

消费日报

2019年10月28日

星期一

总第7586期

第4645期

今日8版

前三季度我国实物商品网上零售额达57777亿元

国家统计局消息,2019年前三季度,全国实现实物商品网上零售额达57777亿元,超过2018年全年的80%以上。从中国快递发展指数的分项指标看,9月份快递业务量预计完成56.9亿件,相当于2012年全年业务量。

(统文)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

坚定文化自信 把握时代脉搏 发出工美强音

首届中国工艺美术博览会即将开幕

经过了近一年的精心筹备,11月7日—10日,由中国轻工业联合会举办的首届中国工艺美术博览会(CACE)将在南京国际博览中心拉开帷幕。博览会将以高水平、权威性、行业突出、特色鲜明为目标,展示新时代工艺美术发展成就,推动行业繁荣发展,彰显中国传统文化自信。

规模扩容 让传统文化迸发神采

中国工艺美术博览会自启动以来,得到了广大工艺美术企业、产业集群、工艺美术大师和工艺美术从业者的积极响应。博览会报名火热,反响强烈,原定30000平米的展览规模,扩展至36000平米,满足了更多展商参展的需要。

不仅展览规模超出预设,参展作品更是匠心独具。有釉色满韵的艺术陶瓷、日用陶瓷和紫砂作品,有巧夺天工的石雕、木雕、贝雕、核雕、竹雕、微雕等雕刻作品,有玉绣金针的刺绣、织绣、织锦、织毯等织绣作品,也有百花争艳的文房四宝、香器漆器、文玩金器、珠宝首饰等金属漆器作品,还有文化深厚的红木家具和红木工艺品。展品有的来自工艺美术大师

力作,也有的来自推陈出新的文创产品。博览会力争呈现当前中国工艺美术发展的真正实力和水平,为坚定文化自信,深挖民族内涵,夯实文化强国建设根基提供广阔舞台,让传统文化持续焕发闪耀光彩。

高端权威 让大师作品代代传承

此次博览会,中国轻工业联合会携手中国工艺美术协会、中国工艺美术学会、中国陶瓷工业协会、中国文房四宝协会、中国家具协会、中国日用玻璃协会、中国轻工珠宝首饰中心、集中工艺美术大师、专家、院校、科研机构、特色企业等优势资源,凝聚行业力量,规范产品渠道,力争打造全国性甚至国际性的高端工艺美术展示交流平台。

博览会设有500平米的“中国工艺美术大师非遗传承基地作品展示专区”,集中展示传承基地的大师作品。49位中国工艺美术大师每人将展出两件最具代表性的精品力作。此外,博览会还设有600平米的院校展区,来自全国12个省市自治区35所院校同驻博览会,展出青年学生的新颖设计,展示工艺美术最新传承创新成果。

特色展区 让地方文化焕发新机

博览会设有集中展示地方风采的特色展区,全国三十多个工艺美术特色区域将组团参展。北京团、上海团、河北团、山西团、广东潮州团、台山团、福建泉州团、福州团、莆田团、山东淄博团、佛山团、江苏宜兴团、广西二轻联社团、陕西榆林团、云南建水团等地方代表团将组织产区出类拔萃的工美企业齐聚南京,展出最具代表性的优秀作品,带来难得一见、独具特色的地方文化。

开放多元 让匠心技艺充分交流

秉持开放、包容、多元原则,CACE将同期举办中国工艺美术传承与发展高峰论坛,来自清华大学美术学院、暨南大学文化遗产创意产业研究院等专业院校、科研机构的专家学者将和多位中国工艺美术大师共聚一堂,交流发展热点,剖析发展痛点,探讨发展难点,推动中国工艺美术行业高质量发展。

此外,展会期间,还将举办国家级工艺美术专业奖项“百花奖”评选、“百鹤杯”工艺美术设计创新大赛、全国陶瓷雕塑工职业技能竞赛、全国工艺品雕刻工职业技能竞赛、“云鼎杯”工艺美术

文创设计大赛等,展示行业发展活力,为工艺美术行业发展挖掘更多专业人才。

对接市场 让展品流通高质高效

CACE将对企业用户和消费者同时开放,采取观众邀请与展商邀请并重的模式,促进供需衔接,推动流通升级。

筹备期间,对展会进行了大范围、高强度、广覆盖的宣传,博览会在行业中反响热烈。开通的百鹤奖大众网上投票系统,搭建了全国工艺美术爱好者深度参与展会的线上渠道,展商的优秀作品将与社会大众有效互动。展会期间,人民日报、新华社、经济日报、中国工业报、消费日报、江苏电视台、南京电视台等权威媒体,将对展会盛况进行现场报道。与此同时,玩物得志、阿里拍卖、微拍堂、典匠中国四家直播平台将对博览会进行展前预播和全程直播。

展会期间,将邀请行业协会、专业院校、艺术品收藏家、博物馆、创意产业园区、著名旅游景区纪念品采购部门等B端客户,组织各类工艺美术从业人员、文创设计者、艺术品爱好者等C端客户,与展商高质量对接、交流、合作,真正推动市场高效流通,繁荣发展。(中轻)



聚合家电产业链众多主流企业及互联网科技生态企业
2019广东国际家电博览会举行

10月24日,由中国家用电器协会主办的2019广东国际家电博览会(GIHE2019),在广东潭洲国际会展中心开幕。中国轻工业联合会兼职副会长、中国家用电器协会理事长姜凤出席了开幕式。

2019广东国际家电博览会聚集了家电产业链众多主流企业及互联网科技生态企业,在中国家电行业转型升级的关键时期,充分展示了家电产业在互联网时代的创新发展水平。

中国家用电器协会副理事长徐东生在开幕致辞时表示,当前,中国家电产业正在面临深刻的变革,一方面,企业要升级制造水平、提升管理效率、加大技术研发、塑造更高质量的产品;另一方面,企业要进入品牌力竞争的时代,不断在国内外市场上强调品牌影响力,将产品力转化为品牌价值和效益,从而能够在全球化竞争的新时期发挥出创新的动力。这其中,一个重要的途径就是通过国际性展会平台,促进技术的跨界融合、展示企业的产品力,提高产业链条的质量和效率,打出中国家电的实力和品牌。

徐东生说,从目前的行业发展态势来看,素有“中国家电之都”的顺德,在家电企业的转型升级以及大力推动企业国际化发展等方面,依然走在了中国的前列。同时,广东家电产业也是我国实施供给侧改革、践行“一带一路”战略的前沿阵地,更是国家制定的“大湾区”战略发展的核心区域。因此,广东国际家电博览会应运而生。

徐东生表示,这一展会将不仅被打造成为能够展示全球家电及消费电子产业新产品、新技术、全面融合互联网、人工智能生态的展示交易平台,而且将对广东家电产业在制造力、创新力和影响力上起到重大的提升作用。

主题为“智享融合 智造未来”的GIHE2019,划分为品牌形象、厨卫电器、生活电器、家电产业配套4大展馆,参展企业超过450家。美的、海信、创维、格兰仕、奥克斯、万和、万家乐、华帝、小熊、奥马、西屋电气、艾美特、德尔玛、伊莱特、万宝、GMCC&WELLING、埃克森美孚等家电产业链主流品牌以及嘉腾、隆深、利迅达、华数等机器人制造企业汇聚一堂,共同展示中国家电企业上下游的创新活力,这些参展品牌带来千余款创新产品。

此外,展会还设置了多个主题展区,全面展示中国家电品牌在互联网AI科技时代的转型成果。

GIHE2019在呈现精彩的创新产品同时,也聚集了相关领域的精英举办了多场备受瞩目的论坛,其中包括“2019中国家电创新零售峰会”“制造升级国际高峰论坛”“智慧家庭高峰论坛”在内的多场活动均在展会期间举行。

随着“粤港澳大湾区”战略的深入实施,广东家电产业在中国创新型中的引领作用得到全面加强,家电产业链的整体水平在展会中展露无疑,而在AI人工智能与5G网络的融合加持下,以广东为突出代表的家电产业互联网生态圈也得以全面发展,这些成果均在GIHE2019上得到了充分的展示。(协展)

14部门印发培育建设国际消费中心城市指导意见

10月14日,经国务院同意,商务部等14部门联合印发了《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》,指导推进国际消费中心城市培育建设工作。

国际消费中心城市是现代国际化大都市的核心功能之一,是消费资源的集聚地,更是一国乃至全球消费市场的制高点,具有很强的消费引领和带动作用。国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要提出“培育发展国际消费中心城市”,《中共中央 国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》、《国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》,以及《国务院办公厅关于加快推动流通促进消费的意见》等文件,进一步明确了培育建设国际

消费中心城市的重点任务。

培育建设国际消费中心城市,带动一批大中城市提升国际化水平,加快消费转型升级,是贯彻落实党的十九大精神,推动经济高质量发展和新一轮高水平对外开放的重要举措,对于促进形成强大国内市场、增强消费对经济发展的基础性作用、更好满足人民日益增长的美好生活需要具有重要意义。

《指导意见》指出,培育建设国际消费中心城市的工作目标是,利用5年左右时间,指导基础条件好、消费潜力大、国际化水平较高、地方意愿强的城市开展培育建设,基本形成若干立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、吸引力的综合性国际消费中心城市,带动形成一批专业化、特色化、区域性国际消

费中心城市,使其成为扩大引领消费、促进产业结构升级、拉动经济增长的新载体和新引擎。

《指导意见》明确,培育建设国际消费中心城市重点任务有:一是聚集优质消费资源。引导企业增加优质商品和服务供给;发展品牌经济,吸引国内外知名品牌新品首发;加快培育和形成服务消费产业。二是建设新型消费商圈。打造一批具有较强国际影响力的新型消费商圈,推进智慧商圈建设;加快商业街提档升级,重点开展步行街改造提升工作。三是推动消费融合创新。推动实体商业转型升级,打造一批商旅文体联动示范项目;促进传统百货店、大型体验馆、闲置工业厂区向消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚中心等新型发展载

体转变。四是打造消费时尚风向标。培育发展一批国际产品和服务消费新平台;鼓励国内外重要消费品牌发布新产品、新服务;促进时尚、创意等文化产业新业态发展。五是加强消费环境建设。开展城市环境美化建设,提高服务质量和水平;完善便捷高效的立体交通网络;建立健全高效物流配送体系;健全市场监管和消费维权体系。六是完善消费促进机制。制定完善促进消费相关政策,提升城市消费竞争力。

《指导意见》要求,做好国际消费中心城市培育建设工作,要加强组织领导,商务部将会同相关部门统筹协调,推进;地方人民政府要指导试点城市制订培育建设实施方案。(商文)

北京预付卡7日内未用可无条件退费

为保护消费者合法权益,维护正常的市场交易秩序,北京市市场监管局修订了《北京市预付式消费类服务合同行为指引(试行)》。从10月24日至30日“首都之窗”及市场监管局网站公开征集意见。

应在显著位置明示经营场所租期

商家的租期临近,消费者却被蒙在鼓里毫不知情。针对这种问题,征求意见稿要求,租赁他人场地或者柜台的经营,应当在经营场所的显著位置标明租期期限。

此外,消费者有权要求经营者将口头承诺写入书面约定,并保存所有书面凭证以维护自身权益。

而经营者应当保存提供服务的明细记录,并确保信息的完整性、保密性、可用性。保存时间自交易关系终止之日起不少于两年。储值性或计次(时)性预付服务的明细记录,应当由消费者签字确认。

预付卡过期应提供激活、换卡服务

“预付卡办理后不退卡、过期后不延期”;“记名预付卡丢失、损毁后不补办”;

“预付卡过期后卡内资金归商家所有”……

很多顾客在消费的过程中,都碰到过类似的“霸王条款”。按照征求意见稿的要求,今后,这些商家单方面订立的“霸王条款”拟不得在预付式消费服务合同中出现。

征求意见稿提出,消费者在交付预付费用后7日内,尚未使用预付费用接受服务的,有权无条件解除合同,经营者应当一次性退还全部预付费用。消费者在交付预付费用后7日内接受经营者提供的免费体验或试用服务的,不影响消费者行使无条件解约权。在预付式消费合同履行期限内,经营者不得单方提高承诺的服务价格或增加服务限制条件。

经营者擅自变更服务地点、调整主要经营项目、提高承诺价格或增加服务限制条件等行为严重影响消费者利益的,双方应当协商解决;协商不成的,消费者可以解除合同,并要求经营者在扣除已消费金额后,一次性退还预付费用余额。

经营者不得为记名储值性或计次

(时)性预付服务设置有效期限。不记名储值性或计次(时)性预付服务的有效期不得少于三年;有效期届满后消费者仍有未消费的余额,经营者应当提供激活、换卡等配套措施。

未经同意不得发送商业信息

有消费者发现,随着钱包里办得卡越来越多,个人信息稍不留神就可能被商家泄露。为此,征求意见稿特别提出,经营者收集、使用消费者个人信息的,应当逐项征求消费者同意,不得采取一次性授权方式获得消费者同意,不得以默认、捆绑等手段变相强迫消费者授权,超出原约定范围的,应再次征求消费者同意。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密,不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施,确保信息安全,防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时,经营者应当立即采取补救措施。未经消费者同意或者请求,或消费

者明确表示拒绝的,经营者不得向消费者发送商业性信息。

停业歇业提前电话短信告知消费者

近日,拥有20多年资历的培训机构韦博英语被曝大量门店停课,一时间,已提前缴费购买课程的学员们陷入了投诉无门、无处追讨已缴学费的境地。

为了杜绝这一问题,征求意见稿提出,合同履行期限内,经营者因停业、歇业、服务场所装修迁移等情形中止履约,可能影响消费者合法权益的,应提前15日在经营场所显著位置持续公示有关信息,并采取必要措施保障消费者的合法权益,比如可以电话、短信、电子邮件等方式通知消费者。

消费者要求解除合同的,经营者应当扣除已消费金额后,一次性退还预付费用余额;消费者不要求解除合同的,有效期限相应顺延或由双方另行协商解决办法。

经营者因停业或注销需解除合同的,应当提前30日在经营场所显著位置持续公示有关信息,并采取必要措施保障消费者的合法权益,扣除已消费金额后,一次性退还预付费用余额。

经营者出让与预付式消费服务有关的业务时,该业务的受让人不得拒绝履行义务。(北新)



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可