

市场监管

小龙虾爱上预制菜的启示

5月份,小龙虾如期而至,身价却没降。据美团外卖数据,5月初小龙虾上市,4天累计售出超3770万只。可看价格,一份10多只小龙虾动辄售价150元左右。还有的餐厅按大小论只卖,6元至20元1只。这就让人纳闷了:说好的“小龙虾自由”在哪儿呢?

对比餐厅价格,预制菜里的小龙虾就便宜多了。今年,美团买菜、叮咚买菜、盒马、天猫等APP都在力推预制小龙虾,有的平台在促销时,700克重的预制小龙虾一盒只要25元。数据显示,仅叮咚买菜5月份第一周就售出超过1200万只小龙虾。小龙虾“爱上”预制菜,是相关企业集体用脚投票的结果。我国小龙虾养殖面积逐年增长,年产量已超过200万吨。集中上市的小龙虾有三个烦恼:一是旺季明显,5月份出水,8月份下潜,小龙虾门店普遍做半年歇半年,淡季往往只能靠罗氏虾、牛蛙等撑场面;二是生鲜清洗、烹饪工序复杂,家庭餐桌这个大市场还没有打开;三是行业天花板有点低,餐厅接待能力有限,单店做不出大品类。

预制菜化解了小龙虾的“烦心事”:生

食品安全是不容触碰的底线,也是参与市场竞争的起跑线。企业还需自加压力,实施更高水平的企业标准,从品质、工艺、口味、售后、性价比等各方面发力,用更干净的配料表让消费者安心。

虾加工冷冻,全年都能售卖;消费者加热即可食用,方便快捷。因为工业化批量生产,预制小龙虾成本相对下降,大多数消费者都吃得起。据初步测算,2022年我国小龙虾产业总产值达4466.8亿元。这个千亿元级别的市场早被预制菜企业看中。凭借受众广泛、产量稳定、加工后口感损失较小的优势,小龙虾一直稳居预制菜前三。与餐厅相比,预制菜企业通常有更完善的研发和供应链,今年新出的冷吃百香果、冬阴功、湘辣咖喱等多种新口味小龙虾,仿佛给消费者开了一家冰箱里的龙虾馆。

预制菜便捷、实惠,但消费者也有顾虑,主要是担心添加剂多,不如现炒的安全;经调味烹煮后,看不到食材品质如

何;有的预制菜看起来一大盒,解冻后“干货”却没多少。这些问题不仅绊住了小龙虾,也成为预制菜普遍面临的质疑。

预制菜是餐饮消费复苏的“主菜”之一。伴随产业飞速发展,一直有声音呼吁出台预制菜标准,强化生产许可审查。不过,从上海、新疆、大连、浙江等地已出台的预制菜生产许可审查方案来看,监管部门大都认为没有必要出台新的管理措施,而是按照之前的《食品生产许可分类目录》,将预制菜分为速冻预制菜、冷冻预制菜、冷藏预制菜、常温预制菜等进行监管。比如,冷冻预制小龙虾可以归到水产制品类别审查。在不增加企业负担的前提下,这种分类方式可更好地指导企业落

实食品安全规范。

对于添加剂问题,多地方案均要求企业建立食品、食品添加剂和食品相关产品采购管理制度,保证采购的食品、食品添加剂和食品相关产品符合国家法律法规和食品安全标准要求。目前,预制小龙虾普遍执行速冻调制食品标准(SB/T 10379-2012)。只要企业严格执行,安全性基本就有保障。

食品安全是不容触碰的底线,也是参与市场竞争的起跑线。想在200多万吨小龙虾里杀出重围,企业还需自加压力,实施更高水平的企业标准,从品质、工艺、口味、售后、性价比等方面发力,用更干净的配料表让消费者安心。到那时候,企业才能信心满满地问一声消费者:“预制菜给的‘小龙虾自由’,你愿意要吗?”



于长革

不久前,内蒙古包头、江苏镇江、安徽铜陵、山东淄博、福建宁德、四川乐山六市税务局成立助力新能源企业打通上下游供应链联盟,将运用税收大数据帮助新能源企业实现精准快速的供需对接,并围绕新能源产业链开展跨区域税收经济分析,为产业发展把脉献策。这是应用税收大数据助力上下游产业“串珠成链”的积极探索和尝试,将有效促进相关地区的产业调整和升级,更好服务高质量发展。

税收大数据是指与纳税人相关的涉税信息的总称,直接关联着经营主体。其不仅存储着生产经营和交易数据,还覆盖了税务部门执法过程,涉及生产消费等各个领域,微观上能直观反映经营主体的运行状况,宏观上能反映经济态势和发展趋势。相比传统税收统计和调查数据,具有覆盖经济领域全、反映经济活动快、数据颗粒度细等特点。

当前,随着税收大数据的建设与发展,数据应用领域不断拓展。而在税收大数据发展和应用的推进过程中,依然有许多方面需进一步完善和拓展。首先,涉税数据的采集和共享机制缺乏明确的法律规定,相关部门制度标准不统一,导致部门之间存在壁垒。其次,数据挖掘不够,缺乏对宏观经济、企业财务数据和第三方数据的有效利用,加之各地区数据应用标准不统一,影响数据分析的准确性。再次,应用场景单一,目前仍主要局限于税收征管领域,缺乏对税制改革、税费优惠政策等的剖析,切实需要进行多样化、多领域的探索。

2022年10月份印发的《关于进一步深化税收征管改革的意见》明确要求深入推进税务领域“放管服”改革,完善税务监管体系,打造市场化法治化国际化营商环境,更好服务经营主体发展。作为落实党中央、国务院决策部署的重要举措之一,下一步要持续提升税收大数据的智能化分析水平和能力,切实发挥其快速反应优势,更好地为企业清晰画像、为经济准确把脉、为政府决策指明方向。

第一,搭建统一的高标准税收大数据分析平台。加强与财政、统计、金融、海关、住建、市场监管等部门的信息共享,打破数据壁垒,强化部门联动,推动深度融合,形成常态化的数据交换机制,提升分析质量。设计科学合理的指标分析体系,并嵌入分析平台,实时提取数据,通过多元化分析方法形成动态监控,增强分析的时效性。坚持问题导向,动态调整指标体系及分析平台的设置,实现指标随经济发展而丰富,增强平台指标的适应性,更精准地反映经营主体经营情况和经济运行状况。

第二,以智能化提升税收大数据分析能力。综合应用机器学习、云计算以及数据挖掘等智能化手段,发挥大数据优势,建立全时空、全流程、全解析的智能化分析机制,进一步提升税收大数据分析能力和服务水平。全时空是指打破时间和空间障碍,24小时采集数据,推进系统间、部门间、地区间信息共享。全流程是指对纳税人、缴费人的所有涉税活动进行全面数据化转换,对税收数据、经济数据进行全面采集。全解析是指通过采集所有相关信息,产生异于传统的全新认知,深挖数据“富矿”获取全新价值。智能化分析将极大提升税收大数据的聚合与整合能力,进而提高对企业的个性需求识别能力以及对经济的预测能力。

第三,更广领域、更深层次拓展税收大数据的应用场景。要通过智能化数据分析平台,对企业经营活动进行全链条跟踪,实现企业信息闭环式掌握,靶向解决纳税人、缴费人需求,全方位助力企业发展。同时,要充分发挥智能化数据分析的系统性、前瞻性优势,全面了解企业发展情况和地区发展需求,服务地区精准招商,并通过地区间综合对比分析,助力区域经济查补短板对标发展。还要坚持需求导向,聚焦政府关注的热点问题和重点领域,科学分析查找症结,准确回应相关关切,助力精准施策。

“跑腿经济”要跑出质量和信用

年 巍

或许细心的人会留意到,在刚刚过去的母亲节里,一些在大街上飞跑的外卖小哥配送的不是食品而是鲜花,这正是近年来“跑腿经济”异军兴起的缩影。

不只是节日,很多人在日常工作生活中也不乏一些即时需求。不论是忘带物品,使用“跑腿”帮取送,还是下单“跑腿”帮取号,正如有网友感叹的,“只要是你想要的,万物皆可即时到家”。这样的新业态自然催生出一个庞大的消费市场。相关咨询机构发布的数据显示,2021年我国“跑腿经济”市场规模达到131亿元,预计2025年将达到664亿元。

一个市场能够持续增长形成蓝海,有赖需求和供给两头同时发力。先说需求侧,从餐饮外卖到零售用品再到跑腿服务,消费者对消费的时效性要求不断提升,而跑腿服务正好能够满足消费者足不出户、节约时间的需求。此外,对很多年轻人来讲,自身有能力也有意愿为个性化服务买单。说得直白一些,这就是跑腿经济得以持续发展的群众基础。

再看供给侧,我国互联网事业发展迅猛,取得了令人瞩目的成绩。借助平台的连接功能,让人们有了更多的获得感。为了在即时零售领域抢占先机,许多企业修炼内功,在物流配送方面积极

布局。对平台型企业而言,配送人员在用餐高峰期非常忙碌,而非高峰期则相对轻松。跑腿服务有效利用了骑手的空闲时间,既可以为平台降本增效、扩大营收,又可以满足消费者的即时需求,同时也能够让外卖小哥多劳多得,形成三方共赢的局面。

更应当看到,跑腿经济的蓬勃兴起并非个人的发明创造,也不是由专家规划设计,而是广大经营主体在需求和供给互动的不断调适中自发形成的一种业态。要充分相信市场的力量,让这只“看不见的手”充分施展,培育经济增长的内生动力。

在监管方面,目前国内对跑腿经济还没有进行具体的行业界定与划分,缺乏相应的法律法规约束,这就导致跑腿经济存在门槛低、定价随意、“跑腿公司”资质不全、缺乏行业标准等问题,甚至还出现过帮忙刷单等乱象。要想解决这些问题,有关部门需要适时拿出解决办法。在行业发展方面,如何持续激发消费者需求,拓展各种新应用与服务场景,更好地融入各地正在推进的“城市一刻钟便民生活圈”建设,也需要业内参与者贡献更多智慧和力量,推动跑腿经济向多元化、专业化、有序化发展,跑出加速度。

(中国经济网供稿)



朱慧卿作(新华社发)

文化产业提质增数 教育创新

一段时间以来,我国文化产业的表现比较亮眼。比如,不久前文旅部出台《国家级文化产业示范园区(基地)管理办法》,旨在进一步提升国家级文化产业示范园区和国家级文化产业示范基地建设发展水平;今年五一期间,一些音乐节选择离开一线城市奔赴二三线城市,并迅速推动了地方文旅消费的复苏……如何进一步创新文化业态,激活文化产业创造力,是当前和今后值得关注的课题之一。

党的十八大以来,我国现代文化产业体系更加繁荣、更为有序,各重点行业全面协调发展,在稳增长、调结构、惠民生中发挥着积极作用。产业总量规模稳步持续增长,产业结构逐步优化迭代升级,经营主体迅速壮大,文化产品和服务更加丰富多样,人民群众文化消费日益活跃。文化产业成为经济增长的新动能和新引擎,在促进国民经济提质增效和升级转型、满足人民精神文化生活新期盼、巩固和坚定文化自信等方面发挥了重要作用。

多年来,一系列政策文件的出台对于文化产业以及相关产品的创新发展起到了重要的支撑作用。国务院2016年印发的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》,与文化产业结合紧密的数字创意产业首次被纳入国家战略性新兴产业发展规划;2021年印发的《“十四五”文化产业发展规划》,明确了“十四五”时期文化产业发展的总体要求、重点任务、保障措

施,推进文化产业转型升级,优化文化产业空间布局等7个方面,系统部署指导了文化和旅游系统的文化产业工作。

文化产业的可持续发展,根本在于源源不断的文化产品创新。要进一步推动文化产业高质量发展,不断满足人民群众日益增长的文化需求,必须坚持创新驱动,以深化供给侧结构性改革为主线,推动文化产业各领域、全过程、全要素的综合创新,健全现代文化产业体系和市场体系,不断提升文化产品的生命力和创造力。

一方面,大力提升文化产品的原始创新能力。以社会需求为导向,着力在原创文化产品开发、文化产品创意设计、文化服务质量优化上下功夫,不断深化文化产品内涵,提高文化产业供给质量。要大力创新传统文化业态,加大传统文化与现代生活的精准对接和交叉互联,持续推动文化产业和实体经济、平台经济、生态经济等深度融合,不断为传统文化业态培育新的增长点。

另一方面,大力培育新型文化业态。应加快推进实施文化数字化战略,顺应数字文化化和产业数字化发展趋势,加大大数据、云计算、移动互联网、人工智能等现代科学技术在文化产业中的应用,大力发展虚拟文化产品,实现数字互联网环境下文化产业的迭代发展。

随着中小学招生季临近,一些个人和商家通过煽动焦虑情绪、虚构身份、捏造事实等方式误导、欺骗家长和学生,牟取不法利益。教育部办公厅近日印发《关于做好2023年普通中小学招生入学工作的通知》强调,不得以各类竞赛、考试证书、荣誉证书、培训证明等作为招生入学的依据或参考。而对于网络虚假内容煽动家长、学生焦虑情绪,有关部门应压实网站平台主体责任,督促网站平台健全账号注册、运营和关闭全流程全链条管理制度,加强账号名称信息审核、专业资质认证、信息内容审核等常态化管理。

最新数据显示,截至2022年底,我国数字基础设施已实现跨越式发展,累计建成并开通5G基站231.2万个。数字经济的发展,离不开庞大的数字基建支持。数字基建的提质升级是不断夯实数字经济持续高质量发展的基础。

精准提升数字基建综合水平

刘 典

基建投资是实施扩大内需战略的有效途径和实现宏观调控的重要抓手。基建投资有助于提高多经济要素作用效率、创造就业机会,从而推动经济增长。同时其也可以促进区域发展,拉动资本要素发挥重要作用。

数字基建推动发展的模式在数字经济方面同样发挥着重要引擎作用。2022年我国数字经济规模超过了50万亿元,占GDP比重超过40%,继续保持着10%的高位增长速度,成为稳定经济增长的关键动力。

数字基建的提质升级是不断夯实数字经济持续高质量发展的基础。

如今面对新的数字经济进入高质量发展阶段,数字基建也需要进行高质量转化。

一方面,应打牢基础。数字基建包括计算机网络、数据中心、云计算、物联网、5G等基础设施,这些设施支持着数字化信息的传输、处理和存储。数字基建的建设和升级可以提高数字经济的发展速度和效率,促进数字经济的高质量发展。比如,5G的普及和应用可以提高网络速度和带宽,增强物联网的支持能力,推动数字化经济的快速发展。同时,数字基建的升级和发展可提高中国数字经济的全球竞争力。

另一方面,数字基建升级有利于优化经济结构。数字化技术和数字基建的升级,可以加速传统产业数字化转型和创新,从而优化经济结构。在数字化技术和数字基建的支持下,传统产业可以实现

生产过程的数字化、智能化和自动化,提高生产效率和品质,降低成本,增强竞争力。

传统的基础设施建设是政府唱主角,以基建投资带动发展。在数字经济时代,国家与企业的合作是数字基建提质升级的关键。国家可以依托数字基建与企业建立合作模式,共同开展数字化转型和创新。关键在于国家与市场如何形成合力,产生良性的互动,以实现数字基础设施的全面建设与覆盖,进一步夯实和扩大我国的竞争优势,推动数字化时代的快速发展。

数字基建的升级需要国家对其进行规划、指导和投资,制定相关政策和标准,鼓励和规范市场行为,实施常态化监管。同时,政府投入资金支持数字基础设施建设,提高数字化基础设施的建设速度和质量,促进数字基础设施的升级和建设。国家也可以在数字基建的技术研究、政策支持、资金投入等方面给予企业支持,为数字基建的发展提供有力保障。