

《个体工商户登记管理规定》7月15日起实施

个体户转型企业不用重新办照

日前市场监管总局制定出台《个体工商户登记管理规定》(以下称《规定》),共40条,将于7月15日起正式施行。新规对从事网络经营活动的个体工商户经营场所登记、“个转企”直接变更登记、个体工商户经营权继承、跨区迁移、长期未经营个体工商户市场退出等作出全面细化规定。

“个转企”流程简化成本降低

《规定》明确,个体工商户可以通过变更登记方式转型为企业,保留统一社会信用代码、成立时间、名称字号和相关行政许可,为个体工商户转型升级为企业提供便利,降低转企成本。

过去,个体户如想升级变成公司,需要先注销个体户,才能登记(注册)新公司,店名、成立时间、招牌字号只得全部清零,多年来辛苦积攒的商业信誉也没法延续。而按照《规定》,个体工商户转企业,不用再重新办执照。个体工商户变更经营者或者转型为企业,可以通过变更登记的方式。原来的成立时间、信用信息统统都能保留;就连店名、相关许可证,符合条件的也能保留。此外,《规定》还细化了对外投资的规定,明确个体工商户投资设立或者参股企业的,应当以其经营者作为股东(投资人、合伙人)。

跨区迁移便捷可一照多址

《规定》明确,个体工商户跨登记机关辖区迁移到新的经营场所,应向迁入地登记机关申请办理变更登记。迁入

地和迁出地登记机关应做好信息对接、档案迁移等工作,为个体工商户迁移提供便利。

以前,个体工商户想换个城市开店或是开设分店,需要重新注册、重新办证,手续麻烦、成本高。原有字号积累的商誉、口碑也难以延续。而个体工商户如“线上卖货,线下开店”,过去登记时既要在线上填网址,还要在线下填地址,手续繁琐。

《规定》明确,个体工商户登记时,应当向其经营场所所在地登记机关申请设立登记;仅通过网络开展经营活动的平台内经营者申请登记为个体工商户,应当向经营者住所所在地的登记机关申请设立登记。

《规定》还明确了个体工商户可以在登记机关辖区内登记数个经营场所,允许个体工商户持一张营业执照在多个地址经营。对于同时通过线下和网络开展经营活动的个体工商户,可以在申请登记实体经营场所的同时登记网络经营场所,实现线上线下经营“一照多址”。

老店传承可不换牌子

《规定》明确了经营权继承的相关

要求和材料规范,为个体工商户传承、打造“百年老店”提供制度支撑。

一家人经营了几十年的饭馆、商铺,已渐渐有了名气、形成了品牌,想传给子女,过去不仅要更换招牌,还得重新办手续。而《规定》明确了经营权继承的相关要求和材料规范。个体工商户经营权可以“继承”,子女接手后可确保牌子不换、生意不断,为个体工商户传承、打造“百年老店”提供制度支撑。

而在健全退出机制方面,《规定》完善了个体工商户注销制度,明确个体工商户正在被立案调查、采取行政强制措施或者受到罚款等行政处罚尚未执行完毕的,不得申请办理注销登记。增设了另册管理制度,规定个体工商户被列入经营异常名录满两年未移出的,登记机关对其进行另册管理,在国家企业信用信息公示系统上作出特别标注并向社会公示,不再按照登记在册的个体工商户进行统计和登记管理。

市场监管总局介绍,个体工商户是我国数量最多的经营主体,是民营经济的重要组成部分。截至2025年3月底,我国登记在册个体工商户已达1.26亿户。

(北晚 张楠)

反对“舌尖上的浪费”

新版餐饮业新规昨起实施

商务部、国家发展改革委日前联合发布的《餐饮业促进和经营管理办法》(以下称《办法》)6月15日起正式实施。本次《办法》修订大幅增加了餐饮业促进内容,对完善餐饮业管理机制、促进餐饮业高质量发展具有重要意义。

此次《办法》相比以往还增加了促进餐饮业高质量发展的有关要求。同时,对部分餐饮经营要求进行了调整,删除了有关食品安全、标价、促销行为等相关法律法规已作出明确规定的具体条款内容。

此次施行的《办法》当中,还特别突出细化了反食品浪费的有关要求,《办法》对餐饮从业人员如何防止浪费提出了多项具体举措。

《办法》中指出,餐饮服务经营者在经营管理中,要全面贯彻反食品浪费理念,不得以任何方式诱导、误导消费者超量点餐;在具体经营时,应当合理配置小分量、多规格的菜品,通过在菜单上标注食品的分量、口味、建议消费人数等方式,为消费者提供点餐提示。餐饮服务经营者也可以对参与“光盘行动”的消费者给予奖励,根据消费者需要提供打包服务。

此次《办法》还对餐饮业健康规范发展提出了相应要求,鼓励餐饮服务经营者发展大众化餐饮、社区餐饮、绿色健康餐饮,提升服务品质,创新消费场景,丰富餐饮供给。同时,《办法》鼓励和支持餐饮服务经营者、行业协会挖掘、传承传统餐饮文化,开展餐饮业发展研究,推进餐饮业与农业生产、食品加工、旅游休闲等产业相互联动,加力推动餐饮业高质量发展。

(央视新闻)

第十七届海峡论坛大会在厦门举行

6月15日,中国残疾人艺术团在表演舞蹈节目《相印》。

当日,第十七届海峡论坛大会在福建厦门举行。

(新华社发)



开业输液半价? 医疗宣传别做成商场促销

■张悦

买一送一、半价出售,此类宣传语在商场稀松平常,但放在医疗机构就让人难以接受了。据报道,安徽肥东一诊所挂出“诊所开业(输液半价)”的横幅,引发网友质疑,“半价等于输一瓶送一瓶,患者看到心里不舒服”。当地卫生监督所称,诊所已撤掉横幅,初步要求其立即整改,并给予警告处分。

在服务业和零售业,商家半价促销,无非是吸引更多客流,以期商品卖得更快、卖得更多。诊所本该以救死

扶伤、防病治病为宗旨,拿输液半价当噱头,言外之意是患者输液越多越好、越多患者输液越好? 诊所工作人员称,主要针对常规感冒咳嗽等病症的输液治疗提供半价优惠,“只是一种宣传手段,让点利”。不排除诊所的出发点是单纯想给患者“让利”,但这种促销方式显然与诊所定位格格不入,也没有考虑患者的心理感受。医疗行业要为患者消除疾病,而不是通过患者患病牟利;从诊疗到开方都是严肃行为,不能拿某种治疗方式随意“买一送一”。拿输液来说,能不能输、输液多

少,有极为严格的诊疗流程。输液半价,有诱导患者之嫌。

“输液半价”的宣传语之所以触动公众神经,就是因为诊所经营者的商业思维。近年来,医疗机构类似的宣传不少。从张贴“生意兴隆”“日进斗金”“财源广进”的对联,到输液会员价68元的广告,都暴露出这些医疗机构“一切向钱看”的价值观。一旦把治病救人当成敛财招数,必然在乎“治病人数”而不是“治好人数”、在乎“获利多少”而不是“帮患者省下多少”,真正打折的就是医者仁心。

诊所的促销横幅需要撤下,更应该撤下的是促销观念。无论是诊所还是药店,从业人员都要提升职业素养。监管部门也应按照《医疗广告管理办法》等规定,引导医疗机构合规经营,不能让诊所开成商超,让医生变成促销员。

但愿世间人无病,何惜架上药生尘。医疗机构并非不可营利,也不能让患者得到用药实惠,前提必须是以病人为本、对生命持有敬畏感。医术精湛、医德高尚,明码标价、透明规范,才是对患者最大的尊重。