

我国发明专利产业化率近五年稳步提高

本报讯 日前,国家知识产权局召开例行新闻发布会,公布《2022年中国专利调查报告》显示,我国专利转移转化总体成效稳中有升,知识产权保护环境持续优化。发明专利产业化率近五年稳步提高。2022年,我国有效发明专利产业化率为36.7%,较上年提高1.3个百分点;其中,企业发明专利产业化率为48.1%,较上年提高1.3个百分点,较2018年提高3.1个百分点。

(宗禾)

《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准发布

完善酒类电商销售和配送构架

本报讯(记者 贾洵文)日前,由中国酒业协会提出,中国酒业协会市场专业委员会、国际洋酒生产商会负责起草,北京京东世纪贸易有限公司、歌德盈香股份有限公司、酒仙网络科技有限公司、壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司、宝酝科技有限公司共同参与的《酒类电子商务平台销售及配送规范》(以下简称《规范》)团体标准正式发布,标准将于今年3月1日正式实施,具体内容可以在中国酒业协会官方网站和全国标准信息平台进行查询。

据了解,《规范》从企业社会责任的共性要求及酒类行业的特性要求等方面,对电子商务平台、服务商、酒类零售商等利益相关单位提出了指导意见,包含未成年人保护、理性饮酒宣传、教育与培训等相关内容。其中,在加强落实对未成年人保护方面,《规范》鼓励线上零售商采用适当的技术手段,对酒类购买人进行在线年龄验证,确认购买人已经达到18岁最低法定饮酒年龄,才可以进行销售;如果酒类商品的配送地点是学校、托儿所以及其他类似的机构或者单位,《规范》鼓励配送服务商应在配送前致电购买人,排除未成年人购买酒类的可能性。在理性饮酒宣传方面,《规范》鼓励线上零售商在酒类产品的展示页面,增加理性饮酒知识的分享内容,加大“请勿酒后驾车”的宣传力度,并在产品的展示页面进行明显标识。此外,《规范》还适用于希望采标的国际洋酒生产商会及其成员公司、电子商务平台公司、线上酒类零售商、相关配送服务商和行业内关键的利益相关方。

中国酒业协会表示,在综合电商平台与垂直电商平台迅猛发展的今天,酒类电商零售规模呈现持续增长态势。数据显示,2020年全球酒类市场在销售量整体下降6%的大背景下,酒类电子商务平台的销售量却增长了33%。然而,在电商平台酒类销量激增的大环境下,相应的销售监督与规范要求却并不完善。此次《规范》的制定,既符合我国现行法规,又借鉴了国外同行业的成功经验,《规范》以团体标准的形式,完善了酒类电商销售和配送的构架,有助于强化我国酒行业的自律能力,促进行业整体实现长期、稳定的发展。

2023年“欢乐春节”多场活动陆续登台

本报讯 日前,2023年“欢乐春节”新闻发布会在京举办。2023年“欢乐春节”由文化和旅游部指导,中国对外文化交流协会主办,“欢乐春节”线上线下活动丰富多彩,中国春节庆典、“新元贺岁 古韵新春”庙会、“欢乐春节 中国文化和旅游展播月”等庆祝活动将陆续登台。

文化和旅游部国际交流与合作局局长、中国对外文化交流协会副会长兼秘书长高政介绍,“五个一”是2023年“欢乐春节”重点项目的新意和亮点,即一位著名的“2023欢乐春节”文化大使——郎朗、一个新媒体账号、一顿不停息的全球年夜饭、一波中国好物和一场精神盛宴。其中,1月6日、7日在美国费城和纽约上演的“唐诗回响”音乐会由来自10个国家的15位青年歌唱家与费城交响乐团合作,用中

文演唱唐诗,将西方艺术形式与中华优秀传统文化精粹有机结合,充分展现音乐与诗歌的完美交融;1月14日,2023年“欢乐春节”启动项目“欢乐春节 和合共生”音乐会将向全球同步播出,音乐会由中央民族乐团、苏州交响乐团等统筹创排,融合了东方与西方、传统与现代的音乐文化,将为全球观众带来一场视觉、听觉、精神的盛宴。

据介绍,主办方将坚持弘扬平等、互鉴、对话、包容的文明观,持续与世界各国人民分享春节、端午、中秋以及中国音乐、美术、茶、太极等意蕴丰富的中华文化符号和文化载体,向世界提供更多优秀公共文化产品,促进全球文明交流互鉴,以文明交流超越文明隔阂,以文明互鉴超越文明冲突,以文明共存超越文明优越,为推动构建人类命运共同体注入持久动力。

(新文)

图片新闻

湖南双峰大红灯笼产销两旺



随着春节临近,灯笼销售即将迎来旺季。在湖南省娄底市双峰高新区一家企业车间,工人正在制作红灯笼。目前,该县各灯笼生产厂家加紧赶制拉丝灯笼、植绒灯笼、传统宫灯等灯笼产品,呈现出一派红红火火的生产场景。

(央广网)

2023年1月3日

星期二

总第8363期

第5422期

今日4版

消费日报

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 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

不得因消费者不同意处理个人信息而拒绝提供服务

最高法30条举措为消费者保驾护航

本报讯 日前,最高人民法院发布《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》(以下简称《意见》),从四大方面提出了30条具体服务保障举措,并且从消费端、生产经营端、市场秩序端三方面入手,加强消费者权益保护,保护企业产权、经营自主权和知识产权,维护诚信公平高效的市场秩序。

最高人民法院一庭庭长陈宜芳表示,《意见》对人民法院服务和保障全面促进消费、加快消费提质升级作了规定,涵盖消费端、生产端和市场秩序等方面。在消费端,着力保护人民群众“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”。严厉整治“霸王条款”、消费欺诈、预付式消费“套路”消费者等消费领域顽疾。通过加强消费者权益司法保护,让消费者放心消费。在生产端,依法保护企业产权、经营自主权和知识产权,鼓励公平竞争、科技创新,发挥供给侧对消费的支撑引领作用。在市场秩序方面,维护诚信、公平、高效的市场秩序,

助力加强消费信用体系建设,促进经营者诚实守信经营,保障消费者明明白白消费。

在北京社科院研究员王鹏看来:“随着疫情防控政策的不断优化调整,2023年扩内需促消费会成为经济的一条主线,如何更好地为促消费、扩内需、恢复市场提供很好的保障,是各部门尤其是司法部门需要重点关注的问题。”

由此,《意见》应声出台。其中,在加强消费者权益司法保护方面,《意见》提出以最严举措保护食品、药品安全,加强预付式消费中消费者权益保护,依法整治消费领域“霸王条款”;不得以商品已拆封为由主张不适用七日无理由退货制度,不能免免责条款对暴力分拣快递等故意或者重大过失行为提出免责抗辩,不得以消费者不同意处理个人信息为由拒绝提供商品或者服务;严格保护依法成立生效的房屋买卖合同,依法治理哄抬物价、收取高额快递费导致合同显失公平等侵害消费者权益的行

为;对未成年消费者、老年消费者和农村消费者权益保护作出特别规定。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为,保障消费的各个环节都十分重要,其一是在消费环节,通过解决消费者消费过程中遭遇的一些问题点、保护消费者权益能够提振消费者信心。其二则是在生产经营环节,保护产权,营造公平竞争环境,有利于产业行业良性发展,防止劣币驱逐良币,从供给端优化消费供给,让消费者享受到最好的消费体验。

《意见》在加强生产经营者权益司法保护方面提出,要全面依法平等保护各类产权,依法规范违法限制生产经营者、无理阻碍业主建设汽车充电设施的行为;依法惩治生产销售假种子、假化肥、假农药等农业生产资料、伪劣商品等违法犯罪行为;依法整治知识产权领域虚假诉讼、恶意诉讼、滥用诉权等不诚信诉讼行为;把握好平台经济发展

“红绿灯”,激发投资活力;依法保护新零售业态、共享经济、新个体经济。在维护诚信公平的市场环境方面提出,要依法规制平台强制“二选一”、刷单炒信、强制搭售等垄断和不正当竞争行为;积极对接消费领域失信名单制度,推动共建失信违法生产经营者信息披露平台,构建有利于增强消费信心的社会信用体系;妥善处理涉商品流通等案件,依法纠正违法设卡、阻碍物流等不当行政行为,推动跨区域物流畅通有序。

此外,《意见》中对提升司法服务水平也提出了相关要求,明确要准确适用在线诉讼规则、在线调解规则等规定,实现提升消费纠纷在线化解质效与保障人民群众合法诉讼权益相统一;完善消费民事公益诉讼与公益诉讼衔接机制,探索建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度和消费者集体诉讼制度,不断增加农村消费者司法服务供给。

(综合)

数读糖业

成品糖供应较为充裕 现货价格以稳为主

本报讯(实习记者 闫利)海关总署公布数据显示,2022年1—11月累计进口食糖475.2万吨,同比减少51.81万吨,降幅9.83%。2022/23榨季截至2022年11月累计进口食糖124.74万吨,同比减少18.69万吨,降幅13.03%。

布瑞克农业大数据报告显示,在期货方面,截至2022年12月23日,洲际交易所(ICE)原糖期货主力合约收

盘价为21美分/磅,较2022年12月16日收盘价上涨0.91美分/磅,涨幅为4.53%。伦敦白糖2022年3月合约收盘价为571.5美元/吨,较2022年12月16日收盘价上涨25.1美元/吨,涨幅为4.59%。郑糖主力SR2303收盘价为5777元/吨,较2022年12月16日结算价上涨45元/吨,涨幅为0.79%。在现货方面,2022年12月23日,我国白砂糖主产区均价为5709

元/吨,较2022年12月16日报价上涨8元/吨,涨幅为0.14%;主销区均价为5979元/吨,较2022年12月16日报价上涨3元/吨,涨幅为0.05%。

对此,布瑞克农产品集购网研究总监林国发分析称,ICE原糖飙升至21美分/磅,居2017年以来高位,配额外原糖进口完税成本达到了7100元/吨,较广西白糖价格高出1500元/吨。巨大的内外价差将限制2023年

一季度食糖进口量。目前,国内正处于榨季旺季,下游需求方面只有制药类行业用糖量偏大,其他行业需求还未出现明显好转。短期来看,原糖加工企业仍维持较高的生产水平,成品糖供应较为充裕,下游需求不足,现货价格以稳定为主。随着市场开始关注国内减产,需求将逐步恢复,2023年一季度食糖进口量下降,糖价仍有一定想象空间。

大,也将有力拉动家电消费。此外,随着房地产市场逐步回暖,家电消费将受到带动,出现明显增长。”

2022年,家电行业波折重重,相关企业面临业绩增长压力。从二级市场来看,格力电器、美的集团等公司股价走出下行曲线,估值减半。

中泰证券分析师认为,从业绩端来看,横向对比消费龙头,家电龙头估值尚在稀缺区间凸显黄金价值,后续随着消费补贴以及地产回暖的进一步拉动,家电行业边际改善后基本面弹性及情绪向上空间较大。企业应该把握“估值提升、国产替代、需求创造”的三重机会。

中国家用电器商业协会常务副秘书长张剑锋在接受记者采访时表示,纵观2022年,促消费政策不断出台、新国标发布均带动行业更规范地发展,技术迭代升级,智能高端家电出口火热反映市场还有空间等待激发。家电企业在激烈的同质化竞争中突围,要另辟蹊径,主动捕捉政策、行业、市场等方面的变化趋势,动态捕捉消费者的新需求点,并在创新领域走在行业前列。

(综禾)

工信部:拟出台措施规范APP安装卸载行为

本报讯 日前,工信部在官方网站公开征求对《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知(征求意见稿)》的意见。《征求意见稿》对安装卸载行为、优化服务体验、加强个人信息保护以及响应用户诉求等方面做出了相关规范。

《征求意见稿》提出,APP应确保知情同意安装。向用户推荐下载APP应真实、准确、完整地明示开发者信息、产品功能、隐私政策、权限列表等必要信息,并同步提供明显的“取消”选项,经用户确认同意后方可下载安装。不得通过“偷梁换柱”“强制捆绑”“静默下载”等方式欺骗诱导用户下载安装。用户浏览页面内容时,不得自动或强制下

载APP,或以折叠显示、主动弹窗、频繁提示等方式强迫用户下载、打开APP,影响用户正常浏览信息。无合理正当理由,不得要求用户不下载APP就不给看,或者不让看全文。除基本功能软件外,APP应可便捷卸载,不得以空白名称、透明图标、后台隐藏等方式恶意阻挠用户卸载。

(辛文)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

家电市场有望触底回暖

预计2023年家电零售额将同比增长3%

岁末年初,家电市场的未来走势也备受市场关注。家电与民生息息相关,家电消费是居民消费的重要组成部分,在稳增长、促消费、扩就业等方面发挥着重要作用。

“随着节前促销旺季来临,企业加速清库存,家电行业承压局面将逐步好转,产业长期向好的基本面没有变。”中国家用电器协会执行理事长姜风对记者表示,家电业要抓住促消费、扩内需的机遇,紧跟不断变化的市场需求,在高质量发展方面迈出新步伐。

近日,多家机构发布研报预测,家电消费市场有望触底并回暖。2022年12月27日,中金公司发布报告称,家电消费复苏是大势所趋,但消费短期或有波折,预计家电内需有望在未来一个季度至两个季度触底回升。华西证券也指出,从需求

来看,目前家电消费需求景气度还在左侧,随着国家强化内需,将扩大消费摆在优先位置,家电需求有可能获得释放,预计需求端的拐点将能带来家电行业的估值提升。中泰证券则认为,2023年可以更乐观,看好家电的顺周期板块弹性。

2022年以来,受多重因素影响,家电市场经历低谷期。全国家用电器工业信息中心数据显示,2022年一季度我国家电规模整体同比下滑12.3%,第二季度、第三季度逐渐恢复,前三季度市场规模达到5224亿元,同比下降8.9%。虽然前三季度整体规模下滑,但我国家电市场仍具有较强韧性,一些确定性成长机会正在出现。2022年“双11”及“双12”期间,多家家电零售企业线下门店的绿色节能家电、高端家电、智能家电销售额出现环比超120%的上涨,回暖迹象显现。



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

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤四:点击右上角“+关注”即可

● 消费日报社出版

● 副社长、总编辑:赵曦

● 副总编辑:刘丁 张丽娜

● 实习编辑:暴梦川

● 新闻中心电话:67605550

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:1元