

网购更放心 产业转型的新使命

■ 黄春景 职员

今年初，中国消费者协会公布了2017年消费维权年主题——“网络诚信 消费无忧”。日前，中消协秘书长常宇接受记者采访，围绕改善网络消费环境、强化网购社会监督、创新投诉受理方式等方面，介绍了今年消费维权重点工作。(3月13日《人民日报》)

伴随着“3·15国际消费者权益日”的到来，涉及消费维权的话题再次成为社会各界关注的焦点。“让消费者网购更放心”作为今年消费维权的主题，就是让消费者买得明白，用得放心。这些年来，网购改变着人们的生活和消费方式，对于促进整个国家用消费来拉动经济起到很大作用。经过多年的发展，我国国内网购市场已步入快速发展阶段，网购交易额逐年上涨。如何让消费者网购更放心，不应仅仅是今年的消费维权主题，还应成为一种常态，做到常态化规范管

理。事实上，网购更放心，在给消费者权益以更全面保障的同时，也有利于电商行业自身的长远健康发展。对于如何促进网购良性发展、让消费者网购更放心，笔者在此亦想一吐心中所盼。

首先要加快网购立法。网购作为一种快速兴起的新生事物，能否健康发展离不开政府的正确引导和有效监管，离不开法治环境的优化和诚信体系的建立。我国的电子商务仍处在起步阶段，还存在着标准不统一、平台建设滞后、诚信度不高等问题。加快《网络零售管理条例》等法律法规的立法进度，使网络购物驶入法制化轨道，使网上购物的监管和消费者权益保护有法可依，已显得刻不容缓。

其次是强化网购监管。近年来，由网购碰瓷催生出了职业维权师、职业差评师、职业退货师等职业，近段时间，这一现象成为网上热议的一个话题，他们利用信用等级对于网店的重要性，以维权为口号，通过网购

碰瓷，进而对店家实施敲诈勒索。现阶段，在对职业维权的合法性，法律法规尚无界定，网购法规尚不完善，网络消费者个人维权成本高、取证难的情况下，急需相关职能部门加强网购市场监管，进一步维护网络市场的正常交易。

第三是打造网购信用体系。网络购物等新兴业态快速发展的根基之一是良好的信用体系，网购诚信体系建设目前已取得初步成效，切不可千里之堤，毁于蚁穴。目前国内电子商务诚信体系的建设并不健全，仍有较多的地方需要改进和完善。一方面，还应该出台更多的法律法规，以规范商家的行为、保护消费者的合法、合理权益；另一方面，电子商务应该建立一个覆盖监管机构、自律组织、商家、买家的体系，一个有效的诚信评价、监督、处罚体系。

第四是建立健全网购物流体系。国内多数快递企业实行的是成本较低、更利于快速扩张的加盟模式，由于管理松散、准入

门槛低，此类企业一直是发生各种违法犯规现象的重灾区。比如，根据邮政规定，邮政企业应当依法建立并执行邮件收寄验视制度。用户拒绝验视的，邮政企业不予收寄。但在执行过程中却大打折扣，甚至沦为一纸空文。因此，我们既要保证快递业的利润水平和服务质量，更要做到监管比快递更快。

说到底，如何让消费者网购更放心，不仅是一道善治考题，也是一次产业转型的新使命。消费者利益无小事，尤其在网购进入“寻常百姓家”的当下，一方面要推进消费扩大和升级，通过降低物流成本等方式，清除抑制消费的障碍，提升民众的消费意愿；另一方面要加强市场监管，坚决打击假冒伪劣、坑蒙拐骗等欺诈行为，改善消费环境。我们相信，在有关职能部门的重拳整治之下，网购交易市场将变得更加规范有序，消费者网购不仅买得放心，且用得舒心。

重拳打假，用大力还得“勿脱靶”

■ 邓海建 媒体人

3月14日，十二届全国人大五次会议新闻中心举行记者会，针对网购产品质量监管问题，国家质检总局局长支树平表示：去年质检总局网购抽查6800多批商品，合格率不到七成。而在日前刚刚结束的全国产品质量监督工作会议上，质检总局已明确表态称：“今年将加强电商产品质量监管。”(3月14日中国网)

假货一箩筐，打假太神伤。这些年，隔三差五总会有声音撂狠话，说“是该对网络假货做个了断了！”比如2015年，国家工商总局发布《关于加强和规范网络交易商品质量抽查检验的意见》的时候；又比如2016年，全国电子商务产品质量大数据应用中心成立的时候；再比如2017年，阿里向全国两会的代表委员发出《像治理酒驾那样治理假货》公开信的时候……遗憾的是，网络假货仍是消费者的心头大患。

为了打假，各方都蛮拼的。职能部门责无旁贷，电商企业摩拳擦掌——这种动力源，前者是“责任清单”使然，后者是“恶名市场”倒逼。不过，质检总局给出的数字并不乐观：去年抽查了6890多批网上样品，不合格2122批，合格率69%，30%多不合格，“线上质量水平和线下确实有一定差距。”去年，有则新闻令人错愕：河南宜阳法院网上公开拍卖强执物品，其中一款“高仿LV包”让吃瓜群众一脸蒙圈。更让人震惊的还在后头，“白天门庭冷落、晚上卖假狂欢”的莆田鬼市，把代工厂背景下的假货热潮折射得入木三分。

提振消费信心要打假，纯化市场环境要打假，洗白品牌信用还得打假。打假人人会，套路万千。略有争议的，无非还是路径问题。比如马可波罗瓷砖董事长黄建平，就在全国两会上“喊话”马云，“希望马云同志对这些不是企业品牌官方授权的网店加大查处的力度。”而阿里方面则委屈满满，呼吁收紧制假售假入刑标准，“销售一件假货拘留七天，制造一件假货入刑”。公说公有理婆说婆有理，听起来都是蛮有道理。但有两点是肯定的：一则，假货在电商平台上卖得欢，平台当然不能摊手耸肩装无辜，只是，这个责任，应该是“有限责任”，因为假货毕竟不是电商造出来的。二则，真要打假，靠“王海”还是靠“电商”，其实都不太靠谱，最要紧的还是执法部门的“牙齿”和“肌肉”。比如质检总局也说了，在商事认证程序上，与阿里巴巴、京东等7家电商的部分用品库对接，去年已经产生102万项交互信息。接下来的，应该就是顺藤摸瓜、顺势而为。

有人认为，“加强电商产品质量监管”是个伪命题：因为这个说法就相当于要求媒体去管好曝光的“扫把洗锅厨房”一样荒唐。比如“315”晚会上的惊天猫腻，总不好意思让揭发者去处理。更何况，对于同为实体的电商来说，他们未必不是假货的受害者。于此而言，工商总局和最高法等部门的表态，可能更容易被民众理解。一言蔽之，在打假这件事上，“靶心”还是传统实体的车间和流水线。这些年在大街小巷洗脑的《某某皮革厂倒闭了》，不啻是代言假货的最佳神曲。

“天下无假”，这是最诗意的打假目标。不过，既然重拳打假已成共识，职能部门在用大力的时候，还请记得“勿脱靶”的友情提醒。

从经济学意义上 看房产税

■ 舒圣祥 媒体评论员

全国人大代表、中国银行营业管理部主任周学东表示，从长远看，建议开征房产税，这是抑制炒房最有效的手段。但开征起步时幅度要小，例如从夫妻名下第三、第四套房产开征。(3月9日《现代快报》)

无论你是否愿意，房产税该不该开征，似乎已经不是问题了；问题只是，该如何开征。房产税已经列入本届人大的五年立法规划，不过今年还没有将立法草案提请常委会审议的安排。也就是说，房产税大概快了，但至少不是今年。

一直以来，大众对于房产税的理解，显然发生了偏差。那就是，总以为房产税能够抑制炒房，能够降低房价，能够让更多人都买得起房子。会不会呢？恐怕不会。原因很简单，房产税并不会改变大城市以及热点城市房子的供求关系，而充其量只会在限购、限贷之外，增加持有阶段的成本。

如果说契税、个税、营业税都不能抑制房价，凭什么房产税就行呢？它们本质都是一样的，只不过房产税是增加持有阶段的成本，其他的则是增加交易阶段的成本。增加的交易成本能够轻松被转嫁，在房子供求关系不改变的情况下，持有成本必然也会转嫁出去。

供求关系决定房子价格，房产税无法根本改变这一点，房产税对市场的影响，只会是暂时的和浅层的，不会是永久的和本质的。之所以很多人仍然对房产税满怀期待，大概也不是希望房产税能够降房价，而是和不断要求提高“个税起征点”有点相似：别收我们穷人的，只收他们富人的，甭管我能不能得到好处，让富人多交税我也高兴。

所以，“房产税应从夫妻名下第三、第四套房产开征”的代表建议，很受欢迎。是啊，如果从第三、第四套房产开征，就没一般人家什么事情了，只会影响那些有多套房产的家庭。这些家庭为什么会有多少套房产？要么是推高房价的炒房客，要么是贪污腐败的“房多多”，就只该收他们的房产税。不说这种想法对不对，至少是有点天真。

只要房子不是放在那里空置，房主被要求缴纳的房产税，就会转嫁给租房的房客，这是毋庸置疑的。因为房产税是统一的政府行为，相当于另一种“集体涨价”，大家都这么干，房主就不会有因此租不出去的忧虑。就算房子是放着空置，税增加了价格也会跟着提高，所有商品莫不如此。

当然，那些不限购，房子本来也卖不出去的地方，可能会受到房产税较大影响。这些地方房子价格不涨，就是因为供需出了问题（主要是需求不足），开征房产税后按理房价应该涨，因为这部分钱是要交给国家的，不涨价就相当于房子降价，一涨价呢房子就更加卖不出去，去库存压力较大的地方因此会有麻烦。地方政府如果收税不成反而丢了卖地钱，那就划不来了。

“只收别人别收我”这种自私的想法，天真就真在没搞明白，税虽然是落在具体的人和企业身上，但受影响的绝不止他们。经济生活是很复杂的，增加的税收就算只收富人的，而且富人根本没法转嫁（这种情况现实生活中本不存在），那又怎样呢？富人没那么多钱可以投资或者消费，穷人的饭碗就会直接影响到影响。减税受益的不只是被减税的人，增税亦是如此。

丢掉幻想，只从经济学意义上看房产税，才会比较客观。

保健品乱象治理不应以生命为代价

■ 夏熊飞 媒体人

3月11日晚上，家住青岛的60岁老人陈先生的遗体在海边被发现。老人还留有一封遗书，上面讲述了自己前后投入数万元购买保健品的经历，同时把矛头对准一家名叫“高尚集团”的公司。遗书中写道：“高尚集团坑死我，从去年至今硬逼我买了6万余元保健品，说让我和老伴可到云台山、西安、巴厘岛等地方旅游，至今一个地方也没去，产品也没拿到多少。”(3月13日《半岛都市报》)

老年人购买保健品被骗的事情已经难称新闻了，实在太普遍。这次之所以引发媒体关注，是因为有人因此轻生了。去年，准大学生徐玉玉之死，让全国上下对电信诈骗高度重视，不仅当地迅速立案，抓获了犯罪嫌疑人，金融部门也针对银行出台了转账新规，用以遏制电信诈骗。那陈先生的轻生，能否引发社会的重视，产生像徐玉玉事件一样的效果，用整治电信诈骗的力度来治理老年保健品市场的乱象呢？

针对老年人的保健品诈骗现象由来已

久，尽管有部分老人占小便宜的心态使然，但更多的原因还是应该从外部寻找。一是，老年人随着年龄增长，身体健康状况下降，对保健品与养生保健知识存在客观需求，另外，参加这类保健品的销售活动，也间接填补了老人空巢在家的情感需求；二是，职能部门对老年人保健品市场的管理失之于宽，违法成本过低，导致了乱象丛生。

明晰病症后，唯有对症下药，才可能根治忽悠、欺骗老年人的保健品市场乱象。

首先，工商、食药监、公安等部门，要加强对保健品市场的管理，开展联合执法，对违法违规的保健品销售主体一律取缔，并追究相应的责任。在积极回应民众举报投诉的同时，更要主动对接社区、居委会、村委会等基层组织，利用好数量广泛的基层组织，破解这些销售者打一枪换一个地方而造成的执法难题。只有保持高压态势，提升违法成本，违法者才会有所忌惮，而不是把老人当成摇钱树，肆意妄为。

其次，针对老年人对保健品以及养生保健知识的需求，我们也应尽力满足。因为这

是在与违法违规保健品销售主体抢占阵地，正规渠道得不到满足，老人们自然就容易沦为骗子们诈骗的对象。因而，我们的医卫部门以及基层组织应当未雨绸缪，采用形式多样的方式，开展各类有关老年人养生保健的知识讲座，还可以联合正规的保健品商家，举行售卖活动。

最后，为人子女也应该多关注父母的情感需求与生活动态。常回家看看，多电话问候问候，有条件的带父母多出去转转，情感需求得到了满足，老人也才不至于被不法保健品销售者的甜言蜜语、小恩小惠迷惑。此外，发现父母有购买不法保健品的现象要及时劝阻，并向社区以及执法部门反映。

老吾老以及人之老，是流传千年的古训。法国作家司汤达也说过，“老人受尊敬，是人类精神最美好的一种特权。”老人频频陷入保健品的骗局，甚至有人因此轻生，显然不符合上述理念。但愿陈先生的悲剧，能换来全社会的高度重视，避免其他老人再遭此伤害，这也是对他最好的告慰吧。



联盟的监督和管理，意见是中肯而切合实际的，值得相关方面关注并推出相应举措。

“野鸡”联盟为骗钱

■ 吴之如·文并画

《科技日报》报道，“有些打着‘国字号’的虚假联盟，迷惑性极大，严重损害了‘国字号’社会组织的声誉。”全国政协委员、北京理工大学教授王涌天告诉记者，某些所谓“国字号”甚至把该“联盟”的理事长单位、副理事长单位、理事单位明码标价。

需加强对产业联盟的监督和管理。

此类滥竽充数的“产业联盟”，头衔冠以“国字号”，犹如披上了虎皮，颇能唬人。但是，毕竟是冒牌的“野鸡”，所做的诸多非法骗钱的丑事，却将其卑劣本相暴露无遗。有道是：

“国字”招牌金光炫，“野鸡”联盟为骗钱；头衔一堆忙兜售，肆意敛财不避嫌。

王涌天教授期望有关部门加强对产业

国企“瘦身”关键看“疗效”

■ 杜才云 职员

“持续推进国有企业瘦身健体、提质增效”被写入今年政府工作报告。国企要“瘦身”，职工安置如何解决？国资委主任肖亚庆在答记者问时明确回应：“绝对不会出现什么‘下岗潮’问题。”(3月14日新华网)

“天行健，君子当自强不息”。当前，国家各项改革已经步入深水区和攻坚期，“不改革，毋宁死”，顺应世界经济发展潮流，国企改革已成为不可逆转的趋势。

“革故鼎新”。国企改革，就是要改掉国企中或与国家去产能、去杠杆、去库存政策不相一致之处，改掉与企业生产、经营、销售、加快资产重组等方面要求所不相符之处，或涉及机构裁撤、增设，或涉及人员去留，在改革作为新常态的环境中，国企改革目标清晰、目的明确，是全社会都能够接受的“寻常事”。

诚然，国企“瘦身”是向自身动刀子的改革，直接关系到职工利益。国企改革涉及去掉

产能、安置职工两大重要任务，减少法人单位没有什么压力，而最大压力来自职工分流安置的“瘦身”，是“考手艺”的“细致活儿”。

以往提及改革，或有“抬棺决战”的悲壮，或有“一刀两断”的“割袍断义”，或有流离失所的惨景。而自去年以来的国企改革，并没有出现上述情形，国资委主任肖亚庆在答记者问时明确回应：“绝对不会出现什么‘下岗潮’问题。”更显示出国企改革者的民本情怀、改革艺术和组织艺术。

在国企领导者看来，“瘦身”不是简单让国企和员工就此“一刀两断”，改革让更多的职工有获得感，改革必须符合企业长远发展规律，最终的目的是在改革过程中，在企业长期发展过程中，能够保护职工的利益和权益，这个顶层设计的路子毫无疑问是正确的。

“敏于事而慎于行”，国企坚持始终站在职工的角度，优先考虑职工面临的实际困难，为分流职工解决好后顾之忧，绝对不能落下任何一个员工的原则，抓好职工分流安

置工作。改革中主要采取了内部转岗、积极与地方政府、其他用工企业对接组织劳务派遣，为职工开发第三产业岗位、内部退养、重疾保障、提供无息贷款、推动自主创业带动实现再就业等“多条腿走路”途径，既提高了经济活力和质量，又让被分流安置的职工过得满意。2016年，中央企业减少了3000多个法人单位，顺利完成了涉及员工12万余人的分流，“瘦身”成绩是显著的。

“瘦身”是增强机体活力的系统性工程，“瘦”得下去则充满青春活力，“瘦”不下去“偏方”“药方”再多也无益，“瘦身”关键还是看疗效。国企“瘦身”按照中央顶层设计，站在社会稳定、拉动就业、促进增收、惠及民生的高度，做好机构裁撤、人员裁减的“瘦身运动”，在和谐的氛围中，妥善做好富余人员分流安置，杜绝了“下岗潮”，优化了国企人力资源配置，解放和发展了生产力，有利于国企“轻装前行”，“疗效”十分显著，为国企大发展奠定了基础。

个税起征点也应“与时俱进”

■ 张国栋 职员

据报道，全国人大代表、格力电器董事长兼总裁董明珠在提交给全国人大的议案中建议，个人所得税起征点提高到5000元。她表示，近年来随着物价的上涨，3500元的收入在很多城市只能勉强维持温饱，居民的消费能力和意愿受到抑制。既不利于扩大内需，鼓励居民消费等调结构政策的实施，也不利于居民幸福感的提升。(3月14日《新京报》)

董代表这一建议尽管不新鲜，但或许因为其代表了民意，依然引起了网民的极大关注。事实上，这些年有关提高个税起征点的建议或呼声，从来就没有消停过。除了代表委员的参政议政，更不乏来自民间、社会舆

论以及一些专家学者的建言献策。

这也难怪。不说别的，2011年我国将个人所得税免征额从2000元调至3500元后，个税起征点至今已连续6年“岿然不动”。其间房价、物价不断上涨，个税起征点自然也应有个与时俱进的问题，否则就不正常，也有失公允。

不过专家表示，提高起征点不能解决现有税制问题，而且可能带来新的不公平，这背离了个税改革的方向。更有“业内”直言，不可能再提高起征点，未来个税改革要放在综合与分类相结合的税制模式的总体框架下进行。

不错。在现行税制下，不考虑其他因素，单纯说提高起征点，可能会造成新的不公平。实行综合税改较为合理，也是既定方向。但

基于目前的国情，推行这样的改革并非易事，短期内恐怕难以施行。单是如何严格界定“家庭”概念、怎样核查每个纳税人的实际负担等，就是一个难题。分析认为，实行分类与综合相结合的个税计征，需要建立完善的个人信息平台，这需要3年到5年时间。而这些都是税改的前提和基础，不然就会造成新的不公平。

这样问题就来了：既不高个税起征点，又迟迟不能推行综合税改，前者因为“背离改革方向”，后者因为有重重困难，结果两头落空，民众的税负难以得到有效缓解。提高起征点不公平、背离了个税改革的方向，但既不高起征点，又迟迟不能推行综合税改，是否也是种不公平乃至背离了改革方向？

好在这一问题的解决有了“转机”，有了

“商量余地”。财政部部长肖捷在3月7日的记者会上明确表示，个税免征额如果该提高就提高。笔者以为，提高个税起征点，是减轻民众税负最直接、最有效的方式。目前3500元个税起征点已经明显偏低，“不合时宜”。按照税收伦理和原则，人们的基本生活费用是不应该缴税的。提高起征点，既不会产生新的不公平，也不会背离个税改革方向，利好的是国计民生。换言之，个税起征点，该提高了。

事实上，即使推行综合税改，个税起征点也应不断“与时俱进”，使之与经济发展、物价水平、居民收入相适应。期待借助今年两会，作为一项“国是”，对此能有个“决断”，起码有所“表示”，让民众有更多的幸福感、获得感，也助力稳增长调结构。