规范，是为了平台更好发展

新华社记者 刘阳 周以航

25日发布的《网络交易平台收费行为合规指南（征求意见稿）》，剑指网络交易平台发展中的热点、痛点、难点，凸显规范的重要性和及时性，旨在更好保护平台内经营者和消费者权益、促进平台经济持续健康发展。

近年来，平台经济重构了现代商业模式，数千万网络经营主体、众多灵活就业人员、9亿多网络消费者通过数字平台相连，创造出前所未有的经济活力。然而，繁荣背后也暗藏隐忧。一些平台存在收费名目繁多、计算方法复杂、收费不透明等问题，困扰着消费者。

平台内经营者是平台生态的基石，其生存状况直接影响行业健康。不合理抽成等收费项目，屡受诟病。《指南》的重要意义，在于让阳光照进模糊的灰色地带。明确平台收费规则公示义务，明确修改规则需依法公开征求意见，明确收费规则历史版本保存时间……多项针对性条款，强化平台收费公开透明；明确重复收费等八类不合理行为，为平台列出负面清单，让平台内经营者对此类问题的维权有据可依。

加强监管，促进平台经济健康发展是中央经济工作会议作出的重大部署。立规矩的目的并非限制平台发展，而是进一步推动平台收费公平、合法、诚信，引导其回归服务本质。《指南》鼓励平台“在合法、合理、互惠互利的范围内采取灵活多样的定价策略，降低平台内经营者负担”，促进平台和平台内经营者共同健康发展。

《指南》的出台，标志着我国平台经济监管政策体系的进一步完善，让网络交易平台收费行为的监管有章可循。期待未来改进最终惠及广大消费者，更加透明健康的市场将带来更丰富的选择与更优质的服务。

『开盲盒式』扣费当休矣

曹一 作 （新华社 发）

近来，共享单车骑行“被超时”成为消费者的槽点，有的骑行结束关锁后仍提示“数小时未锁车”，有的免费时长内骑行却被扣钱。无独有偶，取消打车订单被扣费、免费套餐被扣服务费、自动续费无事先通知……网络平台“开盲盒式”扣“小钱”的情况不在少数。一个个看似精明的变现策略，实则损害了消费者利益，侵蚀了消费者信任。网络平台应履行好自身职责和义务，提升平台收费透明度，充分保障消费者的知情权和选择权；相关监管部门也要用更大强度、更多智慧的监管执法捍卫消费者的合法权益，莫让“小事”积少成多，成了影响消费环境的大事。（时 锋）

来源：经济日报

反“内卷”该出手时就出手

林丽鹏

自今年京东步入外卖赛道以来，行业变局备受市场关注。近期，京东“百亿补贴”与美团外卖“千亿助力金”打起激烈的价格战，淘宝“小时达”升级为“闪购”，由饿了么保障外卖配送服务，同样给出大规模补贴。如此之“卷”，尽管短时间内让消费者得到实惠，但长期来看，并不利于行业成长。

不久前，市场监管总局等五部门约谈京东、美团、饿了么等平台企业，要求公平有序竞争，共同营造良好市场环境，切实维护消费者、平台内经营者和外卖骑手的合法权益。鲜明传递反“内卷”信号，正是为了促进平台经济规范健康有序发展。

实现优胜劣汰，需要市场竞争。合理竞争有助于提升全要素生产率，既让消费者得实惠，也保证企业获得足够利润继续创新。低水平的“内卷式”竞争，则会导致多输结局。恶性降价、地方保护，让部分新能源汽车销量大涨、利润大跌，一些项目资金链断裂，让车主陷入维保难；电商平台“仅退款”政策，挤压商家生存空间，助长低质低价的不良风气……一段时间内，类似案例并不鲜见。有企业家坦言，一些行业无底线“卷价格”、跟风式“卷赛道”、围剿式“卷人才”，挤压企业利润空间，破坏产业链和市场环境稳定，阻碍产业高质量发展。

“内卷式”竞争浪费社会资源，不可持续。犹记网约车兴起之初，滴滴和快的掀起“补贴大战”，导致双方最高每天亏损4000万元。显然，这样的竞争注定难以为继，最终以两家企业宣布合并收场。

监管及时出手，对整治“内卷式”竞争十分关键。几年前，社区团购赛道也曾出现多家平台企业“跑马圈地”的情况。2020年，市场监管总局等部门召开规范社区团购秩序行政指导会，指出社区团购存在低价倾销，应严格遵守“九个不得”。通过依法加强社区团购价格行为和反不正当竞争监管，公平竞争的市场环境得到有效维护。

统筹好有效市场和有为政府的关系，需要“看得见的手”该出手时就出手。从去年7月30日中央政治局会议提出“防止‘内卷式’恶性竞争”，到2024年中央经济工作会议提出“综合整治‘内卷式’竞争，规范地方政府和企业行为”，再到今年的《政府工作报告》对综合整治“内卷式”竞争作出具体部署，相关举措落实落细，在反“内卷”上动真格。

还要让“看得见的手”成为“赋能之手”。竞争是市场经济的灵魂，能够推动企业提高产品和服务质量，促进资源优化配置，增加消费者福祉。应当看到，此次多家平台争夺外卖和即时配送领域市场，背后有真实的市场需求，反映出消费者对更优惠价格、更好服务体验的期待。相关部门及时规范竞争秩序，并不是叫停竞争，而是引导平台企业摒弃打价格战这种“内卷式”竞争，打开思路，从争夺存量转向创造增量，加强技术创新，重视差异化发展，回归到良性竞争的正途。如此，才能共同促进行业高质量发展。

作为数实深度融合的重要载体，平台经济蕴含着发展新动能新机遇。健全常态化监管机制，及时叫停、有效防范“内卷”，确保行业在规范轨道上运行，平台经济必将打开新空间、创造新可能。 来源：人民日报

便利网络消费，不应牺牲消费者隐私安全

新华社记者 颜之宏

今年“五一”假期前夕，国内某消费者网购计生用品后，遭到外卖员言语骚扰，再次引发网民对网购中个人信息泄露的担忧。

前脚商品刚到手，后脚推销电话就接踵而至；购买隐私商品被“裸奔式”发货，遭遇社死……网购中的类似经历，令不少消费者愤怒、疑惑、不胜其烦。

平台经济盛行的算法时代，企业与商家都希望通过更精准的用户画像了解消费者的购物习惯，但其获取的每条用户信息不仅承载着消费者对更好更优消费品质的期待，更关乎消费者的隐私与安全。

网络消费的便利不应以牺牲消费者隐私安全为代价，个人信息保护不能只是说说而已，需要有关平台企业和监管部门以更大力度、更大决心守护个人信息，筑牢安全防线。

平台企业要扮演好网络消费中消费者隐私“守门人”角色。保护个人信息是平台企业的基本责任，一方面要切实履行法律法规和行业标准中有关网络安全的主体责任，从源头斩断消费者个人信息泄露的利益链；另一方面不能越俎代庖，打着便利服务和算法优化的幌子替消费者“多头共享信息”。

监管部门要让监管手段“长牙带刺”，加大处罚力度。进一步提升处罚上限，狠刹行业不正之风。同时，有关部门可联合构建起“信用惩戒”的大网，将严重违规企业及个人纳入各相关领域“终身禁入名单”，让违法成本穿透企业“生命线”；此外还应大力推进国家网络身份认证公共服务建设，减少互联网平台向公众验证明文个人身份信息的场景。

强化大数据时代的个人信息保护，从根本上还是要运用法治思维和法治方式。相关部门应根据经济社会发展状况，针对危及个人信息保护的新苗头、新现象，加快完善相关法律法规，为个人隐私和信息安全筑牢法律屏障。

方便消费 新华社发 王鹏 作