

线上免税店退货有利促消费

市场监管

在春节旅游消费旺季前,市场监管总局对中国中免、海南免税、中免日上、中出服免税、中侨免税、王府井、深圳免税、珠海免税、海旅免税、海控免税10家免税企业开展行政指导,要求他们严格履行网购7日无理由退货义务。目前,中免日上等企业已开始提供网购7日无理由退货服务。

按理说,能退货了,消费者应该“喜大普奔”。可奇怪的是,对线上免税店支持无理由退货,消费者却有不同反应:有的很开心,觉得可以放心冲,反正不合适可以退;有的却有点慌,主要是线上免税店的老客,担心退货产品进入市场进行二次销售,或者有人买真退货,导致自己买到退回的假货,甚至有人表示开放退货后自己就不敢买了。

消费者是不需要退货吗?当然不是。他们只是对开放退货后的购物环境有顾虑,对打击假货、保障消费者权益的力度不放心。这些表示“不希望退货”的消费者宁可主动放弃退货权,来保障自己买到真货。如果监管部门和免税企业能配合工作,打击假冒商品,强化供应链管理,继续保持免税店

眼下正是促消费关键期,免税经济偏向中高端消费,带动作用强,堪当大用。提升免税经济成色,不仅要监督免税店落实退货承诺,还要在生产、销售、售后等各环节齐抓共管,营造安全放心诚信消费环境,让消费者不再慌。

“无假货”的招牌,相信没有哪个消费者愿意放弃退货权。

眼下正是促消费关键期,免税经济偏向中高端消费,且带动作用强,堪当大用。这就意味着,提升免税经济成色,促进社会消费复苏,不仅要监督免税店落实退货承诺,还要在生产、销售、售后等各个环节齐抓共管,全力营造安全放心诚信消费环境,让消费者不那么慌。

虽然部分消费者有顾虑,但从业务增长、市场竞争及合规经营等角度看,线上免税店必须坚定地打开退货大门、提升服务水平。

近两年,出入境游客业务量显著减少,免税店吃不饱,免税企业开放了境内购,在中免日上、CDF会员购海南商城、CDF会员购等小程序、APP上,无需出入境手续,每一个中国网民都可以购买免税品。这相当于

免税企业把筷子从一口只款待出入境等特定人群的小锅,伸到了装着上亿居民网购消费的大锅里了。

由于免征数个重要税种,免税商品和普通商品往往差价颇大。比如很受消费者欢迎的雅诗兰黛小棕瓶,免税店小程序里,200ml售价1200多元,而官方旗舰店100ml售价就超过1800元,这个差价简直让消费者无法拒绝。所以,去年10月即有研报指出,线上渠道稳步发展,有望成为中国免税运营长期增长极。

不过,锅大了,围着锅吃饭的人也多了,而且个个是高手。竞争对手们在售后、客服方面已下了多年功夫,不仅支持网购7日无理由退货,有的还提供退货包邮、极速退款等服务,消费者体验较好。更重要的是,跟某些平台相比,免税店的价格也不那么美丽

了。比如同样是200ml小棕瓶,有的电商补贴之后只要800多元,如果拉两个朋友合买3瓶,更是低至600多元。相对于电商拼购,免税店的优势主要是可信度高。监管部门选在此时开展行政指导,正是注意到免税品网购“退货难”“退款难”等问题增多,督促免税行业将售后服务提升至电商行业平均水平,更好发挥质优价美优势,为促消费再添一把火。

马上就是春节假期,出入境游客数量猛增。出入境旅游放开后,中国的免税企业是在跟巴黎、东京等全球各地争夺游客消费。前有世界旅游目的地,后有电商追赶,免税店两头承压。通过开网店,曾经远在天边的免税店走进了大众生活,没有代购商挣差价,还促进了消费回流。下一步,把依法落实网购7日无理由退货的好事办好,消费者一定会捧场的。



城市绿色低碳发展是实现“双碳”目标的重要内容,也是城市高质量发展的重要体现。应强化规划引领,推动城市组团式发展,提高建筑节能标准,推广绿色低碳材料,为城市低碳发展提供中国样本。

日前,中国首个“低碳城市建设水平指数”公布。在全国36个大型城市低碳建设中,北京、杭州、南京名列前茅。近期,中央经济工作会议强调,要推动经济社会发展绿色转型,协同推进降污、扩绿、增长,建设美丽中国。城市绿色低碳发展是实现“双碳”目标的重要内容,也是经济绿色低碳发展、城市高质量发展的体现,控制城市碳排放将成为关键所在。

黄少中

随着城镇化水平的提高,我国能源消耗和碳排放越来越集中在城市地区。当前,中国城镇化水平已达到63.9%,大量能源、商品、食物消耗的终端用户在城市,大量污染排放产生于城市。可以说,城市碳排放最集中,减排任务也最重。城市能不能实现绿色低碳,在一定程度上决定了我国“双碳”目标能不能如期实现。

“双碳”目标的提出,为城市发展带来新的挑战与机遇。一方面,城市绿色低碳发展,要求以低碳理念重塑城市经济、市民生活及政府管理,用低碳技术改造城市,形成健康、简约、低碳的生产生活方式和消费模式,实现城市低碳排放,甚至零碳排放;另一方面,绿色低碳发展以人民生活幸福为目的,旨在为人民创造更多福祉和幸福感,因此须采取可持续发展战略,推广绿色发展模式。

在发展过程中,要注重各方力量参与,注重人民群众的感受,注重文脉传承与融合。持续强化规划引领,统筹推进,数字赋能及民生优先。赓续人文记忆,创造品质生活,打造经济繁荣、环境优美、人与自然和谐相处的美丽城市,塑造颜值与气质俱佳、魅力与活力齐发的新型城市形象,为世界城市可持续发展提供“中国样本”。

强化绿色低碳规划引领。绿色低碳规划是推动城市绿色低碳转型的首要环节。要将绿色低碳理念贯穿到规划、建设、管理等各个环节,以绿色低碳发展为引领,坚持改善生态环境,促进能源资源节约和综合利用,合理确定城镇开发边界,优化城市形态、密度、功能布局和建设方式。

推动城市组团式发展。城市组团式发展是现代城市发展的新趋势,有利于生产要素在更大范围和空间内优化配置,从而更好发挥城市综合承载和辐射带动作用。要积极开展绿色低碳城市群建设,跳出行政区划去审视城市规划和区域发展定位,最大限度减少低水平建设和重复投资,促进大、中、小城市与小镇协调发展、共建共享。

推广绿色建筑方式,提高建筑节能标准。绿色建筑是按照绿色发展要求,通过科学管理和技术创新,采取有利于节约资源、减少排放、提高效率、保障品质的建造方式,实现人与自然和谐共生的工程建设活动。工程建设各个阶段都应全面体现绿色发展理念。提升建筑节能,离不开完善先进的建筑节能标准。要进一步完善建筑节能与绿色建筑标准体系,开展绿色建筑评价标准、绿色建筑工程质量验收规范、建筑节能核算标准等制定修订工作,提升公益性和大型公共建筑节能标准。

深化可再生能源建筑应用,推广绿色低碳材料。加强可再生能源在建筑领域的应用,比如推动太阳能建筑应用、加强地热能等可再生能源利用、提升终端用能电气化水平等。此举可有效减少化石能源依赖,推动降低建筑运行过程的碳排放水平。建材行业是建筑碳排放的重要环节。要加大绿色建材产品和关键技术研发投入,鼓励发展性能优良的预制构件和部品部件,推进绿色建材产品标准、认证、标识推广应用工作,促进绿色建材广泛使用。

洞见

老字号如何“发新枝”

郝涛

近日,商务部、文化和旅游部、国家文物局联合印发《关于加强老字号与历史文化资源联动促进品牌消费的通知》,从加强老字号历史文化资源挖掘与利用、激发品牌消费潜力等方面,提出了一系列政策举措和具体任务,明确了相关工作要求,旨在不断满足百姓对美好生活的向往。

加强老字号与历史文化资源联动,对于促进消费持续恢复、实现历史文化资源的创造性转化和创新性发展具有积极作用。培育文化底蕴深、市场前景好的老字号品牌,推动老字号企业提升品牌价值和质量管理水平,既需要政府的引导支持,也需要老字号自身的守正创新,做到尊古不泥古、创新不失宗。

在守正中留住特色。守正才能不迷失方向,不犯颠覆性错误。但守正绝非因循守旧,而是坚守特色。老字号的优势在于历史悠久、世代传承、工艺精湛、口碑良好,具有鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史底蕴,具有广泛的群众基础和丰富的经济文化价值。与众不同恰是特色所在,差异发展方能优势长存。面对激烈的市场竞争,老字号要在现代社会中占有一席之地,必须走特色化发展之路,保留自身核心技术、品质,深耕细作、精益求精,呈现民俗风情,讲好中国故事,提升

品牌影响力和竞争力,加强与非物质文化遗产、文物等历史文化资源联动融合,把根扎进历史文化的土壤里,以中华优秀传统文化涵养高质量发展内生动力。

在创新中接续发展。创新才能把握时代、顺应潮流,这是企业经营的最重要品质、企业发展的核心竞争力。世界上唯一不变的是变化,创则新、变则通、通则达,老字号的出路在准确识变、科学应变、主动求变。让老字号“老树发新枝”,不能原地踏步吃老本、守摊子,而要与时俱进、推陈出新,展示新面貌、焕发新生机,将传统文化元素融入现代生产生活各方面。在传承历史文化精髓的基础上,老字号要想方设法服务市场这一导向、客户这一“上帝”,不断新技术与经营管理、产品与服务,把传统经营方式与大数据、云计算、物联网等现代信息技术结合起来,举办文化创意活动,联动文化旅游资源,顺应国潮消费趋势,丰富品牌消费供给,释放品牌消费潜力,打造消费新业态,营造消费新场景,更好满足人民的品质化、多样化消费需求。

传承是根,创新是魂,传承不守旧,创新不忘本。用品质铸造品牌、以品牌促进消费,守得住经典,做得了网红,才能让更多老字号“出圈”又“出彩”。



边角料食品质量不可打折

王铎

发军区域创新协同

陈强

近年来,全国不少地方在共建创新平台、共享大型科学仪器、搭建产业与企业联盟、建立科技成果转移转化示范基地、产业链跨区域协作、创新要素精准对接、跨区域联合授信等方面,开展了各具特色的区域创新协同实践,成效明显。

加强区域创新协同,是直面未来全球科技与产业竞争、提升国家创新体系整体效能的关键举措。区域创新协同不是简单的空间连通和规模叠加,而是通过对接优势资源,促进人才、技术、资本、设施、装备、空间、信息、市场等要素的共享,以思想碰撞、理念互鉴,以及知识生产、制度供给的交流互动,推动创新能力互补,从而激发科技创新的“场效应”。应从设施、制度和生态层面,采取一致行动。

一是设施统筹。如今,许多地方都有建设大科学设施和功能性平台的热情,加强统筹尤为重要。在规划布局方面,应注重统筹协调,聚焦区域共同需求,避免重复建设。建成后,应强化与需求侧的互动,提升服务运营效能。随着科学研究范式和技术突破路径快速迭代演进,应加快区域新型基础设施建设,构建具有数据归集、算法训练、算力调配、保密传输等功能的增强型赋能网络,实现更高层次的物理连通,夯实区域协同创新的设施基础。

二是制度联动。党的二十大报告提出,必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力。为强化“第一生产力”有效供给,应探索更具深度的合作模式和机制,共同推动特定领域的多

近段时间,火腿头、面包边等“边角料食品”人气颇高。所谓“边角料食品”,是由食品加工过程中产生的零碎材料制成,虽然外形不规整,但用料与正常产品一样,且价格低廉,不少消费者对其青睐有加。然而,个别商家销售的产品存在以次充好、不符合食品安全规定等问题。有些产品包装简陋,甚至没有生产日期、生产日期等必要信息,来源不明、收集方式未知。对此,消费者在选购产品时,应问清食品的生产及配料信息,要认准证照齐全、售后有保障的正规经营者,避免购买到“三无产品”。相关部门、行业协会也应逐步规范标准,加强行业监管,让消费者买得放心、得到实惠。

(时 锋)

引导更多中长期资金投向高端制造

聂无逸

制造业发展与技术创新息息相关,以资本市场为代表的直接融资切合高端制造业的资源配置模式。应依托资本市场,抓住技术创新的核心特征,做大做强产业集群,引导更多中长期资金投向高端制造业。

随着以注册制为代表的资本市场改革持续推进,科技、资本与高端制造业之间呈现高水平循环态势。近期,中国上市公司协会发布《中国高端制造业上市公司白皮书(2022)》。报告显示,我国制造业上市公司数量达到3313家,占A股全部的65.5%。其中,高端制造行业上市公司数量占制造业上市公司的65%。这充分表明,高端制造业不仅构成经济发展的重要支柱,还成为资本市场高质量发展的着力点。

多年来,我国制造业增加值连续稳居世界第一,但大而不强等问题依然存在。党的二十大报告提出建设现代化产业体系,并给出建设“六大强国”的明确任务,其中位居首位的就是“制造强国”。从制造业内部结构看,短板弱项主要集中在经济附加值高、技术含量高的先进制造领域,特别是以高精度芯片、高性能数控机床、高技术发动机等为代表的高端制造业,其总体发展水平依然落后于发达国家,“卡脖子”问题凸显。因此,无论是推动制造业高质量发展还是统筹经济与安全,进一步做强高端制造业都具有突出的战略意义。

高端制造业处于产业链顶端,汇聚了大量尖端科技与优秀人才,不仅需要雄厚的长线资金支持,更要有鼓励技术创新、重视人力资本、容忍试错失败的

投融资体制与企业文化。面对制造业转型升级、产业结构优化的战略任务,金融部门积极推动金融服务向制造业企业倾斜。央行和银保监会提出完善金融支持创新体系,引导更多中长期资金投向先进制造业和战略性新兴产业。证监会以推进注册制改革为抓手,持续优化多层次资本市场的制度建设,扩大先进制造企业的上市比例。交易所严把市场准入关,让真正有成长性的科技制造企业得到资金支持,让不符合要求的上市公司及时退市。总体来说,制造业发展与技术创新息息相关,以资本市场为代表的直接融资切合高端制造业的资源配置模式。

发展高端制造业,必须抓住技术创新的核心特征,聚焦产业基础再造工程和重大技术装备攻关工程,充分运用新型举国体制的制度优势,发挥企业的自主创新能力,形成共同攻克重大科技难题的组织模式和运行机制。在此过程中,应发挥好政府与市场的合力,依托资本市场,推动国企混改进度,有效整合社会各方资源,共同实施重大科技攻关。优化

科技人才管理机制,支持上市公司实施管理层激励和核心员工持股计划。提高对拟上市企业的研发投入比例要求,投入更多力量实施关键技术攻关和产业升级。

必须做大做强产业集群,做好链、强链和补链工作,鼓励更多中小企业向“专精特新”创新型企业发展。高端制造业通常更强调工匠精神和技艺传承,企业之间的专业化分工更为精细。从我国发展趋势来看,“专精特新”企业是未来产业链、供应链的重要支撑,强链、补链的主要力量。应进一步推动以北京交易所和科创板为代表的市场制度创新,主动服务那些真正拥有先进科技和工匠精神的中小企业。要坚决摒弃所有制歧视,大力加强民营科技企业的直接融资服务。

必须完整准确把握制造业高端化、智能化、绿色化的发展内涵。抓住新一代信息技术发展机遇,推动传统制造业与数字经济深度融合与创新。落实“双碳”目标和ESG企业发展理念,重点发展以新能源、新材料为代表的战略性新兴产业。资本市场相关方要对标新发展理念要求,不断调整优化融资服务模式,加强适配投资产品的设计与宣导。稳步推进资本市场国际化进程,发展以GDR和陆港通、债券通为代表的跨境融资和交易服务,助力高端制造业逐步迈向世界市场。