

市场监管

市场不欢迎虚假“百亿补贴”

“618”前夕，北京市市场监管局约谈了淘宝、京东、拼多多、抖音、小红书5家电商平台，指出平台存在虚假“百亿补贴”。

就在约谈的前一天，国家统计局发布了5月份的经济数据：CPI同比上涨1.2%，PPI同比上涨3.9%，创近4年来新高。

这两个数字放在一起看，意味着经济发展到了一个关键时期。CPI总体平稳，说明消费还在恢复；PPI快速冲高，说明上游成本压力在涨。一边是消费者盯着优惠过日子，能省就省，一边是商家扛着成本卖东西，压力较大。

这本该是“百亿补贴”发挥积极作用的时候，平台出钱拉一把，消费者得实惠，商家不亏钱也能保住销量，大家都高兴。

结果呢？监管部门一查，发现“百亿补贴”四个字水分不少。比如有的平台从5月份开始铺天盖地宣传“618百亿补贴”，但核查发现，所谓的“618百亿补贴”，其实是个长期营销活动，并不是真的在“618”期间掏上亿元。

倒也不是说各个平台的“百亿补贴”都是假的。从通报内容来看，问题主要出在不透明，比如没有公示促销期限、促销规则、中

北京市市场监管局就虚假“百亿补贴”约谈5家平台，剑指不透明的促销机制。单纯依靠概念造势、低价内卷收割流量，反而会失去市场信任。消费者受益，商家赚钱，平台生态健康，这才是可持续的发展模式。

奖概率，还有的涉及霸王条款，可能侵害消费者和商家权益。

平台补贴是这几年电商领域的创新，只要是真东西、真补贴，消费者还是认可的，毕竟买起来真香，我自己就深有体会。没事逛逛“百亿补贴”频道，猫粮、擦脸油、牙膏、卷筒纸，确实便宜不少，有时本来没想买，一看价格这么划算，也下单了。

拿硬核算商品比，差价更清楚。比如512G的iPhone 17，官方店卖7799元，平台“百亿补贴”后7199元，差了600元。消费者买到了便宜，商家提高了销量，平台虽然掏了补贴，但促成了交易，也有收益。

既然“百亿补贴”有正面作用，那为啥会被约谈？问题出在哪里？出在不透明的促销机制，也出在可能失控的补贴尺度。

谁出钱不透明。有的平台规定“百亿补

贴”的成本全部由商家承担，这显然不合理，也不合规。

出多少钱不透明。“百亿补贴”本质上是一种促销活动，既然是促销，就要遵守促销的基本规矩。促销期限、补贴金额、出资比例，这些是法定的告知义务，不是什么商业机密。

补到什么程度不透明。补贴不是不能做，但不能恶意补贴、扰乱市场秩序。过了头就成了恶性价格战，商家被拖垮、市场被搞乱，最后谁都不好过。

有人担心，这些核心信息平台怎么可能公开？这不等于把底牌亮给竞争对手了吗？

说得对，平台确实不会主动提供相关信息，但监管的作用正体现在这里。监管不需要平台交出全部商业账本，而是要企

业有能力证明它的真实性，不搞恶意补贴，也不搞虚假宣传，特别是不能把一年甚至几年下来的长期投入，包装成一个大促节点的重磅红包来宣传，这不是忽悠人吗？

今天的电商市场已经告别了增量扩张，全面进入存量博弈阶段。单纯依靠概念造势、低价内卷收割流量，反而会失去市场信任。消费者要的很简单：有多大肚子吃多少饭。平台大促能掏多少钱，就说多少钱补贴，而且不能把补贴成本转嫁给商家。消费者受益，商家赚钱，平台生态健康，这才是可持续的发展模式。



词元经济呈现蓬勃发展态势的同时，投资化炒作、传销式推广等乱象快速蔓延，对人工智能健康发展构成威胁。必须明确词元法律界定，加大执法力度，防范词元金融化炒作风险。

广东打造词元出海全链路服务，贵州依托词元赋能内容创作与实体经济，形成标准化计价、合规化使用、产业化落地的良性发展格局……生成式人工智能与智能体正加速融入千行百业，词元经济呈现蓬勃发展态势，已成为新质生产力的重要支撑。国家数据局数据显示，我国日均词元调用量从2024年初的1000亿，快速攀升至2025年底的100万亿，2026年3月份突破140万亿，两年增长超千倍。

不过，词元场外交易、投资化炒作、代币化包装、传销式推广等乱象快速蔓延，形成诸多灰色产业链，滋生非法集资、金融诈骗、洗钱等金融风险，破坏数据要素公平竞争秩序，对人工智能健康发展与社会治理安全构成现实威胁，必须重视。当前，微信群、QQ群、二手平台、小众论坛等隐蔽渠道大肆开展词元场外交易，形成批量囤积、暗地转卖、高价套利的地下产业链。更为突出的是，不法分子借“人工智能”“数字资产”等热点概念，刻意模糊词元服务计量属性，将其包装成高增值投资品、保本理财产品等，以“囤词元暴富”“低投入高回报”“AI数字黄金”等噱头诱导公众投机。此外，黑灰产团伙利用平台注册与规则漏洞，通过技术手段大规模注册虚假账号，刷取免费词元，套取补贴，再低价倾销套利。这些行为不仅给平台造成直接经济损失，还推高合法用户与中小开发者成本，侵蚀创新收益，扰乱市场秩序，加剧数据要素市场无序竞争，背离新质生产力规范发展方向。

词元金融化炒作风险蔓延，原因在于多方面。现行法律法规未对词元作出明确法律定位，其属于数据产品、服务计量单位、虚拟财产还是功能性权益，缺乏统一认识，监管边界与定性依据不清，导致监管部门存在不敢管、不会管、管不到的困境。词元不具备证券、期货等金融资产核心属性，无投资价值与收益基础，却人为赋予增值预期，为投机炒作留下空间。此外，现有竞争规则供给滞后，反垄断法、反不正当竞争法、《防范和处置非法集资条例》等与词元交易、智能体调用、批量套利等新场景适配性不足，存在认定标准模糊、取证困难、处罚偏轻情况，违法成本远低于收益。防范词元金融化炒作风险，需系统施策、协同共治。

强化风险研判，明确词元法律定位与属性边界。通过立法解释、行政法规或监管指引将其界定为人工智能服务计量单位、虚拟财产还是功能性权益，缺乏统一认识，监管边界与定性依据不清，导致监管部门存在不敢管、不会管、管不到的困境。词元不具备证券、期货等金融资产核心属性，无投资价值与收益基础，却人为赋予增值预期，为投机炒作留下空间。此外，现有竞争规则供给滞后，反垄断法、反不正当竞争法、《防范和处置非法集资条例》等与词元交易、智能体调用、批量套利等新场景适配性不足，存在认定标准模糊、取证困难、处罚偏轻情况，违法成本远低于收益。防范词元金融化炒作风险，需系统施策、协同共治。

完善公平竞争法治体系，加大执法力度。重点查处非法金融活动、黑灰产批量套利、虚假宣传与价格操纵行为，健全行刑衔接，对涉嫌犯罪行为及时移送追究，大幅提高违法成本。健全协同监管机制，建立由国家数据局牵头、多部门参与的风险监管机制，共享线索、联合执法，建设智能化监测平台，运用大数据、人工智能等技术实现全链条穿透式监测预警，提升监管精准性与时效性，以标准化计量与合规交易杜绝炒作，为数据要素市场化提供可复制方案。

压实平台主体责任，督促平台严格落实实名认证。完善词元全生命周期溯源机制，强化异常行为识别处置，加大违规处罚力度，建立与监管部门的协同处置机制。聚焦AI服务全链条治理，引导重点平台清理违规信息、处置违规账号，同步开展合规宣讲，从源头阻断词元金融化传播渠道。加强市场引导与普法宣传，揭露投机骗局，提醒公众远离非法活动。推动行业协会制定自律公约，倡导合规经营、公平竞争，加快形成政府监管、平台自治、行业自律、社会监督的多元共治格局，保障人工智能产业规范健康发展。

(作者系南开大学法学院教授)

产城融合牵引AI规模化应用

陶奇

人工智能规模化应用如今已渗透到各行各业领域。这绝非简单的技术叠加，而是将技术融入生产生活各个环节，集中在产业全链条升级、城市智慧化运行、社区精细化治理三方面。产业全链条升级是核心支撑，城市智慧化运行是重要载体，社区精细化治理是根本保障，三者相互依存、协同发力。

人工智能规模化应用的根基在于产业生态的完善，通过产城融合，政府与龙头企业协同发力，整合政策、人才、资本、场景等资源，能够构建起覆盖孵化培育、人才供给、产业链配套的全链条服务体系，推动AI产业集群化、规模化发展。例如，杭州市余杭区五常街道依托阿里巴巴打造青橙国际创新创业中心，以生产、生活、生态“三生融合”和创新、创业、创投“三创融合”，构建AI产业全链条服务生态，布局AI+创业社区，构建起从创意孵化到产业加速的梯次承载空间，累计服务科创项目超过200个。

城市是人工智能技术应用最广阔的舞台。产城融合的核心要义之一，是让城市发展需求成为AI技术迭代的牵引力，通过系统性开放城市治理场景，为AI企业提供技术验证和产品落地的试验场，实现双向驱动

的良性循环。例如，北京市海淀区推动人工智能在城市治理领域的规模化深度应用，在交通治理领域，通过AI摄像头实时采集分析车流数据，动态调控信号灯，大幅提升核心路段通行效率。

产城融合的最终落脚点是“人”，只有通过AI技术提升社区治理精细化水平，解决人才在居住、养老、教育等方面的后顾之忧，才能让人才扎根、产业兴旺，真正实现“产、城、人”的深度融合。例如，上海市浦东新区张江镇集聚了数千家科创企业和近20万名科创人才，面对人才居住分散、服务需求多元、社区治理难度大等问题，构建了感知精准、服务高效、治理智能的社区治理体系。

未来，进一步以产城融合赋能人工智能规模化应用，应通过AI自助终端实现人才公寓申请、社保办理、子女入学咨询等事项自助办、就近办，大幅缩短办事时长。部署AI门禁、智能摄像头等设备，实现高空抛物、消防隐患等问题自动预警，让社区治安水平大幅提升。推出AI智慧养老服务，为独居老人配备智能健康手环，实时监测心率、血压等数据，提供紧急呼叫、上门送餐等定制化服务，提升老百姓的幸福感和安全感。

商品琳琅满目，质量却有高有低，货比三家时，不妨听听其他用户怎么说。如今，网络测评早已成为大众消费决策的重要参考，从食品美妆到数码家电，再到家居汽车，众多测评博主通过实测商品，对比数据、分享体验，为公众提供“种草”与“避坑”指南。

然而，在流量与利益的裹挟下，一些网络测评变了味，不仅透支公众信任、损害消费者权益，也扰乱了正常市场秩序。近日，国家网信办、市场监管总局联合印发《网络测评活动规范》，旨在维护公平竞争秩序，保护公民、法人和其他组织合法权益。

有的测评账号“给钱就夸”“给钱就黑”，有的“只评不测”却言之凿凿，有的拿特供样品测评误导公众……新规剑指种种测评歪风，靶向施策，为行业立规矩、划红线，各项举措总结起来就是四个字——实事求是，商品是什么样就是什么样，别玩虚的。

针对“商测一体、利益捆绑”“假测评、真带货”等乱象，新规要求，网络测评接受第三方委托、赞助或者与测评样本相关方存在利益关系的，应当作出显著提示；通过网络测评推销商品或服务并附加购物链接的，需要显著标明“广告”。针对“只评不测”等现象，新规提出，未开展测试仅凭主观感受进行评价，应当显著标明“仅为个人体验”或“主观感受，仅供参考”等内容。她不允许对消费者藏着掖着，刻意隐瞒信息本质就是误导和欺骗消费者。

针对“标准混乱、内容失实”等问题，新规明确，涉及产品功能、性能测试，应当委托具有法定资质许可的检验检测机构按标准规范开展；不得采取不科学、方法对同类

网络测评不能

断章取义，也不能贬损其他产品，禁止虚假不实描述或者恶意诋毁。这既是对测评者的合理要求，有利于打击“网络黑嘴”，也是对守法经营者的保护。此外，测评样本应当是消费者能从市场上买到的普通商品且来源可追溯，不得使用为测评准备的特殊物品。此项规定直接堵住了“特供版测评”的漏洞。

新规还对食品检测提出了更高要求：测试方法应当具备相应的资质，不得使用非标方法，不得测评无国家标准检测方法的项目，以专业门槛有效过滤测评乱象，守护市场公平。

徒法不足以自行，良法更需善治。让网络测评告别野蛮生长，有赖于多方合力、协同治理。新规释放出强监管的明确信号，无论是强化跨部门联动、健全线索共享、联合执法机制，还是加大查处力度、提高违法违规成本，都是题中应有之义。

作为网络测评的主要发布渠道，平台需要切实扛起主体责任，完善账号审查、动态管理与投诉处置机制，严把内容关口。测评从业者则应恪守职业道德，以专业和诚信立身行事，行稳方能致远。广大消费者也要积极举报违规测评，共同参与社会监督，须知倒逼行业自律规范就是在维护自身权益。

网络测评是连接市场与消费者的信息桥梁。期待随着新规落地落地，网络测评行业能够摒弃“流量为王”的浮躁，回归“内容为王”的本真，持续为消费者提供更多真实且有价值的参考，为营造清朗网络空间、维护公平市场秩序筑牢根基。

(中国经济网供稿)



漫评

治理“老头乐”不是一禁了之

近来，社会上又出现了反映“老头乐”影响交通秩序的声音。“老头乐”的无牌无证驾驶、质量差、安全性能差等问题屡见不鲜，非常容易造成交通事故。频频被吐槽的“老头乐”，为何屡禁不止？

“老头乐”问题被反复提出的背后，是它填补了某些市场的空白。比如城乡之间公交车不足，买不到合格的家用电动车，但接送孩子、买菜购物等自主出行需求依然存在。解决相关监管难题不是一禁了之，而是要在生产销售、交通管理各环节疏堵结合，合理满足“最后一公里”出行需求。一方面，要严查违规生产非标电动三四轮车，规范销售行为，切断违规商品流入市场的渠道。另一方面，应加强相关标准建设，用正规老年代步车提供更加完善的替代方案。

深耕业态融合挖掘文旅潜力

方佳辰

北京“Color Walk”城市微旅行精品线路串联起历史点位与潮流坐标，上海国际音乐烟花秀打造融合中西美学的沉浸式舞台，江苏借“苏超”赛事将流量转化为文旅体消费量……一段时间以来，文旅亮点不断，引人注目。

从公共服务看，提质增效为群众添暖助力。惠民消费券精准投放，景区限时免费、交通网络保障“说走就走”的出行。全国多家博物馆、美术馆延长营业时间、推出夜场服务，让“夜游文博”成为触手可及的新风尚。从硬件设施完善到软性服务升级，从环境氛围营造到文化内容输出，惠民福利政策落地见效，以精细化治理护航假日市场，让流量稳步转化为口碑。

从业态融合看，多元供给激发市场活力。“新银发旅游”“新中式旅游”“反向旅游”“微度假”“赛事旅游”等新玩法持续涌现，“生态+农耕”“科技+潮玩”“非遗+研学”“美食+演艺”等新业态不断兴起。通过打造全年龄段、沉浸式、烟火气的文旅产业，更好满足人民群众日益增长的高品质旅游消费需求，释放消费乘数效应，开辟全新增量空间。

随着居民生活水平提升，消费重心已从物质获取转向精神满足，一种更重情绪、重参与、重“悦己”的消费模式成为新趋势。假日文旅消费带动住宿、餐饮、交通、购物、演艺赛事等全链条消费，实现“一业牵引、百业同兴”，深度推进“农文体旅商”多维业态融合发展，为扩大内需、优化产业结构、激活新质生产力注入强劲动能。

此外，随着过境免签政策全面放宽优惠，一个更具活力与包容性的旅行新时代正向全球游客敞开大门。在此背景下，应抓住机遇，不断优化文旅消费场景，把文化产业、旅游业培育成为支柱产业、民生业、幸福产业。

深耕业态融合，以丰富供给激活消费潜力。文旅产业的高质量发展，离不开供给端的持续升级与创新突破。通过打造多元化消费场景，涵盖音乐展演、非遗展示、体育赛事、潮玩夜市、研学、康养服务、工业旅游等多元业态，拉满游客体验感与期待值。打破“千景一面”困局，做好差异化定位，不断推出新场景、新玩法、新服务，精准捕捉消费者情感共鸣，构建起“常来常新”的消费格局，为经济循环注入持久动能。

优化服务保障，以为民造福筑牢发展根基。通过开行特色旅游列车、持火车票可享门票折扣等措施，促进服务消费和旅游经济发展。推进适老化服务、母婴关爱、旅游专用公交、景区服务升级等细节落地，让更多游客尽享便捷，让假日出游质感大增，让政策红利真正转化为市场活力。

拥抱智能技术，以科技赋能解锁创新体验。通过投运无人驾驶观光车、上新人工智能导游、实时调度客流量等方式，分析游客需求偏好，精准推送文旅产品和服务，让科技的温度与文化的魅力交织绽放。通过科技手段保护文旅资源，在实现文旅产业创新发展的同时，兼顾生态、文物和历史街区保护。

精雕文化IP，以品效合一推动产业升级。深化协同联动，拓宽文旅格局，推动南北风光互补、城乡风景相融，让流动的文旅资源转化为实实在在的经济活力。形成假日文旅矩阵，培育文创好物与联名品牌，聚焦文旅微短剧、动漫、游戏，创作优质内容，加强文旅宣传和推广，讲好中国文旅故事，将出行热度持续转化为拉动经济增长的强劲动力。