

《贯彻实施质量发展纲要2014年行动计划》发布

加快建立优胜劣汰的质量发展市场机制

新华社北京5月7日电 近日,国务院办公厅印发《贯彻实施质量发展纲要2014年行动计划》(以下简称《行动计划》),对2014年贯彻落实《质量发展纲要》的工作重点做出明确部署。

《行动计划》细化制定了4个方面15条共77项具体任务,强调要加强重点领域质量安全监管。包括:加强食品、农产品以及消费品等重点产品质量安全监管,开展食品和农产品农兽药残留、有机污染物、包装材料污染物、加工过程产生的有害物质、食品添加剂风险监测和监督抽检。完善学校食品安全相关制度措施。加强进口食品农产品监管,全面实行境外婴幼儿配方乳粉等乳制品生产企业注册。突出对儿童用品、车用汽柴油等消费

品的监管。围绕解决好“三农”问题,开展农资、电线电缆等产品专项整治。围绕关系人民群众切身利益的热点领域,要求在保障性安居工程、公共建筑为重点,开展全国建筑工程质量监督执法检查。开展农村人居环境整治。突出对公众聚集场所特种设备的质量安全监管,加快客运索道等使用单位安全管理标准化建设和电梯应急处置平台建设。《行动计划》还针对当前百姓关心的环境污染问题,部署以治理雾霾为重点,促进大气环境质量改善。

《行动计划》明确要求完善质量升级的配套措施。在推动制造业质量升级方面,要求制定关于加快制造业质量升级促进经济持续健康发展的指导意见。强化对新一代移动通信、集成电路、大数据、先

进制造、新能源、新材料的质量安全监管,推动产业发展从国际产业分工低端向高端提升。对钢铁、水泥、玻璃、陶瓷等高耗能高污染高排放行业严格企业准入和强制退出机制。在提升服务业质量方面,要求完善服务质量标准体系,开展服务业质量测评机构采信管理。探索电子商务产品质量监管新模式,促进网络购物发展。同时,要求引导企业加强品牌建设,制定发布品牌价值评价和品牌管理体系国家标准,推动开展自主品牌价值评价。

《行动计划》提出要建立优胜劣汰的质量发展市场机制。要求加快质量诚信体系建设,发布企业产品质量“红黑榜”,加大对质量违法案件和质量失信企业的曝光力度。严厉查处利用网络、电

视购物等渠道销售假冒伪劣商品、侵犯知识产权等违法行为。以医疗、药品和保健食品广告为重点,加强广告日常监测检查和监督管理。同时,逐步建立企业产品质量与服务标准自我申明公开制度,开展企业公开承诺采用标准与社会监督试点。落实企业产品质量担保责任,探索实施质量问题先行赔偿、质量责任保险、质量安全约谈等制度。

《行动计划》的重点任务之一是组织国务院有关部门对各省人民政府质量工作进行考核,强化质量治理体系和能力建设。要求国务院有关部门指导地方政府将质量工作纳入市、县政府绩效考核范围,引导各级政府转变发展方式,以质量提升推动各地经济社会科学发展、健康发展。

权威发布

第二批冻猪肉收储将启动

生猪价格正逐渐止跌企稳

本报北京5月7日讯 记者林火焯报道:国家发展改革委有关负责人今天表示,国家将于近期启动第二批中央储备冻猪肉收储,以缓解生猪市场价格的周期性波动。

据介绍,今年3月底,为防止生猪价格过度下跌,维护养殖户利益,促进生猪生产稳定发展,国家有关部门按照《缓解生猪市场价格周期性波动调控预案》规定,启动了第一批中央储备冻猪肉收储。4月份以来,随着收储工作的落实,生猪市场出现积极变化,生猪价格逐渐止跌企稳。截至4月30日,全国平均生猪出场价格为每公斤11.14元,结束连续19周下跌,比上周小幅回升0.85%。

上述负责人表示,由于猪粮比价仍明显低于预案设定的6:1盈亏平衡点,生猪养殖依然亏损较多。因此,国家将于近期启动第二批中央储备冻猪肉收储,以促进生猪价格合理回升,维护养殖户利益,稳定生猪生产。

4省区临时收储玉米6919万吨

收购量创历史新高

本报北京5月7日讯 记者常理报道:根据中储粮总公司统计,截至2014年4月30日,在内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江4省区累计完成玉米临时收储6919万吨,收购量创历史新高。

记者了解到,去年秋粮上市后,受到粮食丰收、国内需求不旺、国际市场冲击等因素综合影响,玉米市场价格一度低于国家确定的政策性临时收储价格。为保护种粮农民利益,根据国家发改委等部委《关于做好2013年秋粮收购工作的通知》等政策规定,中储粮总公司作为政策性收购执行主体,从去年11月开始,在内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江4省区陆续启动了玉米临时收储。政策规定,临时收储全面截止的日期为2014年4月30日。

随着政策性收购全面结束,中储粮总公司将积极配合有关部门开展联合验收,认真履行监管职责,确保政策性粮食数量真实、质量良好、储存安全。

《中国宽带速率状况报告》发布

一季度浏览首屏平均2.31秒

本报北京5月7日讯 记者谭辛报道:据宽带发展联盟今日发布的《中国宽带速率状况报告》显示,2014年第一季度,我国固定宽带互联网用户进行网页浏览的平均首屏呈现时间为2.31秒,网络平均可用下载速率达3.71Mbit/s(兆比特每秒)。与2013年下半年报告的数据相比,一季度我国网络平均可用下载速率提速5.1%,平均视频下载速率提升幅度达21.5%。

报告显示,上海和北京以超过5Mbit/s的下载速率领先全国;福建、江苏、四川和浙江紧随其后,均在4Mbit/s以上。从全国情况来看,东部地区的可用下载速率明显高于中西部地区,表明宽带速率与地区经济发展水平关系密切。

宽带发展联盟相关负责人表示,随着“宽带中国”战略的持续推进,我国宽带网络发展水平将进一步提升,宽带用户所能体验到的网速也将持续改善。

会展信息

第十七届科博会5月13日在京举办

本报北京5月7日讯 记者杨学聪报道:由科技部、工业和信息化部、国务院国资委、中国贸促会、国家知识产权局和北京市人民政府共同主办的第十七届科博会将于5月13日至18日在京举办。

据了解,本届科博会是以“创新驱动、融合发展”为主题,突出展现科技创新与经济社会深度融合的发展趋势,全面展示最新科技成果、传播前沿思想理念、促进国际经济技术合作。今年科博会将分别设置海洋科技与经济、智慧北京、新能源汽车、节能减排技术等主题展区,届时参观者可尽享“科技盛宴”。

国际“清食展”5月15日青海开幕

本报西宁5月7日电 记者马玉宏 石晶报道:2014中国(青海)国际清真食品及用品展览会将于5月15日在青海国际会展中心开幕。本届“清食展”最显著的特色是抓住丝绸之路经济带建设机遇,主动融入其中。

青海具有独特的“向西开放”的地域优势及战略通道。为此,青海积极邀请丝绸之路经济带沿线的国家和地区参加“清食展”,目前已有25个国家和地区的驻华大使、政要和商务参赞以及数百名参展商、采购商确认将前来参加“清食展”。

第三届京交会5月28日在京举行

本报北京5月7日讯 记者李予阳、实习生白文站从商务部日前举行的京交会新闻发布会上了解到:由商务部和北京市人民政府共同主办的第三届中国(北京)国际服务贸易交易会(简称“京交会”)将于5月28日至6月1日举行。

京交会组委会相关负责人倪跃刚介绍说,第三届京交会将由126场活动组成。截至5月4日,第三届京交会注册客商和代表已超过1.12万人,分别来自86个国家和地区,参展企业达1553家。

本版编辑 秦文竹 常理

互联网思维引领设计产业“聚变”——

设计消费有望迎来爆发式发展

本报记者 金晶

经济发展 / 新亮点

5月5日,北京国际设计周与天猫共同发布了一款“设计猫(design mall)”,定位于“设计的综合体”,分为线上和线下两大部分。这也是设计消费“触网”尝试O2O模式的一次实践。人们关于设计消费的思考和探索,不但带来设计业从小众“圈内”到大众“圈外”的转变,也为我国电商业实现自身转型升级提供了有益启示



据北京设计周运营总监张欣介绍,“设计猫”分为线上和线下两大部分。线上部分主要为销售上千款国内外设计品的天猫旗舰店,提供购物场景;线下部分则落实于集设计消费、展览、设计师交流、社交、餐饮、艺术表演为一体的设计展会,提供消费体验。在传统设计流程中,消费者往往不参与创作流程,只在最终销售环节对已经制作成型的设计品,然后根据既有因素做出购买判断。而“设计猫”则提出,为“设计消费”行业打造独有的商业模式闭环,即从设计创意到产品开发、生产、销售、设计师互动

再形成新的设计创意,打造消费者可以参与和互动的流程。消费者不但可以开拓思维,像设计师一样去思考所需,还可以与设计师交流,对最终产品提出个性化修改意见。此外,结合在线支付等互联网、移动互联网技术,设计消费的支付模式、营销方式也将有所突破。

国务院此前发布的《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,明确要求加快推进文化创意和设计服务与实体经济深度融合,这将为设计消费带来更广阔的发展空间。

潜力待放

北京工业设计促进中心主任陈冬亮告诉记者,他们与北京市统计局合作开展了调查研究,初步显示仅北京地区目前就拥有20000多家各类设计创意企业,专业从事设计活动的人员总数约达20万人,2013年北京设计产业收入超过1200亿元。北京国际设计周去年在短短一周内吸引了600多万观众,交易额超60亿元。

但由于长期以来缺乏资金和市场平台的支持,很多国内优秀的设计只能停留在稿纸阶段或生产一两件样品。“只有能够量产的设计才能称为设计产品,不能量产的设计只是作品。”LEXON创始人Rene Adda曾在中法设计高峰论坛上说。

对于很多设计师尤其是年轻设计师来说,将作品变成产品是一道坎。这也使设计业常常被误认为是特定“圈内”人参与的“小众游戏”,产业和消费市场的活力远未释放出来。

“触网”互动

这些年,无论是日渐成熟的北京国际设计周,还是刚刚起步的深圳设计展,都在试图搭建设计与大众消费对接的平台。而与互联网的融合将加速设计消费的“成长”。

“中国有大量本土设计师和原创设计品牌,我们愿搭建通路,让消费者在互联网上认识、了解这些品牌,最终消费、购买这些品牌。”天猫CEO王煜磊告诉记者。拥有7万多个品牌的天猫,在其线上产品交易分析时发现,与设计相关的“时尚商品”的成交占比,已经超过总成交量的50%。王煜磊说,

“天猫2014年度核心的战略之一,就是品牌时尚化。”

“这种合作会将中国的设计消费带入互联网时代。”北京国际设计周组委会副主任孙群表示。网购设计产品,并非简单将此前线下的交易转移到线上进行。设计消费“触网”后真正的爆点,是引入互动,是一种消费模式的再造。

我国电子商务发展十数年,互联网消费人群的消费心理也在发生变化,从适应网上购物,到挑选性价比比较高的产品,再到现在已开始迈入个性化消费的“大门”。

一方面,人们的购物行为有时已不仅仅是在买商品,而是通过购买表达其对商品背后蕴含理念的认同。对这种消费心理的把握,在电动汽车特斯拉、小米手机、乐视超级电视,以及“褚橙”、“蜜桃”、“潘苹果”等产品的营销中,都一并被应用。另一方面,互联网的便捷性、移动互联网的直达性,也使购买者参与产品设计过程成为可能,且互动操作越来越简便。

“设计不能再限于工作室中的自我诠释,继续闭门造车、曲高和寡了。它应该倾听大众的声音,满足消费者的实际需求。”ACF设计产业集团创始人王昕感叹说。

“双向”升级

“一群相互不认识的 design 爱好者,可

点研

“互动”使设计产业从此不同

岩泉

信息互动高效传达成为可能。当设计消费开始走出小众面向大众,了解了消费者的个性化需求后,产品“创意不够”和市场“同质化竞争”等问题也会有所缓解。这个过程互惠双赢。

当然,如果我们再考虑得长远一些,在互动模式下,消费者与设计师共同开发设计产品,其版权归属也应做出相关约定。打好这个基础,将有利于在激发大众创造热情的同时,保护各方的创造权益,进而形成产业发展与市场生态的良性循环。

链接

国家出台政策鼓励文化创意和设计服务产业发展

——以打造品牌、提高质量为重点,推动生活用品、礼仪休闲用品、家用电器、服装服饰、家居用品、数字产品、食品、文化体育用品等消费品工业向创新创造转变,增加多样化供给,引导消费升级。支持消费类产业提升新产品设计和研发能力,加强传统文化与现代时尚的融合,创新管理经营模式,以创意和设计引领商贸流通业创新,加强广告营销策划,增加消费品的文化内涵和附加值,健全品牌价值体系,形成一批综合实力强的自主品牌,提高整体效益和国际竞争力。

——推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措,是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求,是促进产品和服务创新、催生新业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活水平的重要途径。

——摘自《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》