

# 规范互联网平台价格行为 强监管才有真发展

南都社论

为贯彻落实党中央、国务院决策部署,促进平台经济健康发展,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办联合起草了《互联网平台价格行为规则(征求意见稿)》(以下简称《行为规则》),近日公开征求社会意见。

平台经济是数字经济平台化发展的新经济形态,发展好、规范好平台经济,关乎经济社会资源高效配置以及各利益相关方权益保障。近年来,面对平台经济的迅速发展,平台经济价格监管的制度建设还不够完善。尽管价格法、反不正当竞争法、电子商务法、消费者权益保护法等法律法规也对经营者价格行为作出了一般性规定,但在新兴的平台经济面前,仍需要更细、更实、更常态化的价格监管机制,进一步完善平台经济监管政策体系是时之所需。

2025年政府工作报告明确提出“综合整顿‘内卷式’竞争”,电商就是四大重点整治的行业之一。以低价竞争为例,运用技术和商业模式创新实现的价格战,作为市场竞争的一种

形式无可置喙,但问题在于,市场上出现了一些超出正常竞争范畴的价格内卷现象,其中,近期各大平台主导下的“外卖大战”令商家叫苦不迭。对此就有不少讨论提到,如果商家不参与补贴活动,则无法获得流量曝光;若参与补贴活动,不少补贴金额又需要商家承担,这样一来,无疑就变相强制商家低价促销。

《行为规则》强调,不得“强制或者变相强制平台内经营者降价或者以让利、返现等方式进行促销”,充分保护平台内经营者自主定价权。从这一角度看,《行为规则》并非意在“一刀切”叫停大额补贴等价格竞争行为,而是通过约束平台,从底层规则上对平台补贴活动进行规范,尊重市场规律,以规则构建公平竞争的市场基础。

流量既是平台的经济活力源泉,也是平台技术发展的重要资源。消费者行为数据、商家及供应商成本等信息均在流量中被平台获取,这些海量数据可以用来优化服务供给,却也难免成为平台同商家、消费者之间的信

息差。消费者常常中招的套路里,大数据杀熟、先涨价再打折、平台补贴不清晰等,实际也都是平台利用这一优势实现的暗箱操作。《行为规则》对此均有明确提及,要求:“细化平台经营者、平台内经营者明码标价的规定,明确销售商品、提供服务需要遵守的价格标示规范。要求平台经营者、平台内经营者做好价格促销、补贴、差别定价、动态定价、竞价排名等规则公开,接受社会监督。”

简而言之,上述规定就是要求价格标示必须明明白白,促销规则必须清清楚楚,差别定价、动态定价规则必须透明,而这无疑就是长期以来消费者所呼吁的。

价格竞争必须是正当的竞争行为,更应该是能够激活市场活力、让消费者和商家等多方共赢的策略。因此,追逐流量引发的无序竞争需要强监管,规则框架越细越实才能真正利好多方。而价格竞争更有序透明,也才能形成健康的电商生态,让平台经济得以长远发展。

(来源:南方都市报)

## 依法推动竞业限制精准适用

比例原则校准竞业限制约定的尺度,确保企业对核心信息的保护不超出必要边界;诚信原则夯实劳动者忠实义务的根基,让企业可依法通过在职竞业限制维护经营利益

王天玉

前不久,最高人民法院发布了《关于审理劳动争议案件适用法律问题的解释(二)》(以下简称《解释二》),其中第十三条至第十五条的规定,与同步发布的典型案例四、五,在法律适用层面明确了“比例”和“诚信”原则,厘清了竞业限制的边界,其意义不仅在于统一裁判尺度,更在于规范数字时代的市场竞争与人才流动。《解释二》将于9月1日起施行。

数字化浪潮下,商业秘密的载体已突破图纸、配方等传统形态,更多以数据、算法、客户画像等形式流动,竞业限制也随之呈现空前的扩张趋势。实践中,劳动者入职时常被要求签订“全地域、全行业”的竞业限制协议,其限制范围之广、期限之长、违约金之高,已异化为限制人才流动、压缩就业空间的“隐形枷锁”。

竞业限制的规范基础是保密制度,旨在保护企业商业秘密及与知识产权相关的保密事项。传统司法实践中,企业高级管理人员、高级技术人员因岗位属性被推定知悉、接触秘密信息,只要其在竞业限制协议上签字,法院通常直接认定相关保密范围约定有效。《解释二》矫正了这一逻辑,要求精细审查信息边界,将劳动者是否实际接触商业秘密作为协议生效的触发条件。

在典型案例四“某甲医药公司与郑某竞业限制纠纷案”中,虽然郑某担任过某医药公司的生产运营部首席技术官,但法院并未因其岗位职责就认定竞业限制范围有效,而是通过审查其实际参与的两款药物研发工作内

容,将竞业限制范围严格限定于这两款药物的相关技术信息。这一“知悉边界”的界定,将抽象的商业秘密转化为可量化、可质证的“具体信息单元”,避免企业以“打包式”竞业限制条款将劳动者与整个行业隔绝开来,有效遏制了竞业限制的泛化趋势。

在明确触发条件之外,《解释二》还明确了比例原则的适用方法,即竞业限制的地域、期限、岗位必须与劳动者实际掌握的信息相匹配。典型案例四中,法院未简单对比两家公司的经营范围,而是引入专家辅助人,从涉案药品适应症、作用机理等维度进行比对,最终认定郑某新入职公司的产品与原公司产品相比不具有可替代性,进而否定两家企业存在竞争关系。这种“技术可替代性+市场竞争度”的分析方法,让比例原则从抽象的法理落地到具体场景,既可防止企业不当限制人才流动,也避免了司法裁量的主观恣意。

比例原则的确立,意味着司法不再停留在对合同文本的审查,而是深入技术细节与市场现实。企业主张竞业限制诉求时,需提供详实的技术比对、市场占有情况、用户重叠度等数据,用可验证的方式证明竞争关系的真实性。这有助于倒逼企业建立精细的信息分级与保密制度,明确哪些信息属于需要保护的核心资产,哪些属于可自由流通的一般信息,避免“一刀切”束缚劳动者的就业选择。

同时,诚信原则也被纳入竞业限制规范。《解释二》规定,在职业期间竞业限制的约定无需另行支付经济补偿即可生效,明确了劳

动者的忠实义务包含竞业限制义务。在典型案例五“黄某与某纺织公司竞业限制纠纷案”中,销售经理黄某在职期间“飞单”私售布匹,法院支持了企业的违约金诉求。实践中,竞业限制人员自愿或为他人经营竞争业务的情形并不鲜见,包括销售人员“飞单”,技术人员向竞争对手泄露工艺参数,高管另立门户抢夺订单等。这些行为均依托于职务便利优势,会对用人单位造成较大损害。

相较于离职后的竞业限制,在职业期间的竞业行为更容易被职务身份掩盖,发现和取证的难度更大。典型案例五的裁判结果提醒我们,用人单位与劳动者依法签订的在职竞业限制协议,劳动者必须依法履行,法院亦会严格保护。《解释二》将忠实义务延伸至在职竞业限制,既是对现实痛点的回应,也是诚信原则在劳动法领域的具体化。

结合比例原则与诚信原则,我国司法对竞业限制的把握正在迈向精准适用的新阶段。比例原则校准竞业限制约定的尺度,确保企业对核心信息的保护不超出必要边界;诚信原则夯实劳动者忠实义务的根基,让企业可依法通过在职竞业限制维护经营利益。两大原则如同经纬,勾勒出数字时代竞争秩序的新坐标,有利于企业创新与人才正常流动的平衡。司法在此过程中,既化解个案冲突,更在宏观层面塑造着善意、有序的营商环境。

(作者系中国社会科学院法学研究所研究员)

(来源:法治日报)

### 骗享税费优惠

国家税务总局8月26日再次曝光,4起骗享税费优惠的违法案件,涉及骗享小微企业税费优惠、骗享增值税加计抵减、骗享涉农税费优惠、拆分收入骗享小规模纳税人税费优惠等多种类型。

新华社发 勾建山作

#### 税务部门再曝光4起骗享税费优惠案件



### 育儿补贴的“掌声” 岂能被市场“涨声”淹没

张西流

每孩每年3600元,补贴直至年满3周岁,预计惠及超2000万育儿家庭……据《新华每日电讯》报道,近期,旨在用“真金白银”缓解家庭养育压力的国家育儿补贴政策发布。然而,有新手父母反映,奶粉、纸尿裤等母婴用品近期“悄悄涨价”,部分产品涨幅“甚至不小”。另一边,有商家称仅少数组品价格略有波动,且涨价与育儿补贴政策出台并无关联。

育儿补贴政策的出台,承载着国家缓解家庭育儿压力、提振生育意愿的殷切期望。对于普通家庭而言,每年3600元的补贴无疑是一阵“及时雨”。然而,当奶粉、纸尿裤等母婴用品“悄悄涨价”,补贴的温暖被价格寒流冲刷,家长的获得感就会在“价签游戏”中悄然流失,这绝非政策初衷,更不应成为市场常态。

母婴用品涨价背后,原因或许是复杂的。一方面,原材料价格上涨、物流压力增大等客观因素确实存在,企业成本压力会传导至终端。另一方面,不排除部分商家借政策东风“割韭菜”。他们利用补贴政策带来的市场预期,以更换包装、优化配方等为借口抬高价格,或是以“促销截止”“折扣取消”为由回调价格,侵犯了消费者权益,也扰乱了市场秩序。

作为刚需产品,母婴用品的价格波动对家庭影响深远。婴幼儿对奶粉、纸尿裤的某个特定品牌依赖性强,更换成本高,家长往往被迫接受涨价,缺乏议价能力。尤其对于低收入家庭来说,涨价带来的经济压力更为显著,可能抵消补贴带来的实惠,甚至加重育儿负担。

育儿补贴的“掌声”,绝不能被一片“涨声”所淹没。在尊重市场规律的同时,监管部门也要提防商家借势涨价的行为,应重点跟踪奶粉、纸尿裤等必需品价格走势,建立监测机制,对哄抬物价的行为果断出手、严厉处罚,提高违法成本。企业须摒弃短视思维,担起社会责任,通过优化供应链、提升效率等方式消化成本压力,而非将负担转嫁给消费者。

育儿补贴是民生工程,不是市场盛宴。在建设生育友好型社会的道路上,面对新问题新挑战,各方应协同发力,让政策红利切实惠及万千家庭,让每一份育儿补贴,都能化为孩子成长路上的温暖阳光。

(来源:工人日报)

### “母婴室”改“育婴室” 一字之差显理念之变

白真智

只有瞄准痛点,细化措施,精准发力,以更多温暖举措回应多元关切,才能真正为生育减负

近日,有网友发现,北京某商场将“母婴室”更改为“育婴室”,设有自动门和隔帘,将哺乳区与换尿布区明确分隔。爸爸们可以在换尿布区域为孩子更换尿不湿,哺乳区则仍为妈妈们保留私密空间。还有媒体报道,上海、深圳一些大型公共场所,开始尝试在“母婴室”之外另设“父婴室”,专门方便带娃出行的爸爸们使用。

笔者为这样的举措点赞,因为现实中确有需求。一些“母婴室”只供妈妈使用,有的还在门口贴上“男士免进”的提示牌,无形中设置障碍。改为“育婴室”、另设“父婴室”,爸爸独自带娃出门会更省心。对于有娃家庭,这样的改变带来更多便利,让爸爸、妈妈或其他监护人放心使用安全、卫生、功能完备的照护设施。

优化升级育儿设施,体现了社会对生育责任的支持。这样的支持还可以更多样、更细致:比如在大型商场设置纸尿裤自动贩卖机,家长可以随时“补货”;在父母遛娃比较频繁的场所设置婴儿车坡道,方便进出;在有条件的场所增设“亲子卫生间”,便利家长带孩子如厕……推进生育友好型社会建设,往往就在这些小小细节中体现。

建设生育友好型社会,小细节里有,大政策里也有。延长产假、发放生育补贴并简化领取程序、将辅助生殖纳入医保支付……不久前,国家出台了未满3周岁儿童的育儿补贴政策和学前教育优惠政策。这些举措接地气、重实效,体现了国家对生育友好型社会建设的重视,也实实在在减轻了育儿家庭的负担。

建设生育友好型社会是一项长期工程,只有瞄准痛点,细化措施,精准发力,以更多温暖举措回应多元关切,才能真正为生育减负,让宝爸妈的育儿之路走得更省心、更舒心。

(来源:人民日报)