

法制文萃报

国内统一刊号:CN11-0196 国内邮发代号:1-163
每周四出版 零售价:6元 全年订价:300元



司法部主管 法治日报社主办 法制文萃报出版

2025年3月6日 总第2845期 本期8版

入选农家书屋推荐目录唯一法治类报纸

英国沉船食人案: 当紧急避险沦为谋杀的正当理由 2版

1884年,英国“米丽雷特号”船在海上遇难,船长一行四人逃到救生艇上。第19日,船长建议抽签,谁抽到就会被杀,其血和肉可以用来拯救其他人。



河南漯河女法官被害事件调查 5版

法律界人士呼吁,社会各界要高度重视此类极端案件的预防。要筑牢防范极端案件防火墙,尽最大努力把个人极端暴力犯罪遏制在发案之前。

深圳女疯狂拉人“炒”外汇 牵出亿元传销大案 7版

宣称“高额回报”无风险,实则投资返利搞传销。近日,经江西省宁都县人民检察院提起公诉,宋某某以组织、领导传销活动罪被宁都县人民法院依法判处有期徒刑一年六个月。

“扶贫”?“卖惨”! 虚假助农“流量黑产”该当何罪 8版

记者调查发现,一些博主借助农旗号,通过“卖惨”“对立”“扶贫”等社会议题为噱头带货,从剧本策划到流量变现已形成完整的畸形产业链。

连续24年,人民网每年都会在全国两会前夕,围绕社会热点话题开展全国两会调查。3月1日,人民网发布了2025年全国两会调查结果。在一个月的时间里,网民投票结果显示,“民生保障”“正风反腐”“社会治理”三大热词关注度最高,位列前三。



人民网发布2025年全国两会调查结果,“民生保障”“正风反腐”“社会治理”三大热词位列前三

将时间线放得更长一点,观察十年来的两会调查热词,不难发现,某一时期的热词与同一时期我国经济社会发展的节奏特征是基本吻合的。比如,2018年、2019年、2020年,“脱贫攻坚”连续三年入选十大热词。其背景是,2017年10月,党的十九大召开,把精准脱贫作为决胜全面建成小康社会必须打好的三大攻坚战之一。2018年6月,中央出台打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见。2020年,我们历史性解决绝对贫困问题后,“脱贫攻坚”也随之退出历史舞台。

再比如,从2020年开始,“国家安全”“教育人才”“教育强国”“科教人才”等成为两会调查十大热词。很大程度上,是因为从这一时期开始,中美贸易战逐步进入白热化,各种关税壁垒、技术卡脖子、舆论抹黑,触发了我们对国家安全的警惕性,也激发了我们对科技自立自强的紧迫感。

“热词”一直在变,民生一直在线。根据今年人民网发布的榜单,“民生保障”在十大热词中排名第一。

据人民网报道,在此前的23次全国两会调查中,与民生紧密相关的“社会

保障”一词,曾20次跻身十大热词之列。由此可见大家对民生保障的关注热度。“民生为本”是全国两会不变的底色,每年的政府工作报告均就“保障和改善民生”作了部署,相关建议和提案议案、部长发声、代表团开放日等,均对多个民生问题作出回应。也正是历经多年的持续努力,民生领域的存量问题已经得到较大的缓解。目前所面对的主要矛盾,不再是“有与无”“多与少”的问题,更多的是供给是否充分平衡、质量高不高等结构性矛盾。

不同的发展阶段会有不同的民生难点,“民生保障”提升没有完成时,只有进行时。

除了民生保障,在今年的热词“榜单”中,“正风反腐”依旧保持热度,“社会治理”同样备受关注。

正风肃纪反腐,关系民心所向;“社会治理”高热度,则寄托着大家对安定有序美好生活的向往。比如,在调查中,展望2025年正风反腐工作,85.37%的网民对“加强对教育医疗、养老社保、生态环保、食品药品安全等民生领域‘微腐败’整治”尤为关注。超七成网民呼吁“深化整治金融、能源等重点领域腐败问题”“畅通群众监督举报渠道”。

比如,关于如何破解基层治理难题的问题,71.48%的网民认为“强化市民热线、领导留言板等公共服务平台功能”是最需要关注的着力点。超七成网民建议从政府职能转变、公众参与机制建设、法律法规完善等方面入手,不断提升社会治理水平。

今年,人民网对参与调查的网民群体进行了画像:从人口统计学特征来

看,参与调查的网民中,年龄构成方面,18岁至39岁群体参与度较高,占比为59.31%;受教育程度方面,参与者以大学本科和硕士及以上学历为主,占比超过70%。从这组数据,不难看出一个关键词:青年。

作为当前社会发展主力军的青年一代,对两会及相关话题保持高度关注,并积极参与讨论,这本身就是全过程人民民主的重要体现。

2025年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划的谋篇布局之年。关键时间节点,从内政外交的顶层设计到国计民生的部署安排,今年全国两会将成为观大局、察大势、明要事的关键窗口。

□王正义
红网3月3日

两会“热词”里的民生民情与民意

“入局养老”已然成了一门生意 养老中间人不能两头“吹”

最新数据显示,我国60周岁及以上老年人口达2.9697亿人,约占总人口的21.1%。银发经济的“蛋糕”越来越大。记者调查发现,各领域瞄准养老的“中间人”也日益活跃。看上去诱人的薪资水平,甚至“月入十万”等表述,俨然令其成为不可错过的风口。中间人,是谁的中间?是否切中老人诉求?心动之余,入局者不妨多些思考。

“规划师”本质就是销售

养老咨询师、养老经纪人、养老规划师、康养顾问……啥是“养老中间人”?目前其实并未有较为统一的官方定义。记者发现,在不同城市、不同领域的公司企业,乃至个人入局者,对此有着五花八门的称呼。不过大体上都是瞄准有潜在养老需求的老人,为他们以及家属提供相关信息、服务等,并从中收取费用。

养老中间人“链接”的业务十分庞杂,记者梳理发现,若从是否受聘于公司企业区分,可粗略分为两大类。其中一类偏重“规划”,多由公司企业进行招聘,包括养老机构、保险公司等,职位名称多体现养老规划师、运营师、咨询师字样。招聘启事中常见“双休不加班、可兼职、月入过万”等宣传,令人颇为心动。

“以为是带领老人参观环境、做日常巡视方面的工作,结果需要拉老人来入住。”“面试了养老财富管理师,名字

高大上,其实就是卖保险……”现实状况是,求职者参与应聘后才发觉工作内容与想象中大相径庭。一位女士向记者分享她的面试经历,“说是培训会由师傅带,但去了就问我买过商业保险没?怎么感觉就是让我自己买呢?”

“本质就是销售,跟养老一点关系也没有。”金融专业出身的赵先生,从保险公司转型至一家医养结合的养老机构,已有近十年的养老从业经验。对市面上形形色色的“规划师”,他一语中的。“保险公司的养老规划师是卖保险、养老院的养老规划师是卖床位、养老公寓的养老规划师是卖房子,还有的是卖旅游、保健品、理财产品……没有说销售不好的意思,只是给那些本意想进入养老行业的求职者避坑,这些工作大部分都不是真正去做养老的。”

只为割“小白”的韭菜

“不用开店、不用租场地、一个人一部手机就能做。”“不要去干伺候人的职业,护工干一辈子,对养老也不会有太多了解”……在博主口中,养老中介轻资产、高回报,可谓是当下热门风口,甚至将“凭借信息差,月入十万”等字样加粗显示。

事实上,据一位接受过多家媒体采访的养老经纪人透露,每月她收取的拍摄费用、佣金费用等约两万元出头,与十万元相去甚远,而她账号的各项数据

已同类博主中居于前列。究其原因,养老具有较强生活圈的属性。赵先生分析,老人寻找养老机构,即便存在信息差,多半也不会漫无目的“海”着去看。“一是考虑距离,子女能够触达的范围,另外比较相信口碑相传,倾向于熟人推荐。筛选过后的目标机构,其实不会特别多,全靠博主转化的情况其实很有限。”

明明没有那么赚钱,为什么还要鼓吹?“很多人都觉得养老行业是未来发展趋势,但又无从下手。给自己打造一个资深做养老、风生水起的人设,就可以去割‘小白’(新手)的韭菜。”在赵先生看来,获取流量与卖课,围绕“想做养老行业生意的创业者”来做生意,或许才是一些博主的真实意图。

以服务为名诱导预付费

除了“割韭菜”,养老规划师、经纪人、推荐官等名头,还会被一些别有用心的人加以利用。打着服务推荐的旗号,诱导老人预付费,甚至实行诈骗。

近年来,类似案件时有发生,例如重庆某养老公司,以养老服务、健康体检服务等为名,向公众宣传投资该公司的养老服务项目,非法吸收公众存款。青岛某健康咨询公司,多次组织老年人联欢、旅游(自费)、参观养老院等活动,对外宣传公司有上万名员工且已为上百万老年人提供了养老服务。向社会公

众尤其是老年投资者非法集资,造成集资参与人损失3000多万元。

“我们经常用一句话来形容养老行业的状态,骗老人钱很容易,想要赚老人钱很难。”盘古智库老龄社会研究院副院长、高级研究员李佳坦言,如今老人对各类养老产品和服务的付费意愿依旧有限,“推荐养老院”这种场景鲜有能够接受付费的受众;另一方面,很多好的养老院其实也不需要特别的营销费用,“我们做过调研,当入住率达到50%以上时,日后新来的老人基本都是通过口碑相传,不是靠在外面请网红来推的。”

伴随银发经济的发展,服务领域不断细分,信息不对称的状况会进一步加重。养老中间人、养老中介等,拿这些内容出来变现,是一种趋势,也是对市场的教育。这一过程中,政府应做好监管、引导等工作,及时制定行为规范,迅速处理违法违规事件,搭建平台,提供真实准确的信息。“其实相关部门目前正在做了,像北京有北京养老服务网,所有养老院都在上面,包括星级、规模、床位数等等,但还是有很多人不知道,不会用。”李佳认为,政府的宣传推广还是要进一步往前,并拉动平台企业加入,让市场多去竞争,优胜劣汰,避免“一放就乱,一管就死”。

□魏婧
《北京晚报》3月3日

时论珠玑

平台“指定管辖法院”条款 涉嫌加重消费者维权责任

近日,消费者权益保护法专家陈音江向记者反映:一些网络应用平台通过协议的方式,明确用户与平台发生纠纷时只能去平台所在地法院起诉。“比如,《××单车信息服务协议》约定:因本协议发生争议,可以协商解决,协商不成,可通过本协议签订地即上海市××区有管辖权的人民法院解决争议。”(2月10日《法治日报》)

因解决消费纠纷要去平台所在地起诉而苦恼的消费者大有人在,异地起诉已成为很多消费者维权的共性难题。一些网络应用平台通过格式合同“指定管辖法院”,把消费纠纷的解决地(诉讼管辖地)限定在平台所在地,给消费者维权带来不便,在一定程度上提升了消费者维权的门槛和成本。

根据民法典、消费者权益保护法等,经营者在经营活动中使用格式条款的,应当遵循公平原则确定各方的权利和义务,以显著方式提请消费者注意与其有重大利害关系的内容,并按照消费者的要求予以说明。网络应用平台以“默认勾选”“默示同意”或“拒绝勾选就无法使用服务”等方式,让消费者同意并接受带有“指定管辖法院”条款的格式合同,属于未履行或未完全履行显著提示、说明义务,侵犯了消费者的知情权,违背了消费者的真实意愿。在纠纷解决环节,消费者可以主张“指定管辖法院”条款不成为合同的内容。即便平台尽到了提示说明义务,“指定管辖法院”条款也可能因失之不公而无效。“指定管辖法院”条款在一定程度上排除或限制了消费者的维权选择权,加重了消费者的维权责任,已经具备了“霸王条款”的特征。

实际上,去年7月1日起实施的消费者权益保护法实施条例明确规定,经营者不得利用格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同、选择诉讼或者仲裁解决消费争议、选择其他经营者的商品或者服务等权利。相关司法部门有必要对这一规定作出法律解释,明确“利用格式条款不合理地选择诉讼或者仲裁解决消费争议”的法定情形,针对经营者“指定管辖法院”等操作拉出负面清单,对经营者、消费者进行指导。

(本版有删节)

□唐山客

《民主与法制时报》2月20日

总编辑:章兴成 总编辑助理:郭志萍 彭飞
副总编辑:阮加文 新媒体主任:吴灏
执行主编:马霞 发行部主任:王健伟

●地址:北京市朝阳区花家地甲1号
邮编:100102
广告发行:010-84772978
●本报法律顾问:
北京市安理律师事务所律师 李学辉
电话:13701097156

●责任编辑:王勇 版式设计:李海英