服务平台

重庆小微企业将获专项资金支持

近日，重庆市财政局发出消息称，该市小微企业将获民营经济专项资金的全力支持。据悉，2013年至今，重庆市民营经济专项资金的区县资金部分原则上将全数安排给小微企业，这笔资金的总额将达到20亿元。

“今年民营经济发展专项资金将更多地向小微企业倾斜。”重庆市财政局企业处处长彭涌在接受采访时表示，以前民营经济发展专项资金分给区县的部分，80%用于重点扶持小微企业，而今年这一比例将高达90%。

彭涌表示，这笔资金总额达到了20亿元，将足额落实微企资本金补助后重点用于工业和信息化发展项目，重点补助、支持投资额50万元以上的技术改造项目、鼓励类产业投资贷款贴息项目；30万元以上的新产品开发项目、技术创新项目、新创办企业项目、农业产业化、商贸流通项目、新型业态和配合企业发展项目；50万元以上的困难小微企业享有生产所需流动资金贷款贴息项目。

上海口岸进行“三个一”试点

国务院常务会议指出，要制定通关政策，抓紧出台“三个一”改革方案，分步在全国口岸实行。近日，上海海关传出消息称，目前改革试点已在上海口岸展开，有效降低了企业的时间成本和通关成本。

据了解，“三个一”是指企业在口岸报关报检环节实现一次录入，申报数据分别用于报关和报检；在查验环节企业一次完成集装箱开箱操作，海关和检验检疫依法同时实施查验作业；在放行时，关检双方将通关单放行信息和报关单放行信息电子联网，对进出口货物联合放行。对企业来说，这“三个一”将避免多次重复，节省时间，降低通关成本。

目前，企业已可通过“联合录入客户端”一次性录入通关所需数据，实现“一次申报”；而通关单无纸化试点已于2012年4月开始，目前在上海口岸已实现对进出口货物的全覆盖。海关和检验检疫部门均取消了纸面放行凭证，全面实行放行电子化，实现“一次放行”的作业机制。

前海或携手香港申请自贸区政策

“我们也希望在前海，在整个珠三角或者更大的范围内，来探索叠加自由贸易区的理念。”广东省深圳市前海管理局副局长何子军说。

自国务院常务会议通过《中国（上海）自由贸易试验区总体方案》以来，深圳前海深港现代服务业合作区就被拿来与上海自贸区作对比。何子军表示，从全局视角看，前海合作区与上海自贸区的设立，反映了国家新一轮改革开发的进程。他认为，除上海以外，前海、南沙以及横琴等地区，都具备建设粤港澳自贸区的条件。

目前，前海先行落地跨境人民币贷款业务，在前海注册的企业可以通过申请跨境贷款，获得来自香港的低利率贷款，这被认为是在人民币国际化以及利率市场化方面“开了一个口子”。但是企业在前海获得的跨境贷款，目前只能用于前海自身发展的需要，而不能通过前海辐射到其他地区，因而也有观察人士认为，前海的跨境贷款改革，“路只走了一半”。

（本报综合报道）

《旅游法》10月施行 或将改善行业乱象

■ 本报记者 张 莉

景区门票价过高、“零负团费”、恶性竞争……当前，社会公众对旅游业存在的诸多问题反映强烈。我国首部旅游行业法律《中华人民共和国旅游法》（以下简称《旅游法》）将于今年10月1日起正式实施。该法确立了比较完善的市场规则，解决了旅游市场存在的突出问题，也明确了经营者、旅游者的权利、责任和义务，为规范旅游市场秩序提供了法律依据。

北京消法学会副秘书长朱巍在接受《中国贸易报》记者采访时表示，《旅游法》是我国第一部针对旅游行业服务规范和法律责任的专门性立法。在该法出台前，旅游行业并不是无法可依，具体适用的法律包括《消费者权益保护法》、《民法通则》、《侵权责任法》、《合同法》等，不过，这些法律对旅游行业来说都是间接适用，缺少专门系统的法律，分管部门也多种多样，客观上造成了旅游行业不正当竞争、侵害消费者权益等事件的时有发生。消费者在维权过程中缺少维权证据，加大了维权难度。尤其是在一些类似于“黑导游”、“低价团”、“强制购物”、“天价票”等新型侵权诉讼中，缺少明确的法律依据，给消费者维权、法院审判和政府规制带来了困难。

中国旅游研究院院长戴斌认为，市场秩序失范是大众旅游阶段长期伴生的现象，我国旅游业已进入大旅游时代，单靠行政手段已无法解决许多深层次问题。《旅游法》出台后，将有助于逐步改善行业中存在的问题，使中国的旅游业健康发展。

《旅游法》亮点解读

《旅游法》中亮点频现，社会关注的零负团费、旅游欺诈、旅游纠纷等问题，有望在这部法律的框架下探寻出解决途径。

朱巍对该法中的一些亮点进行了解读：

亮点一：强调了消费者的知情权

知情权是消费者其他基本权利的基础，选择权和公平交易权等其他权利都是根源于知情权。消费者知情权虽然在《消费者权益保护法》中被明文规定，但是在实际操作过程中，知情权并没有被落实，即便是在消费者被蒙蔽和欺骗后，也无法请求旅游服务者承担侵害知情权的法律责任。

《旅游法》将知情权规定在第九条，将旅游“真实情况”告知作为服务者的基本义务，在此之上，强调消费者有权要求服务者按照“约定”履行义务。这就避免了旅游服务者随意更改安排和增减项目，同时，将真实情况的范围扩大到“产品”和“服务”，基本上涵盖了旅游服务中所有的情况，全面保护了消费者权益。

《旅游法》也第一次规定了服务者的知情权，该法第十五条规定，消费者应在接受服务之前如实告知自身健康状况，并遵守安全规定。该规定首次平衡了消费者和服务者关于知情权的权利义务关系，减少了因消费者隐瞒自身健康状况可能造成的损害。

亮点二：规定了服务质量保证金

《旅游法》第三十一条规定了服务保证金制度。保证金制度在民事法律领域用途极广，但这是第一次在旅游服务方面正式入法。保证金制度一方面在于保护消费者因意外发生的损害，另一方面，也有利于避免旅游服务者擅自中止合同和逃避法律责任。

保证金制度和保险制度使得消费者放心出游，安心享受快乐时光。

亮点三：明文禁止“以购养游”

“以购养游”、“强制购物”、“定点消费”都是在旅游服务中经常出现的侵害消费者权益的行为。《旅游法》在第三十五条第一款明文禁止了“以购养游”等侵害消费者权益的行为，并将范围扩大到包括“另行付费”的旅游类型。

《旅游法》第三十五条第二款，将指定购物场所也归入在不合规情形，对这些“定点消费”的豁免要同时满足两个条件，一是经协商一致或经消费者要求的，二是不影响正常行程的。

为了保证消费者权利得到全面维护，《旅游法》第三十五条最后一款规定，由服务者承担“协助办理退货或先行垫付退货款”的义务，这样的规定也全面保障了消费安全。

亮点四：禁止“黑导游”

《旅游法》第四十条作出了对“黑导游”的禁止性规定，要求所有导游和领队，必须接受旅行社的委派，不得私自执业。

这一方面避免了“黑导游”可能给消费者带来的损害，另一方面，也是强调了导游服务行业的管理规制，避免了“黑导游”行为的临时性和不确定性，净化了导游服务市场秩序。

亮点五：落实价格听证，鼓励免费向公众开放

《旅游法》第四十三条强调了旅游行业门票等收费标准的听证制度，一定程度上避免了个别景区在节假日私自涨价牟利。尤其是该法规定，价格标准问题要听取消费者的意见和建议，这是以保护消费者群体利益为基点的，在一定程度上限制了个别地方政府肆意抬涨价格牟利的行为。

同时，对于像博物馆、城市公园、纪念馆等公益场所，该法规定要逐步推进免费开放。在国外，这种公益设施向公众免费开放早已实施多年，包括一些非洲和南亚的发展中国家也已经实施了对国民的免费开放制度。我国相关制度尚在建设中，希望这部法律可以加速免费开放制度的形成，做到与世界接轨。

仍有尚未完善之处

邵琪伟在近日开办的全国旅游局长研讨班上说，法的生命和权威在于实施。今年10月1日《旅游法》施行之日，恰逢“十一”黄金周。如果《旅游法》实施后，“零负团费”、欺客宰客、强迫和变相强迫消费等问题还比较突出，景区流量控制的有效措施还不到位，或出现重大旅游安全责任事故等，将直接影响《旅游法》的实施政策，关系着大众对《旅游法》施行的信心。各省区市要加强领导，开展联合执法检查，有重点地开展执法行动，对人民群众密切关注、反映强烈的“零负团费”、欺客宰客、强迫和变相强迫消费等违法行为，要依法从严惩处。

邵琪伟表示，总的看，《旅游法》各项实施准备工作正在有序进行。但旅游业从业人员的认识还有待提高，还不善于运用法治思维和方式，把工作重点转到依法创造良好旅游环境、提供优质公共服务、维护市场公平竞争上来。有些地方宣传培训力度、广度不够，制度建设、执法准备还不到位。

朱巍也向记者表示，《旅游法》仍有尚需完善的地方：

一是旅游景点的价格听证制度。听证制度确实不错，不过要想真正做到公开透明，不能仅靠原则性的规定，还需要将法条制度化和长效化。比如，听证人员的比例，消费者意见吸收公示制度建立、消协监督等。

二是对“指定购物”概念未加明确解释。“指定购物”并不单纯是导游以语言邀请或欺瞒裹挟消费者购物，还包括导游以行为实施制定购物。比如，导游将旅行路线安排在商店必经之路，或者将购物转化成“景点”，或者以参观的名义哄骗消费者进行购物等。

三是保证金制度缺乏可实施性。保证金制度确实是保障消费者权益的良策，不过，保证金比例是多少？数额是多少？在什么情况下可以用？保证金与保险金和团费是什么关系？保证金监管和保存机构等系列问题，《旅游法》都没有予以明确，这就使得本来很好的制度不能落地。

四是旅游服务赔偿与合同违约发生竞合。该法的赔偿范围大都是限制性赔偿，这与合同法规定的违约责任和侵权法规定的侵权损害赔偿发生了竞合。作为消费者来说，当然会选择较为有利的赔偿数额，不过，因为《旅游法》将其作了上限赔偿规定，这不利于消费者维权，很可能导致旅行社可以事先计算出损失，从而恶意违约。

为切实落实《旅游法》，履行好旅游主管部门的法定职责，各级旅游主管部门都应当抓住《旅游法》颁布实施的有利时机，积极推动旅游综合协调机制、旅游纠纷投诉受理机制、旅游市场监督管理机制等重点领域机制的建设，为旅游业持续健康发展提供体制保障。

法眼透视

划定互联网言论自由的边界线

■ 于国富

近日，北京市第二中级人民法院作出终审判决，认定周某某通过微博散布不实信息构成对原告金山公司的名誉权侵犯，并责令周某某承担删除侵权微博内容、公开道歉和赔偿损失等法律责任。

这个案件的一方当事人是国内著名的软件公司，另一方是同样知名的IT企业家，双方之间的名誉权纠纷自然引起业界的广泛关注。笔者关注这个案件还有更重要的原因——这个案件将成为划定“言论自由”与“名誉侵权”之间边界的一个标本性案件。特别是在互联网深入到千家万户，微博、微信等自媒体平台使每个个体都成为一个媒体中心的大环境下，网络中的言论自由边界到底在哪里？一直是网络法研究的重要课题。

《宪法》第三十五条规定：“中华人民共和国公民有言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由”。但是，与此同时，《中华人民共和国民法通则》第一百零一条规定“公民、法人享有名誉权，公民的人格尊严受法律保护，禁止用侮辱、诽谤等方式损害公民控法人的名誉”。最高人民法院在《关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见》第一百六十条规定：“以书画、口头等形式宣扬他人的隐私，或者捏造事实公然丑化他人人格、以及用侮辱、诽谤等方式损害他人名誉，造成一定影响的，应当认定为侵害公民名誉权的行为。以书面、口头等形式诋毁、诽谤法人名誉，给法人造成损害的，应当认定为侵害法人名誉权的行为。”

摆在我们面前的似乎是一个“以子之矛攻子之盾”式的问题。宪法一方面赋予了我们“言论自由”，但是另一方面却对我们发表特定言论的行为予以规制。那么，我们到底有没有言论自由，如何行使言论自由权呢？

法学基本理论告诉我们，任何权利和自由都不是没有边界的。例如，我有开车的自由，但是，这个自由要以“没有喝酒”为前提之一；你有走路的自由，但是，你却没有权利大摇大摆地走进我家私有院落；人人都有唱歌的自由，但是半夜里你在别人窗口下大玩摇滚肯定会被投诉，甚至被起诉……

良好的名誉是公民或法人参与社会生活、社会竞争的重要条件，对名誉的侵害必然直接妨害、影响公民或法人参与社会竞争的资格，因此，法律保护公民或法人的名誉权不受他人侵犯。

毋庸置疑，言论自由是公民之基本权利，具有实现自我、沟通意见、追求真理以及监督各种政治和社会活动的功能，应予以充分保障。而人格权同样也是公民受宪法保障的基本权利，与言论自由权利相比，双方并无价值高低之分。当言论自由与名誉权之保护发生冲突时，应就个案审慎地加以衡量，寻找到言论自由的边界，并对越界者给与否定评价。

是否构成侵害名誉权的责任，应当根据受害人确有名誉被损害的事实、行为人行为违法和违法行为与损害后果之间的因果关系、行为人主观是否有过错予以认定。

仔细分析可知，言论包括“事实陈述”和“意见表达”两种类型。“事实陈述”是指现在或过去的具体行为或者状态，具有可以验证其真伪之性质。而“意见表达”则是指行为人表示自己的见解或立场，无论是纯粹的价值判断或单纯的意见表述，均无真伪之别。

判断某种言论是否侵害名誉权，对于事实陈述，行为人需举证证明其所言为实，或经合理查证有相当理由确信所言为真实再行发表。否则，对于造成他人受损的虚假陈述应当承担法律责任。

对于意见表达，观点正确与否并非法律评价的范围，但言语上不得存在侮辱他人的情形。

在本文开篇提到的案件中，被告周某某对他人人格权利的尊重没有达到法律的要求。由于其言论不同程度地存在缺乏事实依据，且有侮辱、贬损金山公司名誉的情节而超出了正常舆论监督、批评的限度，其言论不应受到宪法中“言论自由”条款的保护，受到了法院的否定评价，应当承担停止侵权、赔礼道歉、赔偿损失的法律责任。

互联网产业是中国与国际接轨最彻底的一个产业领域。然而，相比国外同行，我们的互联网仍然具有一些不太令人满意的“中国特色”。社会上出现的“网络水军”、“网络推手”、“灌水公司”、“删帖公司”、“投票公司”、“代骂公司”等形式的非法机构及其个人，在网上采取不正当手段打压竞争对手，歪曲捏造事实进行敲诈勒索，恶意炒作话题制造虚假“网络民意”，从事私下交易牟取非法利益。

上述行为扰乱市场经济秩序，损害企业、公民的合法权益，危害文明诚信的网络环境，令众多网络从业人士感到非常失望。

为营造文明诚信的网络环境，规范互联网市场经营行为和信息传播秩序，促进互联网站健康发展而努力，中国互联网协会曾经会同百家互联网从业单位共同签署自律公约，努力营造积极健康的网络舆论环境。笔者呼吁各位网络成功人士，正衣冠，谨言行，为营造良好的互联网秩序而管住自己的“大嘴”。果然如此，善莫大焉！

律师在线

知识小看板

合同转让的含义

合同的转让是指合同成立后，尚未履行或者尚未完合履行之前，合同当事人对合同债权债务所作的转让，包括债权转让、债务转让和债权债务既括转让。

一、债权转让

债权人转让权利的，当通知债务人。未经通知，该转让对债务人不发生效力。

二、债务转让

债务人将合同的义务全部或者部分转移给第三人的，应当经债权人同意。不经债权人同意，转让合同无效。

三、债权转让与债务转让的区别有：

1.债权转让采用通知主义，不以债务人同意为条件；而债务转让采用同意主义，不经债权人同意，转让合同无效。

2.债权转让合同的当事人是债权人与受让人(第三人)，债务人不是当事人；债务转让合同的当事人是债务人与新债务人(第三人)，债权人不是当事人。

3.债权转让的债务人可以援用抗辩权和抵销权；而债务转让的新债务人只能援用抗辩权，不能援用抵销权。

四、债权债务概括转让

当事人一方经对方同意，可以将自己在合同中的权利和义务一并转让给第三人。当事人订立合后合并的，由合并后的法人或者其他组织行使合同权利，履行合同义务。