

# 沈启动学科类校外培训机构“营改非”

## 未在规定时限内申报办理“营改非”或将列入“黑名单”



沈阳市启动面向义务教育阶段学生的学科类校外培训机构统一登记为非营利性机构工作。

**未在规定时限内申报办理“营改非”或未明确转型方向的相关培训机构，列入“黑名单”管理。**

为贯彻中央“双减”决策部署，落实“双减”试点工作任务，近日，沈阳市教育局、民政局、市场监督管理局联合制发工作通知，启动面向义务教育阶段学生的学科类校外培训机构统一登记为非营利性机构工作。目前，摸底工作已经完成，正在稳妥推进后续工作。

对于现有面向义务教育阶段学生的学科类校外培训机构，根据不同情况，分别采取相应办法办理。

首先，已取得办学许可证，且在市场监管部门登记的从事义务教育阶段学科类培训业务的营利性机构，需要注销营利性机构主体，或者向原审批机关申请变更许可范围，剥离义务教育阶段学科类培训业务后继续依法从事其他培训

活动。继续开展义务教育阶段学科类培训活动的，向原审批机关申请换发办学许可证，到民政部门登记为民办非企业单位法人。

其次，已取得办学许可证，且在民政部门登记为民办非企业单位法人的培训机构，根据“双减”文件规定，相应修改章程、完善管理制度，依法依规继续开展培训活动。

最后，现有培训机构决定解散机构的，应当按相关法律法规的规定，经该培训机构的决策机构决议后，向原审批机关提出终止办学申请。原审批机关应及时予以核准，同时指导培训机构依法清算财产，及时向登记管理机关申请注销。

即日起至2021年12月底前，各区县(市)教

育局、民政局、市场监管局加强统筹联动，提高服务质量和办事效率，按照规定路径，完成相关培训机构的“营改非”工作，确保办理成效。

即日起到完成非营利性机构登记之前，拟办理“营改非”的培训机构须暂停招生及收费行为。各区县(市)以适当方式对拟办理“营改非”的培训机构名单进行公布，提醒学生家长停止交费。

本次“营改非”工作将纳入2021年度校外培训机构年检内容。对于未在规定时限内申报办理“营改非”或未明确转型方向的相关培训机构，列入“黑名单”管理，依法终止其办学资格。

辽沈晚报记者 王月宏

# “仙境”变“陷阱” “照骗”不会有赢家

网上令人向往的“少女心粉红沙滩”，实际只是一堆土褐色的粗糙沙土；号称能“轻松解锁韩式电影剧照”的海边复古蓝房子，现实中仅是一间破破烂烂的平房……近日，“我再也不相信小红书了”和“小红书的网图滤镜有多强”等话题，接连冲上微博热搜。不少网友吐槽，部分博主发布景点照片时过度使用滤镜，诱导游客前去“打卡”，去之后发现“仙境”秒变“陷阱”，对平台和博主大失所望。

如今，越来越多的人在决定买什么、吃什么、玩什么之前，会参考网上的评论与攻略。这也让不少商家与职业博主看到，分享内容的流量可能会变成潜在的消费力。于是，互联网平台上最初基于利他原则的真诚分享，变成了一些营销者的工具。为吸引流量，加厚滤镜甚至不惜修图造假的各类内容，不断挤压着普通用户真情实感的分享空间。

分享美好生活没有错，但为了流量造假不可取。当“线上种草机”变成“滤镜粉碎机”，粉碎的是普通用户的满怀期待，种下的是触动平台生存之基的信任危机。在这个过程中，没有人是赢家。

普通用户失去了一个可以完全信任的分享平台，原本“互相安利好物”的乐趣，似乎也笼罩在不得不辨别是否为“暗广”的阴影下；商家和职业博主在这个过程中失去了“被信任感”，每一张照片、每一句话都有可能被用户放大“审视”、探究动机；得益于真诚分享而发展壮大的平台，更是承受不起一次次“受骗经历”中被辜负的信任。

“滤镜景点”“人造景点”“网红景点”，营销得再“上头”，最终也要靠脚投票。旅游市场深



游客实拍图和社交媒体图。



入下沉，给不少小众景点带来发展机遇，互联网平台也让它们不再害怕酒香巷子深。客观来说，给一张实景照稍微美化一下或许无可厚非，但若是依靠技术过度美化，甚至虚假宣传、肆意炒作，失去了最基本的真实感，最终还是逃不过游客用脚投票的现实。就像有网友说的，“虚假的东西能博得一时流量，却难以转化为真实交易。”

据媒体报道，小红书官方在回应质疑时称，

“我们向用户真诚道歉，不管是经历了失望的用户，还是并没有遇到‘照骗’的用户，我们都真诚道歉。”同时，小红书表示将对“避坑”等内容作更多展示，还会尝试推出景区评分榜、踩坑榜之类的产品，便于大家获取更多元的信息。

希望所有类似的企业都能吸取教训。须知，“滤镜”于美景应是锦上添花，绝不该是鱼目混珠；分享的前提就是真诚，莫让扭曲的“滤镜”辜负了信任。

## 挟“诉”敲诈 部分网络投诉平台成了“网害”

作为常见的纠纷处理机制，投诉本是维护市场弱势群体合法权益的一项制度。

但有企业和群众反映，在中央持续推进“净网”行动的当下，仍有一些网络投诉平台“以支持消费者维权之名行敲诈勒索企业之实”“借百姓投诉要挟企业”。对于各种网络投诉平台乱象，必须高度重视。

有的投诉平台把部分未经核实的投诉内容直接对外公布，有的把屡遭投诉的商家评为优质商家，有的对问题商家选择性曝光并借机牟利，有的投诉平台连“准生证”都没有……

记者在调查中发现，在社交平台上，不少消费者和商家都表达了对一些第三方投诉平台的不满。

此前已有媒体报道称，少数第三方投诉平台存在挟消费者敲诈商家、操控商家“红黑榜”等行为，涉嫌利用网友投诉向企业敲诈勒索，游走于正常商业行为与违法违规之间的灰色地带。

还有企业透露，在商业化合作中，一些网络投诉平台剑走偏锋，选择性曝光投诉，胁迫企业在后续的商务合作中乖乖就范。

此外，不少网络投诉平台自身也存在未履行信息审核职责、管理操作不规范等问题，特别是用户注册、发布审核、虚假信息追责等管理机制方面不完善，导致平台充斥着大量的匿名虚假投诉信息甚至诋毁谩骂。

事实上，相较于互联网有害信息、网络“黑嘴”等乱象，网络投诉平台存在的问题更隐蔽，但对网络生态、营商环境、特别是企业的生存发展带来的破坏力却不容小觑。

如果不能妥善治理，将严重干扰政府部门的判断能力，破坏营商环境，给企业带来名誉损失，损害消费者权益和社会公共利益。

不少企业及消费者呼吁，网络投诉平台乱象亟待治理。一方面，要进一步压实网络投诉平台主体责任，准确界定其行为边界，切实规范工作流程，强化内部管理约束；另一方面，期盼设立政府主导的行业性投诉平台，如由工商部门和监管单位主导设立、协会组织和社会参与的多方联动的行业投诉平台，确保投诉受理和处置的相对公正，合力营造支持经济有序发展的良好舆论环境。

本版文图除署名外均据新华社

## 中小学生健康体检管理办法修订

为全面掌握青少年儿童生长发育状况、促进青少年儿童健康发展，国家卫生健康委、教育部对《中小学生健康体检管理办法》进行了修订，形成了《中小学生健康体检管理办法(2021年版)》。办法明确提出教育行政部门应当对出现健康问题的学生建立档案并随访。重点围绕超重、肥胖、营养不良、脊柱弯曲异常、视力不良、龋齿等健康问题开展工作。

与修订前相比，办法结合现阶段我国中小学生常见健康问题，对体检项目进行了适当调整，并将体检项目划分为基本项目和可选项目两部分。基本项目中，新增腰围、臀围、听力、外耳道与鼓膜、扁桃体等项目。此外，明确眼科检查内容为眼外观、远视力和屈光度。可选择项目包括眼位、色觉、外生殖器、胆红素等。

# 防范保险诱导销售风险 这份提示请收好



在一些网络场景中，时有“首月0元”“零首付”“免费保障”“抽奖获取”等互联网保险产品广告页面出现，有的消费者在未清楚了解保险内容、保费缴纳等情况下，便被诱导而投保。银保监会21日发布风险提示，提醒消费者要认识到所谓“免费”是诱导，极有可能暗藏陷阱和风险。

银保监会指出，网络上的这种营销引流模式存在诱导营销、信息披露不当等问题，侵害消费者知情权和自主选择权，易引发消费纠纷或投诉。

据介绍，从保险产品本身看，一些“首月0元”“免费保障”等宣传未全面展示保费缴纳整体情况，实际上是将保费分摊至后期，消费者并未真正享受到保费优惠。

从监管要求看，保险险种的条款和费率应当报监督管理机构备案或批准。“首月0元”类的销售宣传行为，存在未按照规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率的问题。

从营销方式看，营销片面强调“首月0元”，却未对保费缴纳整体情况、保险责任等重要内容充分提示，易使消费者忽视产品重要信息。加之一些广告界面设置不规范，故意诱导消费者勾选“购买”“领取”“自动续费”等选项，侵害消费者知情权和自主选择权。

银保监会提醒，消费者要根据自身风险保障需求和消费能力选购保险产品，不要被“免费”营销宣传诱导购买了本不需要的产品。如确有投保需求，应认真阅读保险合同，履行如实告知义务，了解条款信息再签约。