各方共同发力,才能清除私域消费乱象,既保障消费者的合法权益,也为经营者营造规范良性的市场环境,让私域消费真正实现“信任交易”。



沈海涛作

规范商业体检行业秩序

伴随居民健康意识提升,我国健康体检需求持续增长,商业体检机构不断发展壮大。然而,近日有调查发现,一些商业体检机构会通过制造健康焦虑、模糊套餐内容,引导消费者增加检查项目。此外,过度检查、漏诊误诊、售后缺位等现象也时有发生,不断地消耗着消费者的信任。如何规范行业秩序、筑牢健康体检防线,成为亟待解决的课题。现行健康体检管理相关法规需进一步完善,明确体检机构的责任、义务及违规处罚标准,为主管部门监管与消费者维权提供清晰依据。有关部门需填补体检机构资质审核、日常运营监管等方面的空白,强化执业监督管理。体检机构应加强流程管理,提升售后服务水平,为体检质量构建制度保障。

踩急刹 赛事经济由门

随着全民健身热潮涌动,体育赛事经济正成为城市发展的新引擎。从冰雪运动到马拉松,从电子竞技到户外探险,赛事经济以其独特的魅力和强大的带动效应,成为推动消费增长、促进经济繁荣的新引擎。今年上半年,河北、福建等7地监测的511场重点赛事活动,带动体育及相关消费超160亿元,场均带动消费超3000万元。赛事经济为国民经济增长和地方经济转型增添了新的动力,成为激活消费市场、扩大内需的重要力量。

体育比赛天然具有凝聚不同年龄观众的能量,可以汇聚人气的特征。看球、聚餐、住宿、游览,赛事成功串起服务消费全链条,有效带动体育产业及周边产业的消费增长,成为城市塑造形象的金名片、拉动消费的新引擎、发展经济的增长极,更是让群众共享发展成果的新场景。“跟着赛事去旅行”成为一种新的消费风尚,观众在观赛之余,还能欣赏举办地的自然风光和人文景观,不仅延长了消费者的停留时间,也增加了消费的深度和广度。此外,大型赛事的举办,往往需要大量的基础设施建设 and 公共服务投入,这不仅改善了城市的硬件条件,也为城市的长期发展奠定了基础,为地方产业的转型升级提供了契机。

作为近年来体育产业中的亮点大,本土赛事和草根赛事取得的成绩让人印象深刻,不论是贵州“村超”“村BA”带来的巨大流量,还是“苏超”一票

刘莉

从硬联通到“软硬双通”,从项目合作到产业生态共建,从经济导向到多目标协同的多维升级……这些年,共建“一带一路”与全球可持续发展的潮流相契合,彰显了中国推动构建人类命运共同体的时代担当。

党的二十届四中全会提出“高质量共建‘一带一路’”。近5年来,基础设施硬联通与规则标准软联通协同发力,中欧班列累计开行超10万列,中国已与69个国家和组织签署113份标准化合作文件。产业生态共建成效显著,以产业园区为载体的平台产业生态日趋完善。多目标协同落地生根,中老铁路、黑山莫莉拉风电场等一批标杆项目通过经济赋能、环境改善与社会发展协同推进,生动诠释了共建“一带一路”的多目标平衡实践。

高质量共建“一带一路”离不开政策创新赋能。2022年我国《关于推进共建“一带一路”绿色发展的意见》鼓励企业以超越东道国的严格环境标准开展经贸活动,让绿色成为共建“一带一路”的底色。2024年《关于数字贸易改革创新发展的意见》对数据跨境流动便利化的推动,带动了共建国家的产业数字化转型。

补短板高质量共建“一带一路”

黄友星

也要看到,共建“一带一路”在向高质量跃升的过程中仍面临部分结构性短板。在“软硬双通”上,各国规则标准的碎片化依然明显,绿色认证、跨境数据流动等软联通明显滞后于基础设施硬联通。在产业生态共建上,部分共建国家本土化配套率偏低,产业链协同效应有限。在多目标协同上,绿色转型的成本与融资困境、部分民生项目与当地需求的错配、潜在生态风险的压力依然对高质量共建“一带一路”带来挑战。

在产业层面,应聚焦数字经贸、绿色发展等关键领域,联合各国共同制定统一规范,推动建立“一带一路”规则标准互认联盟,加强各国在软联通上的协调。围绕“一带一路”产业生态建设形成常态化跨国协同机制,通过亚投行、新开发银行等多边金融机构及丝路基金等区域专项基金,加大对合作园区“上下游配套+产学研联动”生态的融资支持,推动光伏、储能、人工智能等新兴产业集群出海,推广“班列+园区+电商”模式与“数智+绿色”路径相融合的发展架构,促进产业生态深度重构。通过共建国家的政策协调,提升绿色低碳、民生效益在项目评估体系中的权重,增强融资工具

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》将拉动内需明确为“十四五”时期推动经济增长的关键抓手,提出促进形成更多由内需主导、消费拉动、内生增长的经济发展模式。回望“十四五”,金融作为实体经济的血脉,在提振消费、释放内需潜力中发挥了关键作用。新的阶段,通过政策引导、工具创新与服务生态构建,金融支持消费实现多维度跃升,将成为稳增长、惠民生的重要引擎。

政策工具精准滴灌是带动消费市场快速复苏的重要抓手。中央财政持续加大财政补贴力度,与金融贴息协同发力,推动汽车、家电、数码产品、家装厨卫等大宗消费更新换代;设备更新改造专项再贷款政策落地,引导金融机构向符合条件的企业和项目提供低成本贷款;首创个人消费贷款财政贴息政策,覆盖购物、旅游、养老、家装等高频场景;服务消费与养老再贷款定向支持文娱、教育、养老等服务业,惠及约4000家经营主体,为服务业消费注入了强劲动力。

消费信贷量质同增,成为金融提振消费的重要支撑。5年来,消费信贷市场在规范中实现总量与结构的同步优化,不含个人住房贷款的全国住户消费贷款余额较“十四五”初期大幅增长。信贷服务领域不断拓展,从传统的住房、汽车等大额消费,逐步拓展至教育、医疗、文旅、绿色消费等领域。面对消费结构向智能化、服务化、个性化升级的趋势,金融机构主动创新,推出“专精特新贷”“苏知贷”等定向产品,为消费新业态、新模式提供了精准资金支持。

消费金融数字化转型加速推进,为消费服务场景拓展提供了坚实支撑。移动支付、数字人民币等金融基础设施不断完善,推动消费场景向“线上+线下”“城市+乡村”全面渗透。2024年,我国移动支付交易规模达到563.7万亿元,用户规模突破10亿;数字人民币应用场景覆盖餐饮、零售、文旅等细分领域,形成了全场景、全天候的金融服务生态。

也要看到,城乡区域金融服务不均衡、信贷模式与消费需求错配等问题仍然存在,成为制约消费潜力释放的堵点。这些正是新阶段深化金融支持消费改革的发力点。

针对城乡区域金融服务不均衡,完善普惠金融机制是首要发力点。构建县域消费金融生态圈,推动国有大行与农村信用社合作,打通服务末梢。健全农村信用体系,依托“数字乡村”建设,整合社保、医疗、消费数据,建立农村居民信用评分体系,对信用良好的农村消费者给予消费贷款利率优惠和额度提升。因地制宜发展特色消费金融,鼓励东部地区探索“科技+消费+金融”模式,支持中西部地区发展“文旅+消费+金融”,对乡村旅游、非遗体验等项目提供专项贷款。

解决信贷模式与消费需求错配,关键在于推动消费信贷从总量调控向结构优化转型。既要合理调控住房信贷增速,逐步提升支持服务消费、绿色消费的额度,也要发展场景化、小额化、短期化消费信贷,针对新市民、低收入群体推出“信用+收入”双维度评估模型。

进一步激活消费新增长点,强化金融与产业政策的协同联动必不可少。要建立跨部门产融协作平台,打通消费数据与金融授信链条,推动金融机构深度嵌入绿色家电、节能建筑、新能源汽车等产业链前端,提供“支付+融资+保险”一体化服务。鼓励设立消费金融专项引导基金,重点支持养老托育、智慧医疗、体育休闲等民生服务领域创新项目,形成“政策引导—金融支持—产业落地”良性循环,让金融更好赋能消费新业态发展。

在此过程中,防范系统性风险、筑牢监管底线不能忽视。要构建“科技+监管”新型治理体系,建立“中央+地方”双层监管协调机制,明确互联网平台“助贷”业务的资本金要求、风险准备金计提标准。加强个人信息保护,严禁无场景、无用途的消费信贷投放,严控大数据杀熟与过度授信行为。实时监测信贷资金流向,对“套路贷”、虚假交易等行为实施零容忍打击,保障消费者权益,为内需持续释放和经济高质量发展提供坚实支撑。

展望“十四五”,只要以长效机制推动金融精准对接消费需求,护航消费升级,必能激活内需这个经济增长第一拉动力,让金融“活水”真正滋养民生福祉。

(作者系清华大学国家金融研究院院长、教育部“长江学者”特聘教授)