

杭州帮助创业青年守好“钱袋子”

中介可提供合规服务,不能从政府补贴里分钱

《人民日报》刘军国

不久前,杭州发生的一起关于大学生创业补贴的纠纷引发关注。一家中介机构为大学生创业企业代办创业补贴,收取3880元的“辅导费”;此外,机构还要求在补贴申请成功后,加收政府补贴金额的20%。创业者认为,中介机构提供的帮助



AI生图

有限,不应支付第二笔费用,双方因此产生了民事纠纷。

杭州市中级人民法院对该纠纷作出判决:基础服务费属合理劳务支出,予以支持;但抽成条款绑定政府补贴,损害公共利益,违背公序良俗,判定无效。

代办补贴、抽成收费,这种行为是否合规?如何维护青年创业合法权益,让扶持政策真正赋能创业主体?记者进行了探访。

在杭州市人才管理服务中心副主任苗霞看来,本次法院判决划出清晰红线——中介可以提供合规的服务,但绝对不能从政府补贴里分钱。

自2008年起,杭州已实施6轮大学生创新创业三年行动计划,2025年新成立大学生创业企业突破1万家。“随着各地对大学生创业的扶持政策不断优化,创业补贴成了部分中介眼中的‘肥肉’,包括杭州在内的多地出现中介代办问题。”苗霞介绍。

记者在采访时也发现,仍有部分中介在社交媒体大量发帖,专门针对大学生创业者提供所谓补贴申领的“指导”及“帮办”。

“常用套路有3种。一是把申报说得特别难、通过率极低,不找中介基本拿不到钱;二是保证‘包过’,说自己经验足、关系硬,稳拿补贴;三是冒充官方合作单位,谎称有内部渠道、能左右评审结果。”苗霞表示,不少大学生刚创业、信息少、怕麻烦,轻信这些说法,浪费了创业初期的宝贵资金。更严重的是,有的创业者还被诱导伪造材料、虚报项目,埋下法律隐患。

浙江大学马克思主义学院副教授赵永帅表示,“大学生创业补贴是公共财政资金,一分一厘都要用在扶持青年、鼓励创新上。合规的代办服务是正常市场行为,对于青年创业起步客观上可以起到一定帮助作用,创业主体可以根据自身需求选择。但利用虚假宣传营造信息差、制造焦虑,提供本不需要的所谓‘补贴代办’,甚至伪造材料、骗取补贴,则会损害创业者的合法权益,影响扶持政策落地起效,对创业环境造成损害。”

针对这一问题,杭州市采取了分类处置的方法。“对于正常提供咨询、整理材料、跑腿代办、只收固定服务费的,提醒其严守边界,不得绑定补贴抽成。凡是按比例分成、

捆绑政府资助收费的,参照法院判决协调退费,协调不成则引导进行民事诉讼。一旦发现虚构项目、伪造材料、帮企业骗补的,将移送公安机关。”苗霞说。杭州建立了市、区两级联动核查机制,发现问题直接处理。

此外,杭州通过畅通监督渠道、建立长效机制,把风险提示嵌入创业补贴申领的关键环节,确保每个节点都提醒、每名创业者都知情。

6月5日开始,杭州通过大学生就业创业数智服务平台,向2025年1月以来新成立、符合条件的10954家大学生创业企业法定代表人逐条发送提醒短信,讲清权威渠道、申报路径、中介风险,让政策信息直达创业者本人。

信息差是不良中介的重要牟利空间,虚假宣传是其制造信息差和焦虑的重要工具。为从根源解决相关问题,杭州市人社局整理出大学生创业补贴从准备材料、线上填报、系统提交到后续考察评审的完整步骤,发布申报指南,在各类新媒体平台同步推送。杭州大学生创业企业发展促进会也开设社交媒体账号,持续发布权威申报攻略,减少信息差。

优惠规则复杂,AI营销造假,保价承诺难兑现 今年“618”,这些问题给消费者带来困扰

《工人日报》杨召奎

优惠券发放“看人下菜碟”、商家用AI生成美图误导消费者、消费者申请保价遭遇“踢皮球”……中国消费者协会日前发布的《2026年“618”消费维权舆情分析报告》(以下简称《报告》)显示,今年“618”稳中求变,电商竞争从传统价格战、流量战,转向技术能力与运营效率的比拼。但与此同时,在实际体验中,仍有一些问题给消费者带来困扰。

优惠券发放“看人下菜碟”

《报告》指出,监测期间,有关“定价套路”信息占吐槽类信息的18.5%,日均1.78万条。消费者反映“先涨后降”价格套路,优惠券种复杂、使用条件嵌套,部分优惠不易被用户获知等问题较为突出。

据媒体报道,消费者王先生在社交平台发帖投诉某电商平台V3会员退款陷阱。王先生称,他计划购买百亿补贴价1949元的苹果手表,下单前咨询优惠问题,客服推荐68元开通V3会员领大额券,并明确承诺“未领取或未使用等级礼包优惠券,可在30天内申请退款”。

王先生开通会员后,商品价格仍为1949元,他申请退会员费却遭拒。客服称其已使用200元会员专属券。但王先生表示,实际上1949元就是该商品百亿补贴原价,平台只是将价格拆分为“原价2149元-会员券200元”,且下单时系统自动绑定优惠券,消费者无选择权,导致“未使用可退”的承诺根本无法兑现。

此外,还有电商平台优惠券发放“看人下菜碟”,不同用户可领取的优惠券面额存在明显差异,且领取规则不透明,这种差异化定价方式不仅违背了公平交易原则,也让消费者难以判断真实的价格水平,进一步加剧了信息不对称。

中消协建议,对于会员价、优惠券等价格形式,建议有关部门推动平台明确规则公示义务,确保消费者在开通会员、领取优惠券前充分知晓使用条件与限制范围,避

免默认使用、自动绑定等设计误导消费者。同时,建议加强对千人千价等差异化定价行为的研究与规范,对可能损害消费者公平交易权的做法予以引导和约束,推动平台定价更加公开透明、公平合理。

AI造假与场景虚构成新痛点

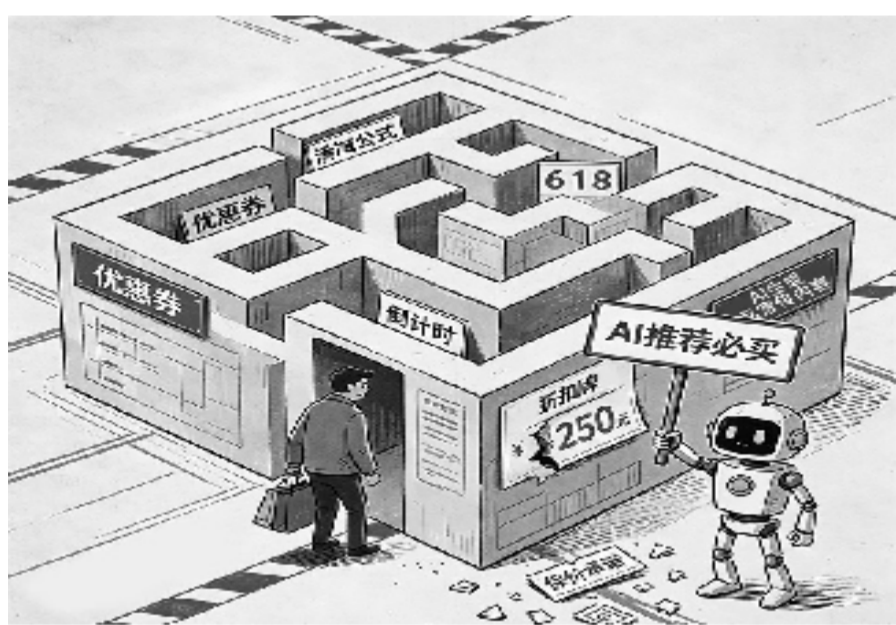
与往年相比,今年不当营销手段呈现出技术化、多样化的新特点,AI造假与场景虚构成新痛点。

据媒体报道,当前,AI生成商品展示图已被商家广泛应用。AI技术能让商品图更精美、场景更丰富,但也拉大了“卖家秀”与“买家秀”的差距,经AI美化处理后的面料质感、色彩还原、尺寸比例往往与实物不符。“之前看中一套家居服,主图看着柔软垂顺,到手面料又薄又硬,颜色也偏灰,后面才注意到宣传图片是AI生成。”消费者张女士吐槽,此前仅凭精美的AI宣传图片冲动下单,踩了美化失真的坑。

此外,场景造假与身份背书造假时有发生。据媒体报道,电商平台上存在低价购买定制直播背景等一条龙服务。在某直播间,主播坐在杏树前直播,画面抠图痕迹明显。直播显示位置为北京,但所售商品发货地为西安,与直播地址无关联。

《报告》指出,直播间产地现摘的虚假场景反映出部分商家通过虚构产地的方式获取消费者信任,营销诚信底线被突破。这些新型营销乱象识别难度大、取证成本高,对传统监管方式提出了新的挑战。

对此,中消协建议,针对AI生成营销



AI生图

内容、虚假场景直播、冒用品牌背书等新型不当营销问题,加快完善相关合规指引,明确AI生成商品宣传内容的标识义务,要求商家对AI生成的主图、测评等内容予以显著标注,保障消费者知情权。压实平台内容审核责任,引导平台运用技术手段加强对直播场景、商品宣传页的真实性核验,对虚构产地、虚构合作关系等虚假宣传行为及时发现、及时处置。

申请保价遭遇“踢皮球”

今年“618”期间价保纠纷成为售后服务的核心痛点。据媒体报道,市民董先生在某电商平台直播间内下单了一台豆浆机。“当时实付940元。”他回忆说,“直播间内,主播多次强调全年保价,从‘618’一直保价到‘双11’。”

然而,还不到一个月,董先生便发现豆浆机降价了,“我重新进入购买链接,发现价格是835元”。

于是,董先生联系商家要求退回差价,

没想到遭到拒绝:“商家告诉我,现在价格便宜是由于平台给商品降价,不是商家自行降价造成价差,不属于保价范围;但我联系了平台,平台客服又表示这是‘商家行为’,平台无法干涉。”双方“踢皮球”之下,董先生的补差价诉求始终无法受理。

《报告》指出,这些案例中,消费者遭遇了商家与平台“踢皮球”的困境,这种责任推诿使得消费者的合理诉求陷入无人受理的僵局,暴露出价保宣传与实际执行脱节、责任划分不清等问题。

对此,中消协建议,行业主管部门应推动形成价保服务行业共识,明确价保的适用范围、除外情形与操作流程,减少规则解释的随意性。引导平台优化价保服务体验,推行系统自动比价、差价自动返还等功能,减少人工审核环节的自由裁量空间;对于平台补贴、商家让利等不同降价原因,应明确责任划分,并推动平台建立售后纠纷首问负责机制,消费者无论是联系商家还是平台,首问方均应先行受理并协调解决,不得互相推诿。