

刚柔并济促进信用修复

□ 魏哲哲

开辟信用修复通道,既维护了司法权威的刚性底色,又释放了制度执行的人文关怀

不久前,最高人民法院发布的一组司法数据引发关注:2024年,全国法院新纳入失信被执行人名单245.7万人次,同比下降23.4%;282.1万人次通过信用修复回归市场,同比增长35.4%。这是失信被执行人名单制度实施以来,名单人数首次下降。今年前三季度,全国又有197.0万人次通过信用修复回归市场。

信用是市场经济的基础,也是社会治理的重要支撑。失信惩戒机制的建

立与完善,旨在增加失信成本,营造公平有序的竞争环境和诚实守信的社会环境。一降一升的数字变化,不仅彰显了我国社会诚信体系建设的显著成效,也折射出运用法治思维和系统观念推进社会治理的智慧。从联合惩戒“让失信者寸步难行”,到信用修复“让守信者重获新生”,社会信用体系建设更精准更务实。

惩戒失信人的生效法律文书具有强制执行力,被执行人拒不履行义务,会损害司法的公信力。严格规范公正适用失信惩戒制度,是维护司法权威的重要一环。自2013年实施失信被执行人名单制度以来,累计有1800余万被执行人(次)履行了法律义务,或与申请执行人协商达成和解协议。可见,实施信用惩戒对推动解决“执行难”问题具有重要意义。

联合惩戒威力巨大,但需谨防“一刀切”或滥用。司法实践中,办案法官以强制执行措施上的“缓”换来企业发展的“进”、债权人的“得”,可以实现多赢。比如,福建省南安市人民法院推行“随案引导”机制,将信用修复嵌入立审执全流程,在立案阶段列明失信风险及修复路径,审理中结合案情释明“积极履行可减免惩戒”的正向激励,在执行环节提供“履行期限协商”“分期还款方案”等个性化建议。创新司法执行方式方法,有利于敦促引导更多主体守信践诺。

有人会问,失信名单人数下降,是否意味着执行力度的减弱?答案是否定的,这反而是治理精度提升的体现。一方面,区分“有钱不还”的恶意失信与“没钱可还”的暂时失能,将惩戒锋芒聚焦到少数规避执行、逃避执行、抗拒执

行的行为上,是严格公正司法的必然要求。另一方面,为“诚实而不幸”的被执行人纾困,开辟信用修复通道,既维护了司法权威的刚性底色,又释放了制度执行的人文关怀,彰显出我国司法刚柔并济的温度与智慧。惩戒不是目的,而是树立“守信受益,失信受限”的鲜明导向,从而使每个人都不敢失信、不能失信、不愿失信、失信后主动修复信用。

失信名单人数首降,照见社会治理的升级。这也启示我们,既需要提升执法司法的力度,更需要厚植价值关怀的温度;既需要用好“雷霆手段”,更需要春风化雨地引导。坚持系统观念,用好法治思维,在全社会涵养出履约践诺、重信守诺的文明风尚,才能更好推动社会信用体系建设,以法治为信用护航。

来源:《人民日报》(2025年12月09日 第05版)

生鲜灯不能两年都关不了

无论从灯具生产到销售,还是在食用农产品市场经营环节,都需要尽早全链条拧紧生鲜灯“监管阀”。

新规落地已两年,菜市场的生鲜灯,居然还在“发光”。

近日,人民网记者在浙江调查后发现,美颜生鲜灯并未完全退出市场,而是以隐蔽姿态继续“发光”。在沿街商铺、小区周边门店内,有不少商家使用明令禁止的红罩红光生鲜灯,也有些商家使用相对隐蔽的微红光、暖光,或者在红罩外套上了白壳,以违规手段实现“照肉鲜嫩”目的。

而在销售端,不仅不少灯具市场仍在售卖“不合规”的生鲜灯,在电商平台上,也有了所谓的“新国标款”“进阶款”,声称可改变亮度“来检查了调

全白”。

如此公开叫卖和使用生鲜灯,无疑违反了禁令。2023年12月1日正式施行的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》(以下简称《办法》)明确规定,“销售生鲜食用农产品,不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施误导消费者对商品的感官认知。”

生鲜灯禁令“禁而不止”,既误导消费者,侵害其知情权和公平交易权,为肉菜等食用农产品埋下安全隐患,也破坏了市场秩序,让诚信经营吃亏。而所谓的生鲜灯“新国标”说辞,是否违法难以判定,但至少没有虚假宣传之嫌。

更为重要的是,若新规难以落实到位,便极有可能沦为一张废纸,这不仅会损害法规的权威性,还会降低消费者对市场监管的信任程度。所以,无论从灯具生产到销售,还是食用农产品市场经营环节,都需要尽早全链条拧紧生鲜灯“监管阀”。

事实上,《办法》实施之后,全国各地市场监管部门相继对农贸市场、商超、生鲜门店等开展全面排查。整治效果也十分明显,在农贸市场、大型商超一度几乎难觅生鲜灯踪影。

那么,监管风暴之后,如今市场上的生鲜灯为何依旧有着“生存空间”?甚至出现了“模棱两可灯”“进阶款”打擦边球,令监管都难以界定。

首先,生鲜灯只是通俗意义上的叫法,不是严格的、法律意义上的概念。《办法》禁止使用的是“明显改变”真实色泽的灯具,对生鲜灯的色标特征、色温值、显色系数等要素未做具体要求,各地在执法过程中也并没有明确的统一标准,暂时以肉眼辨别为主。这就给了生鲜灯“改进升级”的机会。

其次,在监管角度,一方面,对于庞大、分散且以个体经营为主的生鲜零售店铺来说,监管部门确实有些鞭长莫及;另一方面,对于电商平台上售卖违规生鲜灯的行为,缺乏有效的跨区域联合监管机制,难以形成全面覆

盖的监管网络,也让生鲜灯有了可乘之机。

由此而言,不妨尽快出台全国统一的生鲜照明技术标准,让执法者有章可循;在专项整治之外,也可探索建立“跨区域执法联动机制”,打破监管属地限制,构建相关灯具“生产—销售—使用”的全链条监管体系。

此外,电商平台也必须压实主体责任,对多次销售违规生鲜灯的店铺,固定证据并将其相关信息推送至当地监管部门,及时熄灭生鲜灯。

对于食用农产品商家来说,与其冒着风险使用生鲜灯,不如反其道而行之,主推无美颜滤镜的生鲜产品,让使用生鲜灯的商户不攻自破,用诚信经营杜绝市场乱象,也推动形成良性竞争。

要知道,货真价实的新鲜肉菜,永远比欲盖弥彰的生鲜灯更能赢得消费者的信赖。

来源:新华网

