

市场监管

完善监管执法让“3·15”变为“365”

漂白鸡爪、增高骗局、专骗老年人的“专家”……今年“3·15”晚会又集中曝光了多种乱象。

对规范经营的企业来说，“3·15”是个平常的日子。但那些知道自己手脚不干净的企业，在这一天总是有些提心吊胆。

从这两年的情形看，“3·15”对某些企业来说早已不是一道坎，而是一张网。看作是坎，原因是运气好，或许就迈过去了；运气不好，绊一跤，爬起来还能绕道走。网可不一样。网是铺开的，是交织的，躲得过初一躲不过十五。只要做过亏心事，迟早有一天，会被这张网捕获。

今年“3·15”，这张网就提前收紧了。去年以来，贵州、四川、重庆等地市场监管局端掉了一批制售假药黑窝点，发现在所谓的“苗族苗药”里，竟非法添加了化学药成分，有的“苗药”纯粹就是“手握”的面粉丸子加西药粉末。

媒体的曝光，一个接一个。寿司郎寿司有虫卵，美宜佳便利店卖假烟，冻干草莓零食存在20多种农药残留，因网红台词走红

“3·15”是一张网，只要做过亏心事，迟早会被这张网捕获。普通人的镜头和键盘，是这张网最细密的一层，将监督触角伸向了监管执法和媒体曝光还来不及跟进的角落。它提醒所有经营主体，诚信是唯一出路。

的刘文祥麻辣烫，被爆用鸭肉冒充牛肉、猪肉——名气越大、流量越大，被盯得越紧、跌得越重。

社会监督的天眼，也在全天候运转。近期根据网民举报，监管部门打掉了46家帮假贷站台的防伪查询网站。这些网站打着“全国质量监督防伪系统”“中国产品监督315防伪查询系统”等旗号，通过定制所谓的“国家级溯源防伪标签”牟利。披着“3·15”的外衣招摇撞骗，最终也逃不过法网。

普通人的镜头和键盘，是这张网最细密的一层。翻看网站和评论区，投诉信息一条接一条滚动：“视频软件有了VIP，还要SVIP”“软件的广告老是弹出来”“食品安全不能只

在3·15这一天”——这种来自普通人的吐槽和监督，将监督触角伸向了监管执法和媒体曝光还来不及跟进的角落。

但网再密，也不可能把每个漏洞都堵住。新业态不断冒出来，会出现新问题；新入行的企业，可能走前人走过的弯路；还有些小企业做大了，管理却没跟上，步子迈大了容易摔跤。这些情况，都是现实，也是问题看起来层出不穷的原因之一。难怪有人会嘀咕，好像一年就一个“3·15”。

其实，如果你留意，就会知道这张网从来没有闲过。过去一年，全国市场监管部门累计抽查22.5万家企业、109.7万批次产品，依法处置不合格产品9万批次；受理消费者投

诉、举报和咨询4386.6万件，为消费者挽回经济损失43.5亿元。去年登上热搜的众多案例，绝大多数也不是在“3·15”当天曝光的。

监管365天都在运转，媒体365天都在曝光，博主随时随地可以开播，消费者掏出手机就能投诉，这一切，既是为造假者布下的天罗地网，也是为消费者织就的防护网。“3·15”最大的意义，就是用365天的无声收紧和“3·15”这一天的雷霆亮相，提醒所有经营主体：在这个每双眼睛都可能盯着你的时代，诚信不再是道德选择，而是唯一出路。



营商环境是企业生存发展的土壤，优化民营企业营商环境，事关稳预期、强信心、促发展大局。今年《政府工作报告》明确提出，持续打造一流营商环境，更好支持企业安心经营、高质量发展。这释放出明确信号：优化民营企业营商环境是“十五五”开局之年激发经济内生动力的重要抓手。

民营经济贡献了我国50%以上的税收、60%以上的GDP、80%以上的城镇就业，是推动高质量发展不可或缺的力量。近年来，我国营商环境持续改善，2025年出台新版市场准入负面清单、系统整治招标投标领域突出问题、加快清理拖欠企业账款，民营经济高质量发展的制度基础不断夯实。

也要看到，当前民营企业发展仍面临不少现实困难，营商环境中的一些堵点痛点亟待打通。

一是市场准入隐性壁垒尚未完全破除。“玻璃门”“旋转门”现象在部分领域依然存在，一些基础设施、能源和重大项目建设领域，民营企业实质性参与机会仍然有限，招标投标中变更设置资质门槛、业绩条件等排斥性条款的情形时有发生，制约了民营企业的发展空间和创新能力。

二是公平竞争环境有待进一步优化。一些地方产业政策仍习惯于“选赢家”，将财政补贴、土地优惠等资源向少数企业倾斜，客观上构成了对民营企业的平等对待。产业政策与公平竞争政策协同不足，部分招商引资政策以税收返还、低价供地等方式争夺项目，扭曲了要素价格信号。2024年全国各级市场监管部门共审查重要政策文件1.96万件，公平竞争治理效能有所提升，但深层次制度性根源尚未根本消除。

三是涉企服务和执法规范化水平参差不齐。拖欠企业账款问题尾大不掉，严重影响企业现金流和正常经营。个别地方执法检查过于频繁，以罚代管、多头执法、重复检查等现象尚未根除，加重了企业合规负担。《政府工作报告》要求健全规范涉企行政执法长效机制，直指涉企服务痛点。

补齐短板，要从法治保障、公平竞争、服务效能和预期管理等多个维度系统施策、协同发力。以法治化为根基夯筑制度底座。民营经济促进法已颁布实施，当务之急是加快完善配套法规政策，将平等使用生产要素、公平参与市场竞争、保护合法权益等原则细化为可操作的具体规则。健全涉企行政执法长效机制，清理涉企不合理收费，以法治的确定性对冲市场的不确定性，为企业提供稳定可预期的制度环境。

推动政策协同互促，营造公平竞争的市场环境。今年《政府工作报告》提出制定全国统一大市场建设条例、出台地方政府招商引资鼓励和禁止事项清单，从源头规范地方政府的产业扶持行为。各地应强化公平竞争审查刚性约束，对战略性新兴产业等重点领域建立跨部门的政策协同评估机制，统筹产业发展与竞争维护的双重目标，更多采取普惠性税收优惠、研发加计扣除等功能性政策工具，减少定向补贴，确保民营企业等各类经营主体同台竞技、平等竞争。

提升涉企服务效能，切实为企业松绑减负。以“高效办成一件事”为牵引，持续优化政务服务，推动惠企政策直达快享。在这方面，一些地方的探索值得借鉴，比如北京市在全国首发经营主体登记注册地方标准，首创平台企业助企合规发展服务站及合规评价机制，累计推出119个“高效办成一件事”重点事项。在此基础上，还应加大拖欠企业账款清理力度，完善强制披露和追责机制，推广“无事不扰”的监管理念，让企业安心经营、放心发展。

稳定市场预期，大力弘扬企业家精神。要完善民营企业参与重大项目建设长效机制，引导民间投资向科技创新、绿色低碳等关键赛道拓展。加强政策的连续性和可预期性，避免“翻烧饼”式调整损害企业信心。促进年轻一代企业家健康成长，在全社会营造尊重企业家、鼓励创新创业的良好氛围。

栽好梧桐树，自有凤凰来。唯有持续优化营商环境，让民营企业真正感受到公平、安全和可预期，才能充分激发经济发展的内生动力与创造活力。

(作者分别系首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院研究员、北京师范大学经济与工商管理学院副教授)

培训“包就业”可信吗

刘莉

“考证抵个税”“整理收纳师月薪过千元”“无人机驾照包分配年入10万元”……在社交媒体上，类似抓人眼球的考证培训宣传口号屡见不鲜，对于一些职场人和求职者而言，吸引力不小。看似诱人的“高回报”背后，却是夸大宣传、山寨证书、就业承诺落空、退费无门等重重陷阱，有的人花费数千元甚至上万元，最终却陷入“钱岗两空”的困境。

考证培训包就业之所以从者甚众，本质上是因为机构利用信息不对称，抓住了人们的职业焦虑和急功近利的心理。如今，一边是科技快速发展，新应用爆发式增长，另一边是人才市场竞争加剧，不少人希望快速掌握技能、实现就业或增收，这为不法机构提供了可乘之机。一些机构刻意模糊政策概念，将未列入《国家职业资格目录》的证书包装成“国家认可、个税抵扣”的香饽饽，把临时散工包装成“包分配、高薪资”的稳定工作，用虚假承诺制造假象。有的机构用数千元甚至上万元的线下课程将学习者直接套牢，有的先用低价课程引流，再逐步加收高额费用，到头来都无法兑现就业承诺。

一些新兴职业出现不久，尚未形成完善的技能标准和管理体系，为培训机

构滥发证书、虚假宣传留下了空间。不少机构无正规办学资质，培训师也无相关从业经验，通过“挂靠”“加盟”开展业务，甚至存在“边学边教”、课程“货不对板”等问题。不少培训依托线上跨地域开展，使得资质核查、消费维权难度加大，一些机构无合同协议、无办学备案，出了问题便拉黑学员、失联跑路，让消费者维权无门。

其实问题就出在这个“包”字上，交钱之前拍胸脯打包票，交钱之后则是顾盼左右闪烁其词。须知，培训与就业之间虽有联系，但分属上下游，且主体有别，规则不同，“包就业”是培训机构做不到的事情。学习培训对个人来说是有积极意义的，基于个人特长天赋，紧扣社会发展需要开展的学习培训，不仅有助于成长成才，还能在劳动力市场上占据有利位置。不过，真正的就业竞争力，从来不是一纸证书赋予的，用人单位不止考量学习经历、社会实践等基本条件，更看重实际操作能力和项目经验。培训作为能力建设的重要补充方式，初衷是为劳动者赋能，为经济发展输送人才。要让培训真正成为劳动者职业发展的“加油站”，助力每个愿意终身学习的人走得更稳、更远。

赏花经济如何可持续

相信很多观众都对马年央视春晚中的歌咏创意秀节目《贺花神》记忆犹新。节目以“十二花神”为主线，借助AI科技，呈现出亦真亦幻、如诗如画的视觉场景，不仅震撼了屏幕内外的观众，更诠释了极致浪漫的东方美学。

赏花传统，自古有之，延续至今，已成为中国人独有的文化印记。从婺源油菜花海到武汉的樱花烂漫，再到洛阳的牡丹国色……每年，这些赏花胜地都会吸引络绎不绝的游客前去赏游。如今春意渐浓，全国多地“赏花游”也持续升温，人们纷纷走进公园景区，漫步山野山林，感受早春美景。

随着赏花热度攀升，各地推出了形式多样的文旅活动。海南万宁联星村将近百亩三角梅与村庄景观融合，打造“村前村后、庭院内外”的立体花海，并推出特色“村咖”、小吃等，让游客感受春日美好时光。重庆江津蔡家镇结合樱花季推出了樱花火锅、围炉煮茶、游园互动等特色活动，吸引大量游客前来，预计整个花期带动当地餐饮住宿、农产品销售等收入超1500万元。

不过，单纯的赏花活动容易受到季节与游客审美疲劳的影响，陷入“花期爆满、花谢空城”的窘境，难以持续创造经济价值。赏花经济的本质是体验经

济，美丽的花海固然可以吸引游客驻足，但真正能让游客流连忘返的，往往是那些隐藏在花海背后的细节，赏心悦目的环境、贴心便捷的服务，以及独具特色的文化体验。

“花期”或许短暂，但赏花经济的活力可以常新。推动赏花经济发展，不妨以“赏花”为引，把功夫用在“花”外。纵向拓展，意味着突破季节“限定”，将花期价值延伸至全减梦雅年。在河南，一些地方主动延伸“赏花+”产业链，强化科技支撑，探索运用多种工艺制作玫瑰精油、玫瑰露露、玫瑰花茶等产品，将“能看的玫瑰”变成“能喝的玫瑰”。横向融合，力求打破行业边界，将赏花活动与康养、研学、体育等业态深度融合。在四川，多地以花为媒，围绕赏花旅游消费场景，发展低空赏花、花田火锅等农文旅融合新业态，推出春菜采摘、非遗体验等特色新玩法。

长远来看，“赏花经济”不仅能为城乡发展增添色彩，更日益成为助力乡村振兴、建设生态文明的重要抓手。当赏花经济摆脱花期困境，真正融入现代化产业体系建设与城乡发展规划，那些绽放于田野山间的花朵，方能成为常开不败的“致富花”“幸福花”。

(中国经济网供稿)



勾建山作(新华社发)

家装避坑呼唤规范标准

装修一套房，可能会踩哪些坑？近日有调查发现，家装行业合同“埋雷”“货不对板”及渗水漏水等问题突出，部分商家设置各类合同陷阱与隐形消费，相关投诉呈增长趋势。与此同时，家装服务具有准入门槛低、全周期链条长、产品非标准化等特点，部分服务缺乏规范标准和强有力约束，导致消费者在面临上述问题时维权较难。今年《政府工作报告》提出“实施服务消费提质惠民行动”“加强消费者权益保护”，相关部门可协同完善行业标准体系，制定更细致的施工工艺标准和验收规范，实现“所见即所得、计价即结算”，探索引入银行作为“装修款项的资金存管方”、建立全国联网的家装企业信用黑名单等方式，助力打造更安心的消费环境。

(时锋)

构建国家公园协同治理机制

鲍杨 李宏伟

国家公园是我国自然生态系统最重要、自然景观最独特、自然遗产最精华、生物多样性最富集、最具国家代表性的自然生态空间。近期审议通过的《中华人民共和国生态环境法典》规定，国家建设以国家公园为主体、以自然保护区为基础、以各类自然公园为补充的自然保护地体系，确保重要生态系统、自然遗迹、自然景观和生物多样性得到系统性保护。这体现了国家公园生态系统本身的完整性与文化脉络的跨越性，也对传统以行政边界为限的治理模式提出了挑战。

我国首批设立的5个国家公园——三江源、大熊猫、东北虎豹、海南热带雨林、武夷山，均具有显著的跨行政区划特征。当前，各国家公园在打破行政壁垒、建立统一管理架构方面取得阶段性突破，但仍面临深层体制机制障碍：权责配置不尽合理，地方保护积极性与财政承受能力不匹配，横向生态补偿与收益分享机制缺失；法规标准体系尚未完全统一，跨省联动仍较多依赖软性约束，刚性协调与考核监督机制不足；市场与社会力量参与渠道不畅，生态产品价值实现多停留在初级阶段，品牌化、资本化能力不强等。

破解上述难题，亟须从系统观念出发，围绕政府顶层设计、资金投入机制、科技产业支撑等维度，构建政府、市场、社会多元驱动的跨区域长效协同治理格局。

在政府顶层设计方面，构建“统分结合、权责匹配”的治理架构。跨区域国家公园治理的核心在于处理好“统一管控”与“属地责任”的关系，推动跨国家资产的协同感知与动态核算，为生态补偿标准制定、碳汇项目开发、生态权益交易提供统一、权威的数据底座。在此基础上，构建“中国国家公园”母品牌与各园子品牌相结合的生态产品品牌矩阵，对符合国家标准的产品、生态体验服务、文创商品统一标识、统一认证、统一溯源，通过品牌共建、标准共定、市场共拓，破解“优质难优价、分散难合力”困局。优先支持跨省联合打造生态旅游精品线路、自然教育课程体系及康养产业集群，如围绕武夷山国家公园、闽赣两省可联合开发跨省精品研学线路，将福建五夫古镇、考亭书院与江西鹅湖书院等文化地标有机串联，使其成为跨区域政策对话、学术交流、产业对接的常态化平台。

在资金投入机制方面，建立“央地共担、市场补充”的多元保障体系。进一步细化中央与地方财政事权和支出责任，将国家公园基本管护经费纳入中央与省级共同财政事权范围，逐步提高中央财政对国家公园所在地区的均衡性转移支付系数。着力激活市场化资金补充渠道，依托国家公园统一品牌体系与生态

产品认证机制，跨区域联合开发林业碳汇、水权交易、特许经营等生态价值转化项目，所得收益按各片区保护贡献、资源禀赋等因素合理分配。

在科技产业支撑方面，打造“智慧监测+品牌溢价”的价值转化通道。加快推进“天空地一体化”智慧监测网络在国家公园全覆盖，重点实现对跨区域分布的珍稀物种、森林碳汇、水源涵养等关键生态资产的协同感知与动态核算，为生态补偿标准制定、碳汇项目开发、生态权益交易提供统一、权威的数据底座。在此基础上，构建“中国国家公园”母品牌与各园子品牌相结合的生态产品品牌矩阵，对符合国家标准的产品、生态体验服务、文创商品统一标识、统一认证、统一溯源，通过品牌共建、标准共定、市场共拓，破解“优质难优价、分散难合力”困局。优先支持跨省联合打造生态旅游精品线路、自然教育课程体系及康养产业集群，如围绕武夷山国家公园、闽赣两省可联合开发跨省精品研学线路，将福建五夫古镇、考亭书院与江西鹅湖书院等文化地标有机串联，使其成为跨区域政策对话、学术交流、产业对接的常态化平台。