

制售假危害食品安全“直接入刑”值得期待

近日,《中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》发布。《意见》提出研究修订《食品安全法》及其配套法规制度,修订完善《刑法》中危害食品安全犯罪和刑罚规定,大幅提高违法成本,加快完善办理危害食品安全刑事案件的司法解释,推动危害食品安全的制假售假行为“直接入刑”。

一些不法之人之所以会实施各类危害食品安全行为,除了与其自身法律意识淡薄、为了牟取暴利不惜铤而走险有关之外,当前对实施危害食品安全行为的法律打击力度仍不够大,也是重要原因。

按照现行相关司法解释,对危害食品安全行为追究刑责,存



在较高的认定标准,比如对受害人造成一定级别的伤害程度、受害人数标准,以及生产、制售不

符合安全标准的食品涉案案值等等。也就是说,在现有相关司法解释下,实施危害食品安全行

为,如果没有较高的标准、程度与数额,嫌疑人就不会被追究刑事责任。而这就导致部分实施危害食品安全行为人员得以逃脱刑事惩处。

而《意见》提出,加快完善办理危害食品安全刑事案件的司法解释,推动危害食品安全的制假售假行为“直接入刑”,对违法企业及直接负责的主管人员和其他直接责任人员进行严厉处罚,实行食品行业从业禁止、终身禁业,对再犯从严从重进行处罚,探索建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度等,则有利于经由大幅提高实施危害食品安全行为的违法成本,令违法犯罪人员付出不可承受的代

价,更为有力有效地遏制危害食品安全行为发生。

食品安全与广大民众身体健康与生命安全密切相关,唯有对危害食品安全行为施以严刑峻法,如《意见》提出的,实施最严厉的处罚,再辅之以各地相关部门工作人员严格监管,对监管不作为与监管不力人员实施严厉问责,涉嫌犯罪的依法追究其刑事责任,才能最大限度地遏制危害食品安全违法行为发生。

期待《意见》提出的要求能够尽快落地实施,以令“舌尖上的安全”获得最大程度的保障,令民众身体健康与生命安全获得最为坚实的保障。

(经济参考报)

莫让外卖平台“二选一”卷土重来

□戴先任

经历了高补贴和烧钱大战后,外卖平台逐渐从规模快速扩张期转入资源掌控期,不规范竞争行为也集中显现。据报道,近期部分外卖平台利用强行下架、提高佣金费率、缩小配送范围等手段要求商户签订“独家协议”,导致不少中小餐饮企业外卖订单锐减,经营状况堪忧。

前些年,一些电商平台就存在要求合作商家只能入驻一家销售平台的问题,如今“二选一”又在外卖平台“霸气重演”。这不仅阻碍了同等市场经营者与其公平竞争,而且对商家损害很大,剥夺了商户的自由选择权,同时也严重影响了消费者权益。“二选一”会影响市场充分竞争,使消费者做出比较的空间变小,不利于行业提升供给效率与质量。

无论是外卖平台,还是电商“二选一”,都严重违反了《电子商务法》《反不正当竞争法》等法律法规。2017年新修订的《反不正当竞争法》规定:经营者利用网络从事生产经营活动,不得利用技术手段,通过影响用户选择或者其他方式,实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或服务正常运行的行为。然而,一些外卖平台依然要求商户“二选一”,多次被相关部门约谈,相关问题仍屡禁不止。这也暴露出监管部门的执法力度有待加强。

对于“二选一”这种滥用市场支配地位实行不正当竞争的做法,必须依法加大监管与执法力度,不能任其一再重演,确保行业公平竞争。同时,无论是电商平台,还是外卖平台,都要从长远利益出发,实现企业、商家与消费者共赢,这是企业生存发展的王道,也有利于行业健康发展。

对网购乱象不能“自认倒霉”

强制捆绑搭售、预付式消费“套路贷”、虚假宣传退货无门……随着电子商务快速发展,网购乱象成为许多消费者心头挥之不去的阴影。一些电商平台因其天然的强势地位,设置一些不合理的交易规则来限制消费者权利。比如,有些平台以运费自理或包装拆封为由给消费者“七天无理由退货”设置严苛的条件,由于缺少相关的维权知识和有效的投诉渠道,许多消费者遇到不良商家时只能自认倒霉。

针对网购行业的种种乱象,工商、质检等部门也在重拳出击,强化监管。2019年1月1日起实行的《中华人民共和国电子商务法》明确了电子商务经营者的义务,包括依法取得许可的义务、保障商品或者服务质量安全的义务等;同时还强化了经营者的举证责任,这无疑为消费者维权提供了

有力的法律依据,也再次表明互联网不是法外之地,无论是线上网店还是线下门店,任何生产经营活动都不能突破合规的基本框架。

形成一个良性的市场运作环境,离不开监管部门、商家、电商平台和消费者的联动协同。对监管部门来说,可以利用大数据手段对电商平台端口实行价格跟踪,对“先提价后降价”的不当竞争进行约束,对真实存在的价格欺诈行为进行遏制;对电商平台来说,一方面要对经营者的资质进行严格审查,把好“入口”,另一方面要积极配合监管部门,承担“连带责任”;对消费者来说,要强化维权意识,珍视投诉权利,学会用法律的武器维护自身合法权益,不能因商品“小”“少”而不为。

无论是电子商务法对商家行为的

规范,还是平台经营者对消费者权益的保护,本质上都是对整个电子商务行业规则的重塑。当然,从缺少规则、野蛮生长向透明化、规范化过渡,可能会伴有转型阵痛,但从长远看,只有电子商务经营者遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,来参与市场竞争,履行消费者权益保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务,整个电商行业才能走上更加健康的发展轨道。

维权千万条,规则第一条。要真正让网购环境清朗,必须构建起买卖双方和监管者共同发力的消费环境。盼望随着相关配套法律法规不断落实、监管部门的重拳整治、网购平台的自我净化以及消费者维权意愿的不断提升,未来的网购商品不仅能让人们买得放心,更能用得舒心。

(人民日报)

监管部门“拳头”硬 商家才有敬畏心

□吴云青

广受关注的西安奔驰维权案有了新进展。5月27日,陕西西安市高新区市场监管部门通报处理结果:西安利之星汽车有限公司存在销售不符合保障人身、财产安全要求的商品,夸大、隐瞒与消费者有重大利害关系的信息误导消费者的两项违法行为,各处以罚款五十万元,合计一百万元。

这是对利之星进行了顶格罚款。不仅如此,根据通报,执法部门对涉事的另一家公司提供金融服务涉嫌违法的行为已另案查处;对梅赛德斯—奔驰(中国)公司涉嫌违法的行为,也已移送有管辖权的部门处理。本案中,涉嫌侵害消费者权益的每个法人,从厂家到代理,到贷款公司,一个都没放过。

回想当时涉事4S店的倨傲嘴脸和不情不愿的应对方式,这样的结果无疑大快人心。但我们不能忘记,就在此事

发生不久,其他地方也有奔驰、宝马等4S店被曝出消费者维权难的事件。店大欺客的绝不止西安利之星一家,它收到了顶格罚款单,其他店呢?以后再有什么类似情况,又将如何呢?

前不久,江苏省消保委和省市场监管局联合约谈19家汽车经营企业,背景正是近年来汽车消费投诉明显增多,仅去年投诉量就同比增长46.72%。然而在约谈会上,部分企业代表的发言,更像是品牌售后形象的宣传,针对省消保委查出来的几大问题,多数企业以政策宣传作答。这像是直面问题、痛定思痛的态度吗?对待监管部门尚且如此,对待消费者呢?这种“风气”,显然也不会仅存在于某个行业、某个省市。

商家的敬畏心不是等出来的,不是劝出来的,更不是求出来的,只能是管出来的。监管部门“拳头”硬,企业自然就学会了诚信经营;否则,它们不

会“怕”监管部门,更加不会“怕”消费者。企业经营应当遵循哪些原则,对待消费者维权应当如何处理,法律法规写得清清楚楚,但消费者势单力薄,需要有监管部门撑腰,才更好在商家这里讨回公道。监管部门重视,商家才会把消费者当回事。

在汽车销售领域之外,消费维权的“坑”还很多,从家用电器售后,到网络服务、信息安全……要补上这些短板,总得有个过程,而这个过程中,必然始于监管部门重拳出击、让法律长出“牙齿”。

这张100万元罚单,不能只是针对一次公共舆情的选择性重罚,要让人们相信,顶格罚款不是因为这件事受关注,而是因为涉事公司违法行为的严重性。当严肃、有力的处罚成为处理类似侵权事件的惯例,消费者才能有尊严地维权,某些企业才能真正学会敬畏消费者,敬畏市场和法律。