独家视角

建立风险防范机制 有效盘活农村宅基地

●胡建兵(特约评论员)

据媒体报道，在日前十三届全国人大常委会第七次会议分组审议《国务院关于全国农村承包土地的经营权和农民住房财产权抵押贷款试点情况的总结报告》时，推行“两权”抵押如何放活宅基地使用权，成为委员们关注的焦点。

我国探索宅基地所有权、资格权、使用权“三权分置”,落实宅基地集体所有权,保障宅基地农户资格权，适度放活宅基地使用权，这是具有中国特色农村土地制度又一次重大理论创新和实践创新。宅基地“三权分置”,既考虑了农业现代化发展的需要,也考虑到保护农民土地权益的需要,更考虑到让更多的人住有所居。

我国目前有近3亿农民在城市打工，土地经营效率相对较弱。随着城乡社会结构变化、城乡空间结构演化和经济体制改革深化,现行宅基地制度存在的问题和面临的挑战也日益突出,用地供需矛盾尖锐,新增宅基地取得困难;人口大量迁移和土地退出不畅，闲置、空闲宅基地增多;圈占宅基地隐形利益大,违法用地点多面广;宅基地财产价值未能显化,大量土地资产处于“沉睡”状态;宅基地隐形非法交易禁而不止，扰乱市场秩序等。“三权分置”可以让农民放心地把宅基地和其他经营土地流转出去。村镇集体经济组织可以自行开发运营，也可以通过联营、入股等方式建设运营集体租赁住房。同时,可以增加租赁住房供应,构建购租并举的住房体系,拓宽集体经济组织和农民增收渠道。通过经营权的另立,一方面防止农民失去土地这一“命根子”,另一方面可以提高稀缺土地的使用效率。

但宅基地“三权分置”一定要尊重农民的权益，不能搞强迫命令，更要建立一套风险防范机制。首先要明确哪些集体土地可以作为“住宅用地”,用于建租赁房？集体用地成为“住宅用地”,既不能选择已挂牌的违法违规项目,又要满足城乡建设规划条件。其次,要明确哪些人可以取得这些“住宅”用地？集体土地建租赁房,集体经济组织或者投资人本身要有建造租赁房的意愿,而且还要具备一定资金实力。同时,不准城里人到农村买宅基地,不得下乡利用宅基地建别墅大院、私人会馆等。另外,要明确集体土地变成“宅基地”后,建租赁住房的租金、租期等。除了不得以租代售,不得转租等外,还要明确集体租赁用房的收益分配。

农村宅基地“三权分置”,允许集体土地建租赁用房用于出租,使一些购不起房或者来城里工作又买不起房的人员有房可住。宅基地“三权分置”,既是农村发展在现阶段的需要,也是解决好农民问题的需要,更是提高农地经营效率的需要。如何更好地释放宅基地“三权分置 ”的潜力与效力,还需要更多的配套法律和政策来完善,千万不能让有些人钻了“放活宅基地使用权”的空子到乡下建设别墅大院和私人会馆。

时务观察

标本兼治规范不合理低价游

●潘铎印

文化和旅游部日前下发通知,要求做好2019年元旦春节文化和旅游假日市场工作，依法严厉打击各类文化和旅游市场违法行为,整治“不合理低价”等乱象。

众所周知，旅行社不会做亏本生意,不合理低价、零团费招揽顾客背后是羊毛出在羊身上的生意经。旅行社看似亏本销售旅游产品，实际通过引导或强迫消费者在指定场所购物、消费,用旅游经营者的购物回扣和自费活动返佣来弥补成本并获得利润，甚至有的组团旅行社将旅客“转卖”收取人头费牟利。不合理低价游看似诱人的“馅饼”,背后却是坑害游客的“陷阱”。

近年来，各级政府以及旅游管理部门高度重视旅游市场生态建设，不断加大不合理低价游等突出问题整治力度，并开展了一系列整治行动规范旅游企业经营行为。虽然取得了一定成效,但有些地方对不合理低价游的重点检查常常发生在负面舆情之后,常态化监督机制的欠缺容易让管理陷于被动，那些违法旅行社和个人在“风声”过后会卷土重来。

不合理低价游扰乱旅游市场正常秩序，严重损害了旅游消费者的合法权益、损害了旅游行业和地方形象，一定程度上已成为我国旅游业的“顽疾”,必须依法给予严厉打击。旅游法第三十五条规定：旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。以“不合理低价”诱客、揽客是明目张胆的违法经营，相关部门必须把相关法律不折不扣地落实在每一单旅游合同、每一次旅游服务中,做到有法必依、执法必严,对违法违规行为依法惩处、绝不姑息。

笔者认为,打击“不合理低价游”需要阶段式的集中整治,更需要标本兼治,需要严厉查处,更需要平时严格管理。各地政府应充分发挥旅游警察、旅游市场监管作用,加强日常监管,实现事前、事中、事后旅游市场的有效监管,维护旅游消费者合法权益。加强旅游消费宣传和引导，推进文化和旅游领域信用和质量建设,加大全国旅游监管服务平台推广应用力度，督促旅行社签订电子合同、如实填报团队信息,严厉整治强迫或变相强迫消费、“黑导”“黑社”“黑店”等乱象。建立旅游市场信用信息系统和不诚信经营“黑名单”,让诚信缺失的旅行社付出违法违规的代价。此外,游客也要从自身做起，抵制“不合理低价游”,并增强防范意识,让“不合理低价游”失去市场。

热点冷评

清除“呼死你”还须监管“一呼百应”

CNSPHOTO 提供

●张西流

通过恶意呼叫影响他人正常通信,从而实施打击报复、敲诈勒索、强买强卖、非法追债等违法犯罪行为——“呼死你”软件令人深恶痛绝。近期,工信部开展专项行动,全面清理互联网上“呼死你”等软件相关销售推广信息。媒体记者调查发现,禁令之下,在一些社交和电商平台上,“呼死你”软件地下交易仍很活跃，只不过改头换面更新为“云呼”“要债神器”等名称。

“呼死你”骚扰电话,对手机用户造成的困扰和伤害是显而易见的,轻则干扰正常的生活秩序,重则给身心带来极大的伤害。特别是“呼死你”严重侵犯了手机用户的权益，给社会制造了一定的负面影响,已经触犯了相关法律。今年以来,广东、安徽等地警方查获了多个制造和贩卖“呼死你”的团伙,其中两个犯罪团伙对全国434万余个号码实施了12亿余次恶意呼叫。可见,“呼死你”骚扰电话已经造成了恶劣的社会影响。

其实,“呼死你”软件也有其积极的作用。据悉,“呼死你”软件是几年前由某地城管部门联合一家科技公司所研发，目的是消除“牛皮癣”之类的非法小广告,通过“语音呼叫”的方式告知不法广告联系人“在规定时限到规定地点接受处理”,否则系统将不间断地拨打该号码，使其无法正常使用。可见,“呼死你”在打击非法广告方面曾经起到过一定的积极作用。如今,“呼死你”流入不法者之手,成为一种敲诈勒索工具,软件开发者和相关监管部门都难辞其咎。

事实上，维护手机用户的隐私权和安全权，是信息产业部门和电信运营商义不容辞的职责。而现实情况却是，手机用户的这两个基本权益尚未从根本上得到保障。信息产业部门和运营商要么漠然处之,要么束手无策,如手机用户无端被“呼死你”侵犯明显是个人信息泄露所致，相关运营商却没有采取措施予以遏制,使得一些不法之徒更加肆无忌惮地利用信息软件进行违法犯罪活动。

这足以表明电信运营商在某些方面还“技不如人”,给“呼死你”骚扰电话留下了兴风作浪的空间。比如,管理政策滞后、技术手段缺失,加之“呼死你”骚扰电话违法形式不断翻新，如以“云呼”“要债神器”等的出现,使监管工作无法做到及时发现和管控,不仅损害了用户利益，也给电信行业的信用带来不良影响。

因此,治理“呼你死”,还须监管“一呼百应”。换言之,相关部门应履行职责,形成监管合力,莫让“呼你死”沦为“呼坚强”。要知道,电信运营商具备高度信息安全意识和有效的安全管理措施，被视作信息系统和网络安全的第一道防线，而法律则是打击信息领域犯罪、维护用户利益的最后一道屏障。只有各方加强监管,才能有效遏制“呼死你”骚扰电话带来的不良影响。

理性思维

首例“拒收现金”罚单警示意义明显

●苑广阔

据媒体报道，中国人民银行陕西蓝田县支行日前依法对西安市蓝田县辖内白鹿原影视基地景区“拒收现金”的违法行为作出行政警告处罚，这是全国针对“拒收现金”进行行政处罚的首个案例。

作为全国范围内针对“拒收现金”行为开出的首张行政罚单，无疑具有非同一般的警示意义，意味着以后再有任何单位、企业、商家或者是个人在没有合理、正当理由的情况下拒收现金，极有可能会遭受处罚，不但要对之前的错误做法进行整改，还会被处以真金白银的罚款。

互联网时代，移动支付以其便捷安全的特性得到了越来越多人的认同，消费者避免了携带现金的麻烦,而企业、商家等也避免了找零的麻烦。正是因为具备了这样的优势，所以越来越多的商家、企业和消费者,纷纷选择移动支付的方式来完成交易。

但是，任何事情都不能绝对化、不能走极端。“无现金社会”只是一个相对的概念，只是意味着无现金支付的比重会越来越大甚至成为主流，但并不意味着就此完全排斥和拒绝现金的使用。而一些厂商仅仅是出于自己的便利或者是节省成本的考虑，就拒绝收取消费者的现金，这不但不合情理，也是违反国家相关法律规定的行为。

一部手机在手，买尽天下所有。这话虽然没错,但是手机在没电、没信号或者突然丢失的情况下该怎么进行移动支付？一些上了年纪的人用的还是非智能手机又该如何完成移动支付？如此一来，不是等于剥夺了他们的消费权利?这当然是不合情理的。从法律角度来看，不管是硬币还是纸币,都是国家发行的法定货币,任何单位、企业或个人都没有理由拒绝接收，否则就是一种违法行为。

为了规范人民币流通秩序,遏制拒收现金的现象,2018年7月以来，中国人民银行在全国集中整治拒收现金行为,规范旅游、餐饮、零售、交通运输等行业以及行政事业、公共服务等领域的现金收付行为，以保护消费者合法权益。在此背景下,全国首张“拒收现金”罚单的开出,其警示意义不言而喻。

“无现金社会”不是拒收现金，移动支付也不是排斥现金支付,收款方需要明白这一点;而作为消费者，如果遭遇拒收现金的情况,也要积极投诉举报,以维护自己的正当权益。

不吐不快

治理收视率造假迈出严管第一步

●汪昌莲

日前，由国家广电总局委托广播电视规划院基于自主技术建设的广播电视节目收视综合评价大数据系统正式开通试运行。不同于传统的在样本户基础上的收视率统计方式，这个节目收视综合评价系统，不仅更适用于当前电视节目观看方式多渠道、多样化的新趋势,而且通过数据抗干扰能力的提高，有望从根本上治理收视率造假问题。

电视台之间的竞争，实际上是收视率的竞争，而收视率造假也成为电视台之间心照不宣的一种“潜规则”。在此背景下，建立广电节目收视综合评价大数据系统，将会从根本上治理收视率造假问题。

然而,必须正视的是,虽然收视率举足轻重,但并不代表电视台的综合实力,因为收视率只反映出一档节目或一部电视剧的受观众欢迎程度，具有一定的局限性和时效性，并随着时间和节目内容的变化而变化。而衡量一个电视台的综合实力,除了收视率、营业收入之外,还包括覆盖、市场环境、成长性、品牌影响力、团队、内部机制与管理等因素。可以说,如今电视市场已经进入激烈的竞争时代,在受众总量有限、新媒体不断崛起的背景下,电视媒体竞争已经进入收视、覆盖、品牌、资源等全方位的比拼阶段。

可见，建立广电节目收视综合评价大数据系统,治理收视率造假,仅是规范管理电视节目第一步。如何建立更科学的电视节目综合评价体系，如何加大对干扰收视率调查行为的处罚力度，仍然需要主管部门给予更具体、更有效的管理和引导。同时,电视媒体应摒弃“唯收视率是举”的功利和短视行为,代之以覆盖、品牌、资源等全方位的研发。特别是,应致力于节目创新、品牌打造,以此消解收视压力和创收压力，利用各地区的地域差异性,争取频道特色化,进而打造品牌竞争力和影响力。

世事杂论

落实带薪休假仍需多“走心”

●张东阳

据媒体报道,元旦前不少上班族忙着“清零”年休假,拼假出游再现火热景象,还有一部分加班族忙得没有时间休假,只能眼睁睁看着年假“过期”。对此,有律师表示,根据国家相关规定,应休未休的年假天数可以获得三倍日工资的补偿。

带薪休假制度源于1995年修订的劳动法,尽管该法并未规定具体的休假规则,但却为带薪年休假制度打下了法律基础。2008年《职工带薪年休假条例》正式施行后，原人社部还颁布施行了《机关事业单位工作人员带薪年休假实施办法》和《企业职工带薪年休假实施办法》，对职工带薪年休假制度作了进一步具体化和完善。

然而,拥有相对完善法律制度保障体系的“带薪休假”,其落实效果却并不理想。有统计表明,只有逾半数的职工享受了带薪年休假。媒体记者随机采访的情况也表明，有高达40.1%的受访者表示“没有带薪年休假”,而“有带薪年休假,可以休,且可自主安排”的仅占31.3%。其他的两项情况则是有带薪休假但“不能休”或者“不能自己安排”。时至今日,不仅有单位、企业对带薪休假不以为然,甚至还有不少人对带薪休假的权利也不很清楚,而“忙着清零”的人中也有不少人并不知晓“应休未休的年休假天数可以获得三倍日工资的补偿”。在法律法规明令之下,职工带薪休假制度不该年年提年年难以保障。

事实说明,一些地方和企业并没有拿国家的有关法规当回事。背后的原因是当前国家关于带薪年休假的约束和激励机制不够明确,违规成本低且处罚执行难,这才是问题的根本。如何破解这一问题，需要国家有关部门尽快健全完善机制,尤其是要加大执法力度,让不能保障职工权益的地方政府和有关企业受到相应惩处。只有这样,职工的带薪休假权益才能有效落实。