



### 北京数字经济增加值占GDP比重超四成



每万人拥有5G基站数达49个，列全国第一；获准向公众开放的生成式人工智能大模型产品占近一半……

数字经济关乎发展大局，正在举行的北京两会传来消息：2023年，北京持续精心打造全球数字经济标杆城市，数

字经济增加值占地区生产总值比重达42.9%，有力支撑和推动首都高质量发展。

统计显示，2023年北京数字经济实现增加值18766.7亿元，按现价计算同比增长8.5%，提高1.3个百分点。

数字基础设施建设是数字经济发展的关键指标。2023年，北京新建5G基站3万个，每万人拥有5G基站数达49个，列全国第一；全球性能领先的区块链与隐私计算算力集群Hive“蜂巢”启用，工业互联网标识解析国家顶级节点（北京）累计标识注册量1262亿；算力基础设施实施方案，算力供给规模1.2万P以上。

在数字化转型方面，北京数字产业与产业数字化双向发力。“文心一言”“智谱清言”等24个获准向公众开放的生成式人工智能大模型产品占全国近一半；高级别自动驾驶示范区实现160平方公里连片运行，智能网联

乘用车、无人配送车等八大场景775台自动驾驶车辆在区内测试使用；103家企业完成智能工厂和数字化车间建设。

同时，北京智慧城市建设扎实推进。“京通”用户超过2200万、接入800余项市级服务事项及17个区级旗舰店，“京办”接入294个系统，“京智”接入22个决策专题。

根据2024年北京市政府工作报告，北京今年还将推动算力中心、数据训练基地、国家区块链枢纽节点等一批重大项目落地，启动高级别自动驾驶示范区建设4.0阶段任务，加快培育标杆性“数字领航”企业，推动全市感知设备设施共建共享共用等。

“加快建设全球数字经济标杆城市，积极布局数字经济关键赛道，以数字化驱动生产方式、生活方式和治理方式全面变革。”北京市市长殷勇表示。

(新华网)

### 数字人民币试点扩围至17省市26地 惠企便民亮点多

近日，记者在首批数字人民币试点城市苏州调研了解到，数字人民币应用场景拓展、使用体验升级的步伐正不断加快。数据显示，目前数字人民币试点范围已扩展至17个省市的26个试点地区，在惠企便民方面展现出颇多亮点和潜力。

“之前每次坐地铁都得提前开始找乘车码，自从办了数字人民币SIM卡硬钱包，手机碰一下就可以支付了。”在苏州地铁2号线骑河站，乘客袁晶将黑屏的手机往闸机轻轻一靠，地铁闸机便被刷开，整个进站过程十分“丝滑”。苏州轨道交通运营有限公司清分票务部副总经理吴超告诉记者，苏州轨道交通在全国首次以智能锁定方式，实现了无网无电状态下通过数字人民币SIM卡硬钱包直接进出地铁闸机的应用场景。

不断提升便民程度的同时，数字人民币在惠及企业方面也在不断发力。记者在苏州市相城区政务服务大厅看到，大屏幕上播放的数字人民币纳税缴费指引视频正吸引不少市民观看。据了解，相城区税务局已实现数字人民币纳税缴费

全税费种、全场景、全场所应用。

“我们公司从2023年1月起，就开始用数字人民币纳税缴费了。这是当年在办理涉税业务上最让我惊喜的一项举措。”苏州高铁新城创新创业投资有限公司会计冯洁琼一边向记者介绍，一边用数字人民币完成了公司2023年第四季度的税款缴纳。她坦言，由于企业日常经营中也较多使用数字人民币，当日常经营账户和缴税账户都合并到数字人民币账户后，不需要“两个账户来回倒腾”，工作方便了许多。

“我们自2020年起就开始探索如何使用数字人民币进行纳税缴费。数字人民币具有实时到账、低手续费等优势，可作为一种新型的税费支付方式，满足企业、个人多元化缴纳税费的需求。”国家税务总局苏州市相城区税务局党委书记、局长陈忠志介绍，截至2023年底，累计共有近2万户次纳税人缴费人使用数字人民币纳税缴费近200亿元。

除了纳税缴费外，数字人民币的综合化场景应用及相关金融服务也为企业带来了显而易见的便利与实惠。在黄桥

未来工场数字人民币试点示范产业园，集成园区管理、配套服务、员工消费的数字人民币消费闭环场景令人眼前一亮。相城区数字金融产业发展中心主任冯晓明告诉记者，数字人民币硬钱包发放已实现园区内全覆盖；企业也都开设数字人民币对公账户，实现部分工资以数字人民币形式发放；金融机构也为关联企业提供特色化金融服务。

“开通数字人民币账户后，我们企业可通过数字人民币缴纳房租、物业、水电等费用。通过数字人民币缴纳租金的企业可以享受每月1元/平方米的租金优惠。目前工商银行也对我们使用数字人民币贷款提供了优惠和便利。”国泰中耀产业园开发(苏州)有限公司相关负责人介绍。

相关数据显示，目前数字人民币试点范围已扩展至17个省市的26个试点地区。作为首批试点城市，苏州在数字人民币领域的上述创新探索与实践也成为全国各地加速推进数字人民币应用场景拓展的缩影。

“目前数字人民币应用场景已从个

人消费场景拓展到薪资发放、普惠贷款、绿色金融等对公企业服务，以及财政、税收、公用事业、电子政务、精准扶贫等政务服务场景中，为国家战略实施与金融服务实体经济提供有力支撑。”央行数研所副所长刘刚说。

近日各地加快推进数字人民币应用的消息频出。福建省已实现数字人民币全场景缴纳税费，截至2024年1月2日，全省累计办理数字人民币缴纳税费金额超360亿元；深圳市罗湖区日前发行全国首个“数字人民币商圈预付卡”；江苏省交出的“成绩单”则显示，2023年全省数字人民币消费金额全国第一，以数字人民币形式发放消费红包、补贴6亿元，下一步将深化数字人民币在智能合约、物联网支付、绿色发展等领域应用……

刘刚表示，数研所按照“十四五”规划稳妥推进数字货币研发工作，在顶层设计方面，努力打造满足公众需求的数字人民币，建设可靠稳健、快速高效、持续创新、开放包容的国家金融基础设施，为数字经济高质量发展提供基础支撑和有力抓手。(经济参考报)

### 头部电商平台相继修改售后规则 “仅退款”会成为电商标配吗？

商品货不对板、延迟发货？遇到这些情形，消费者可以在更多电商平台发起“只退款不退货”的申请。

近期，淘宝、京东相继修改售后服务规则，明确支持“仅退款”。此前，拼多多、抖音也已确定相关规则，让消费者享受更加顺畅的退款机制。

“仅退款”规则怎么看？带来哪些影响？会成为电商平台的标配吗？

#### 争夺用户 电商平台相继支持“仅退款”

“淘宝、京东支持仅退款”，不久前，电商平台的新动作，引发了大量消费者的关注。起因在于两家平台新修订的平台规则。

淘宝网网发布《关于变更淘宝平台争议处理规则的公示通知》。根据这一通知，淘宝将基于平台自身大数据能力，对卖家出售的商品形成多方位综合评估，如果认定近期出售的该商品存在描述不当、混淆误导、伪劣等情形，将对买家发起的售后申请直接作出快速退货退款或退款支持。

京东近日也修订了《京东开放平台售后服务管理规则》，新增退款不退货执行标准。京东在规则中称，商家交付给消费者的商品存在大量劣质、描述不符、包裹异常等问题情况下，综合判断后，京东有权决定是否同意消费者在退换货后执行仅退款或退货退款，以及交易纠纷环节的仅退款或退货退款。

而更早之前，抖音电商曾在2023年9月更新过一项关于“仅退款”的规定：如商品好评率低于70%，平台有权对该商品交易订单的售后申请采取支持消费者仅退款、退货退款包运费等措施，商品好评率连续7天恢复到70%以上可解除。怎么看待平台的新举措？中国国际电子商务中心电子商务首

席专家李鸣涛向记者分析，仅退款很早之前就存在，过去主要针对价格较低的商品或生鲜产品，商家在权衡退货所需运费和退回商品的价值之后，可能会倾向于接受“仅退款”这种售后方式。而“仅退款”作为一种平台规则出现，则是从拼多多最先开始的。单从争取和保护消费者的角度来说，这也让拼多多具备了规则上的优势。“近期，多家头部电商平台纷纷跟进，很大程度上是激烈市场竞争下平台争夺用户的结果。”李鸣涛说。

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，中国网络购物用户规模达8.84亿人，较2022年12月增加3880万人，占网民整体的82.0%。

“目前电商市场已经成为存量市场，电商平台为了留存用户，巩固市场份额，不得不持续推出新的举措，不论是比价格还是比规则，客观来说是有利于消费者的。”李鸣涛说。

#### 改善体验 让消费者购物更无忧

平台判定支持“仅退款”的依据是什么？根据平台发布的新规则，淘宝将通过卖家店铺品质指标、买家端的大量投诉、伪劣问题等单一或多维度相结合来判定。京东将根据消费者的反馈、投诉、举报，结合大数据对商家的交易行为、交易模式、账号历史记录等多个维度来判断。抖音电商则明确设定了商品好评率70%的界线。可以看出，消费者评价都是其中重要的权衡因素。

据一位京东内部人士透露，京东自营自2014年就推出了“仅退款”服务，并一直沿用至今。这次修订有关售后和纠纷处理规则，是进一步将“仅退款”从京东自营延伸到对入驻京东的商家也应用

执行，让用户在京东上实现更加全面广泛的无忧购物。该人士还透露，只要是有益于消费者的事情，京东一定会积极作出改变。

“虽然各家平台的具体实施细则和流程不同，但这意味着几家头部平台在规则上‘拉平’，在消费者权益保护方面站在了同一水平。”李鸣涛认为，这一规则在一定程度上是更加倾向于消费者的。

对网购的消费者来说，“仅退款”无疑是更大利好。“以前遇到商品有问题，虽然可以退货换货，但毕竟费时费力还要自掏运费”“有时虽然商品品质不佳，但考虑到本身价格便宜，也懒得折腾”“农产品或生鲜产品，受制于保存时间和冷链运输要求，退换货难度很大”……不少消费者认为，“仅退款”省去了和商家扯皮的时间，让购物时底气更足，维权更轻松。

在一些分析人士看来，从此前电商标配的“七天无理由退货”，到各大平台争相价格优势，再到“仅退款”，电商平台的竞争，已经进入到了提升消费体验、改善消费环境的更高阶段。

#### 优化机制 保护好商家合法权益

不过，平台支持“仅退款”，商家能不能“吃得消”？消费者权益与商家利益之间的天平如何平衡？

近日，就有商家在社交媒体上反映，顾客进行了“仅退款”操作后又将商品快递取走，商家白白蒙受损失。其实，关于“仅退款”的热议中，有不少就是担心助长“羊毛党”的风气，为某些人找漏洞、钻空子、不花钱白拿商品提供了便利，最后是平台赚名声，商家担损失。

有些商家提出了合理质疑：“平

台依据大数据来判断，但外部不了解过程，解释权始终在平台手里”“说是有标准，但仍然不够清晰”。还有人担心，长期下去，商家会不会将仅退款的损失纳入运营成本，最终由每一位消费者埋单？

“‘仅退款’规则推出之前，平台上的职业打假人、羊毛党等现象就不同程度存在。目前来看，‘仅退款’的确面临如何进一步规避这些情形的问题。”李鸣涛认为，各大平台要在实践中不断完善流程和规则，一方面，要有针对不同消费群体群体的防范机制，比如对于大量申请“仅退款”的用户，可以进行标记；另一方面，要留给商家申辩和反馈的空间与机制。此外，目前“仅退款”的认定还是平台说了算，未来可以考虑引入行业协会、消费者协会等第三方机构，充分保护商家和消费者的合法权益。

换个角度看，“仅退款”也是对卖家商品质量和诚信经营倒逼。“‘仅退款’是一种警示，时刻提示商家要更加注重商品和服务的质量，重视用户评价，诚信经营，让消费者放心消费。”李鸣涛说。

在一些业内人士看来，“仅退款”机制作用下，电商行业长期存在的虚假宣传、刷单炒信、价格欺诈、以次充好、货不对板、假冒伪劣等问题有望进一步得到遏制。不过，实践中如何平衡好消费者权益与商家利益之间的天平，既让消费者敢于消费，又让平台商品和服务供给更上层楼，需要电商平台认真考量。

“仅退款”会成为电商标配吗？在李鸣涛看来，对大平台会成为普遍规则，但对于垂直、细分的中小电商平台则未必。“长期来看，平台最根本的还是要突出自己的独特价值，不断满足消费者的需求，比如通过引入人工智能、大数据等技术适应不同人群的个性化需要。”他说。(人民日报海外版)

### 《快递市场管理办法》将于三月一日实施 暴力分拣快递面临处罚

近日，交通运输部公布了新修订的《快递市场管理办法》(以下简称《办法》),将于2024年3月1日起施行。

交通运输部相关负责人介绍,原《办法》作为实施快递业监督管理的重要制度之一,于2008年7月公布施行,2012年进行了修改,其对促进快递业健康发展发挥了重要作用。但随着快递业发展,新情况、新问题不断出现,此次修订后的《办法》共9章57条,主要包括:明确促进快递发展的保障措施,建立绿色低碳发展的制度导向,优化快递市场秩序的规制方式,加强消费者使用快递服务的权益保护,体现快递安全发展的制度要求,完善快递行业治理的制度手段等。

在行业规范方面,《办法》提出诚信经营原则,规定经营快递业务的企业应当按照法律、行政法规的规定,在门户网站、营业场所公示或者以其他明显方式向社会公布其服务事项,明确了服务地域事项公示或者公布要求,细化了企业服务质量管理和作业规范要求。

在加强消费者使用快递服务的权益保护方面,《办法》提出了多项新规。其中第五十四条规定尤为受到关注,经营快递业务的企业有下列情形之一的,由邮政管理部门责令改正,予以警告或者通报批评,可以并处一万元以下的罚款;情节严重的,处一万元以上三万元以下的罚款;未经用户同意代为用户确认收到快件的;未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件的;乱扔快件、踩踏快件的。

在绿色环保方面,《办法》强调了绿色发展原则,规定经营快递业务的企业应当坚持绿色低碳发展,落实生态环境保护责任制度,有效节约资源,避免过度包装。

另外,《办法》明确要求,任何单位和个人不得非法使用、倒卖快递运单。经营快递业务的企业应当建立快递运单(含电子运单)制作、使用、保管、销毁等管理制度和操作规程,采取加密、去标识化等安全技术措施保护快递运单信息安全,保证快件可以跟踪查询等。

“快递送到家,极大地方便了消费者。可是实际上有的快递员根本做不到,擅自就把快递放到驿站,然后给我发个短信让我去取。现在垃圾短信那么多,我未必能及时看到通知,特别耽误事儿。我相信,这个规定能让快递员小哥收件时的行为更加规范。”北京消费者刘先生在接受记者采访时,对《办法》的出台表示支持。

也有快递小哥向记者表示:“有些客户很反感我们打电话,不愿意被打扰,也经常不接电话。但是新规定出台后,我们会多加注意,还是要事先征求客户的同意再放快递柜。”

业内人士认为,《办法》聚焦了近年来快递业在服务品质、运行安全、市场秩序、生态环保等方面反映出来的突出问题,有针对性地健全相关制度安排,以更好适应快递市场监督管理工作实际需要。《办法》的出台,对快递企业服务方式提出了新要求,强调了用户同意在快递服务中的重要性。这无疑会促使快递企业加强终端投递管理,规范快递员操作,同时,也会增强快递员的服务意识,推动快递行业回归“以人为本”。

中国快递协会法律事务部主任丁红涛指出,此次新修订的《办法》将进一步促进快递业的高质量发展,也将进一步促进邮政管理部门、行业协会、快递企业、消费者、电商平台之间的良性互动。

(中国消费者报)

#### 声音

### 电影开场可退票 倒逼电影提升质量是否可行？

近日,长沙部分影院试点电影开场30分钟内可退票。对此,有人表示可借此倒逼烂片,但也有人心心“观众无理由退票”会影响影院正常运转。网络上,大部分网友表达了对长沙观众的羡慕,并建议全国推广。

一直以来,电影票改退票难是多年的顽疾。国家广电总局《影视计算机售票软件系统技术规范》规定,售票软件应具有退票功能,并建立相应退票记录。但影院标注“不支持退票”“只改不退”等相关条例已成常态,可以退票时也是手续繁多。即使电影宣传片与正式影片不符,观众也只能“哑巴吃黄连”。因此,退票无疑是保护观众权益的一项制度,在电影界开始推行,观众根据影片质量决定去留,缓解了此前为“烂片”买单的难题。尊重消费者不再只是一句口号,现代商业模式下只有用心做服务才能留住客户,电影行业也在积极尝试转型。

然而,影片中途退票是否切实可行还有待考量。由于影院开始放映后影厅处于黑暗环境中,观众若中途退票势必会打断他人观影,影响其他观众的观影体验,甚至影响影院的秩序。除此之外,在尊重消费者权益之余,也应该考虑是否会存在部分人“恶意退票”的现象。票房的数据与演员息息相关,难免不会

发生因为粉丝个人喜恶而出现购票后故意退票,提高影片退票率的现象。把受众的体验感作为消费的标准是一件好事,但是对于退票流程的处理也应该进行更加细致地思考,如可以限制消费者在一个月内或者是规定时间内的退票次数,防止“恶意退票”现象出现。

无论怎样,开场后允许退票对于影片质量是一场极大的考验,能够倒逼电影行业更注重影片自身的品质,这也是此制度实行的初衷。但是,以30分钟来衡量电影质量可能会有失偏颇,造成好电影被“误读”,也可能会造成影视制作方急功近利,在前30分钟做足功夫,后续“拉胯”。电影作为一部完整的艺术作品,其好坏需要完整的观影过程才能进行评价。诸如悬疑、警匪类的电影通常在结局产生高潮,此种退票机制不免会影响该类型电影的票房,甚至导致同期电影为了吸引观众而出现“虎头蛇尾”的现象。

推行退票制度,让消费者的权益不断得到保障与尊重,是社会进步的体现。“开场后30分钟可退票”这样的操作模式是一次有益的尝试,让观众看到了商家和制片方为保障观影体验所做出努力,同时也为电影行业的发展提供了新的思路。但其是否可行,还需要时间的检验。(中青网)