

新修订《住房公积金管理条例》通过审议

公积金将覆盖住房消费全周期

日前,国务院常务会议审议通过《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定(草案)》。住房城乡建设部相关负责人对本次修订的主要调整内容和公众关切的热点问题进行了解答。

本次公积金条例修订什么时候正式生效?现在就能装修、交物业费提取吗?

7月31日,国务院常务会议仅审议通过草案,草案还需要履行法定公布程序,正式施行时间以国务院后续公告为准。现阶段不能直接执行新规,装修提取、物业费提取、灵活就业自愿缴存等政策,要等到条例正式发布和各地配套细则落地后才可以办理,请勿轻信网传“马上办理”消息。

灵活就业人员以后可以缴纳公积金了?哪些人能参与?

修订草案明确,个体工商户、非全日制从业人员、网约车司机、外卖骑手等各类灵活就业人员,可以自愿参加住房公积金制度。自主选择缴存基数与缴存比例,正常缴存后,同等享受公积金提取、

公积金贷款政策。具体开户流程、上下限缴存标准,将由各城市人民政府制定细则。原有单位在职职工强制缴存规则保持不变。

公积金新增哪些提取场景?哪些情况可以提取?

提取情形由现行6类扩充至9类。保留原有情形:租房;购、建、翻建、大修自住住房;偿还房贷;退休;完全丧失劳动能力离职;出境定居。新增两类核心场景:①自住住房装修(设置提取额度上限);②支付自住住房物业费;同时增设兜底条款,预留未来保障性住房、老旧小区改造等提取空间。上述资金使用仅限自住住房相关支出,商铺、公寓、商业房产不在范围内。

装修提取公积金有什么限制?可以一次性全额取出吗?

草案明确装修提取设有总额/年度限额,具体限额由各地制定。同时各地大概率配套约束条件:仅限本人自住住房装修;部分城市可能要求无未结清公积金贷

款;需要提供装修相关证明材料。不支持无门槛全额取现,严禁伪造装修材料骗提公积金,违规将承担法律责任。

企业不给员工缴纳公积金,员工签署“自愿放弃公积金协议”有效吗?

协议不具备法律效力。为在职职工缴存公积金是用人单位法定义务,不因员工自愿放弃免除责任。单位少缴、欠缴公积金,公积金管理部门可责令限期补缴,拒不执行可申请法院强制执行。员工随时可以向公积金中心投诉维权。

公积金贷款办理会提速吗?异地买房使用公积金更方便吗?

草案优化服务时限:公积金贷款审批时限由15个工作日压缩至10个工作日。同时健全异地协同机制,持续推进全国公积金异地互认、异地提取、异地贷款,打通跨区域数据壁垒,方便跨城市就业人群使用。线上全程网办、掌上办理也将全面推广。

公积金提取用途扩大,会不会影响申请公积金低息贷款?

条例层面没有设置“提取资金就不能贷款”的统一禁令。但是各地可以自行制定差异化规则。部分城市可能对频繁大额提取、账户余额过低的缴存人,调整公积金贷款额度。大家办理提取前,建议提前咨询当地公积金中心。

网传公积金以后可以随意取现、不限用途,是真的吗?

这是不实消息。公积金资金属性不变,专款专用,仅限住房相关消费。本次只是拓宽自住住房相关使用场景,不是取消使用限制,投资、理财、购车、旅游等非住房支出依旧无法提取,监管、打击骗提骗贷力度持续加强。

退休、离职出境等原有提取政策会发生变化吗?

退休、出境定居、完全丧失劳动能力终止劳动关系等传统提取渠道继续保留,本次修订没有取消原有政策。原有刚需提取政策保持稳定,重点新增改善型住房消费提取场景。

据8月4日《北京晚报》



7月31日在云南省宣威市尼珠河大峡谷景区拍摄的“扶摇梯”(右)和“青云梯”两部悬崖电梯(无人机照片)。

云南省宣威市尼珠河大峡谷内,垂直高度288米的二号悬崖电梯“扶摇梯”近日正式投运,与2022年投用、高268米的“青云梯”并肩矗立,搭配一段高空缆车,将山乡学子单程3个多小时的求学路缩减至30分钟,托举起峡谷里孩子们的云端求学路。

新华社 发

中国消费者协会等提醒

私域渠道医药广告陷阱多

近期,中国消费者协会陆续收到消费者反映,大量医药广告通过微信群、企业微信客服等私域渠道传播。这类广告利用医疗从业人员作推荐、证明,宣称产品具备疾病预防或治疗功能,引发消费者对自身健康状况不必要的担忧和焦虑。经消费者向医生咨询确认,所购商品实为保健食品或不具备任何疗效的普通食品。

这类广告多采取企业微信客服私聊或微信群发送小程序链接的方式传播,消费者点击链接后,经小程序或公众号多次跳转至第三方页面,但通过微信搜索、浏览器输入链接或单独进入小程序均无法查找相关内容。链接有效期有限,到期自动失效或小程序注销从而无法观看,以此逃避监管。

部分商家还以“免费送鸡蛋”“社区

义诊”“老年福利会”等线下活动为诱饵,吸引消费者添加微信、加入微信群,随后诱导消费者进入私域直播间,通过“伪科学养生课”“专家一对一咨询”等形式进行消费欺诈。

私域直播间常以“亲情关怀”“健康咨询”“专家讲座”等名义,违规使用“包治百病”“根治慢性病”“替代药物治疗”等用语,或宣称“专家推荐”“祖传秘方”,利用“限时秒杀”“最后优惠”制造消费焦虑。

根据《中华人民共和国广告法》及相关法律法规规定,医药广告不得含有以下内容:表示功效、安全性的断言或者保证;说明治愈率或者有效率;与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较;利用广告代言人作推荐、证明。除医疗、药品、医疗器械广告外,其他任何广告不得涉及疾病治疗功能,不得使

用医疗用语。《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》明确规定,不得使用医师、患者等的名义或形象作推荐、证明。

中国消费者协会、中国市场监督管理学会提醒广大消费者提高警惕,科学理性消费。

警惕私域引流套路。对以“免费送鸡蛋”“社区义诊”“健康讲座”等名义开展的线下活动保持警惕,不随意添加陌生微信、加入不明微信群;对通过微信群、客服私聊发送的临时链接和小程序广告保持警惕,不轻易点击、不轻易购买。

认真核查产品资质。购买前查验商家营业执照、食品或药品经营许可证;保健食品认准中国保健食品的专用标志(俗称“蓝帽子”标志)及批准文号;药品

认准“国药准字”批号,并可通过国家药监局官网查询。

坚持正规渠道交易。选择信誉良好、资质齐全的正常平台和商家,警惕通过拉群、临时链接等非正规渠道交易;交易时保存聊天记录、商品链接、支付凭证,索要正规发票。

科学认识保健食品。保健食品仅具调节机体功能,不能替代药物治疗疾病。普通食品不能宣称具备保健功能,不得涉及疾病预防治疗功效。

依法维护自身权益。如遭遇虚假宣传或消费欺诈,可拨打投诉热线或通过全国消协智慧315平台向消协组织投诉,或向有关行政部门举报。金额较大、涉嫌刑事犯罪的,应向公安机关报案。

据8月5日《人民日报》