

市场监管

把“一件事”办成政务服务亮丽名片

近日,市场监管总局等8部门联合出台实施意见,推动企业信息变更、企业注销和开办餐饮店“一件事”高效办理,实乃便民利企的大好事。

就企业变更来说,原先企业在市场监管部门办理变更登记后,还要再去公安、税务、人社、住建、银行等部门和机构,办理公章刻制备案信息变更、税控设备变更、社会保险登记变更、住房公积金缴存登记变更、对公账户变更等事项。一连串业务,跑下来要花不少时间。改革后,企业可自行选择线下或线上办理模式,线上“一窗受理”,线上“一网通办”。企业变更登记完成后,取消向后续部门申请提交申请表、营业执照等材料。各部门可通过共享方式获取所需材料和信息,企业无需重复提交。这就方便了不少。

“一件事”改革的核心是针对高频事项,通过跨部门协同、数据共享、流程优化,让企业享受到“最多跑一次”甚至“一次不用跑”的便捷体验。改革以实际行动响应了中央关于优化营商环境、激发市场活力的号召,展现了以企业需求为导向的

“一件事”改革办得好不好,要看企业和群众觉得好不好。随着改革持续深入,经营主体和老百姓的需求会不断更新变化,“一件事”的清单需要持续扩容,服务水平也须不断提升。

服务意识,是深化“放管服”改革的生动实践。

截至2023年底,我国共有经营主体1.84亿户,企业注册、变更、注销等业务量相当惊人。“一件事”改革提升了政务服务的效率和质量,更重要的是,为企业办了一件实实在在的好事。此举有助于降低企业的运营成本,降低因信息更新不及时可能带来的法律风险和经营困扰,让企业能够将更多精力投入核心业务。

值得关注的是,《关于进一步优化政务服务提升行政效能推动“高效办成一件事”的指导意见》已于今年1月份发布,其中第一批2024年度重点事项共13项,此次8部门牵头推动的只是其中的3项。与此同时,还有与老百姓关系密切、社会关

注度也很高的企业上市合法合规信息核查“一件事”、新生儿出生“一件事”、教育入学“一件事”、退休“一件事”等,正在紧锣密鼓地推进,且有的地区已经先行先试,使老百姓切实受益。

时至今日,一个地区想要改善营商环境,已不能再简单地依赖给优惠政策、给土地、给补贴等“粗放”模式,更在于能否为企业营造优质、适宜的经营土壤,为劳动者打造安心、舒心的生活环境。政府服务高效与否,直接关系到企业的运营成本和市场竞争能力,影响经营主体和老百姓的幸福感和获得感,并最终转化为地区竞争力。这一点,近两年在重庆、淄博等网红城市身上已有明显体现。

“一件事”改革所展现出的政府服务意识和决心,向世界传递出积极信号:把

经营主体和老百姓需求放在心上,中国正致力于打造高效、透明、公平的营商环境,中国的营商环境会越来越好。这不仅是对国内企业的承诺,更是对全球投资者的邀请。

“一件事”改革办得好不好,要看企业和群众觉得好不好。随着改革持续深入,经营主体和老百姓的需求会不断更新变化,“一件事”的清单需要持续扩容,服务水平必须不断提升。既然开餐馆、退休等“一件事”已成现实,不妨大胆畅想就“一件事”、养老“一件事”、融资担保“一件事”、住房安居“一件事”等。期待“一件事”成为我国政务服务的亮丽名片,成为群众心中对美好生活向往的可靠依托。



王岩

面对消费品以旧换新、国潮消费、数字消费等新型消费模式快速发展的态势,要坚持政府引导、市场主导的原则,畅通消费品以旧换新链条,加强优化商品和服务供给,持续完善消费环境。

国家统计局日前发布数据显示,今年1月份至4月份,社会消费品零售总额156026亿元,同比增长4.1%;服务零售额同比增长8.4%。在一系列扩内需、促消费政策推动下,居民消费信心得到修复,消费潜能正在释放。

当前,我国消费市场呈现较好的发展态势,消费品以旧换新、国潮消费、数字消费等新型消费模式快速发展。汽车、家电、家居等以旧换新的标准和政策措施陆续出台,北京、江苏、浙江等地纷纷鼓励消费者将过时产品更换成更智能、绿色环保的高科技产品,更好满足居民美好生活需要。同时,受益于我国文化自信和软实力的增强,具有中国历史、文化、艺术等元素的国潮商品日益受到年轻消费者的青睐。随着人工智能、虚拟现实等数字技术在消费环节加快应用,直播电商、即时零售等快速发展,不少经典品牌在短视频平台走红“出圈”。

尽管发展积极因素不少,但一些制约消费的堵点卡点仍然存在。例如,在当前消费品以旧换新过程中,旧物回收网点布局不够均衡,以旧换新商品的售后服务标准有待健全,汽车报废回收拆解体系有待完善。消费供给有待进一步优化,优质进口商品的供给需要加强。消费环境需要持续完善,少数商家仍存在以次充好、夸大宣传、售后服务不到位等现象。下一步,要坚持政府引导、市场主导的原则,充分调动经营主体的积极性,畅通消费品以旧换新链条,加强优化商品和服务供给,持续完善消费环境,提升居民消费意愿,多措并举激发消费活力。

畅通消费品以旧换新链条。有效利用财政资金,撬动社会资本投入,支持发放新能源汽车、绿色智能家电等重点消费品以旧换新专项消费券。引导企业出台消费品以旧换新售后服务指引,提升售后服务规范性,为以旧换新商品提供必要的维修服务保障,增强消费者的信任度。明确二手商品评估的标准体系,鼓励品牌企业自建回收评估系统,在二手商品定价环节保障消费者的知情权。结合城市一刻钟便民生活圈建设,在居民社区合理布局旧物回收网点,鼓励发展邮寄回收、上门回收等服务,解决家电、家居等产品回收不便利的问题。推动报废汽车回收拆解体系建设,培育汽车回收拆解领域的大型经营主体,建立健全新能源汽车报废回收拆解标准,完善汽车领域信息披露制度。

加强优化商品和服务供给。适应居民消费升级趋势,提高国内商品和服务的质量、标准、品牌、技术、服务等。鼓励企业在现有技术和工艺条件下,通过精细化管理,节约成本,提高产品质量、附加值和品牌竞争力。积极发挥进博会、广交会等平台作用,鼓励企业积极扩大优质商品的进口。完善跨境电商交易、支付、物流等基础设施,提升跨境电商通关服务效率,高效集散国际进口消费品。持续优化旅游、休闲、体育等服务消费供给,释放居民服务消费潜力。重点发展环城市旅游休闲带,鼓励居民选择微度假、周边游,鼓励企业开发定制旅游、生态康养、房车露营、户外研学、自然教育等服务消费产品。鼓励发展优质体育服务,支持社会力量建设智能健身房、开发在线健身课程,积极发展职业体育赛事。

持续完善消费环境。加快消费相关基础设施建设,优化交通、安全、商业街区等管理。提升商业配套设施建设水平,美化商铺、门店、综合体外观及周边环境。增强商业设施数字化、智能化水平,加大5G网络、射频识别、生物识别等设施配备。推进重要产品信息化追溯体系建设,完善追溯管理体制机制,组织开展追溯体系宣传活动,普及追溯知识,提高消费安全意识。树立诚实守信的商业文明价值导向和社会风尚,开展经营者准入前诚信教育,强化经营者依法诚信经营意识。构建放心消费工作机制,畅通消费维权渠道,完善商业信用体系建设。加大消费品市场的监管力度,严厉打击个别商家以次充好、夸大宣传、售后服务不到位等现象,营造放心消费环境。

(作者系商务部国际贸易经济合作研究院研究员)

做强品牌需拼硬实力下慢功夫

黄元

日前,浙江、山东等地纷纷出台各类务实举措,谋划品牌发展,以自主创新激发品牌活力,用过硬质量夯实品牌根基,积极提升品牌形象。

伴随我国经济发展能力和市场水平的提升,一些国产大品牌越来越受到国内外消费者欢迎与关注,中国品牌影响力越来越大。要保持中国品牌的市场生命力,需不断提升科技创新能力,也要遵循品牌建设客观规律,增强全球消费者对国品牌的认知度和消费意愿。

改革开放40多年来,我国坚持优化品牌成长环境,围绕培育具有全球竞争力的世界一流企业品牌,不断增强企业品牌的国际影响力和竞争力,助推提升城市能级和核心竞争力,涌现出一批全国乃至全球知名的品牌企业。企业品牌是对企业科技创新水平、企业文化内涵及其社会责任能力等多因素的综合反映,品牌的建设也是一个长期过程。随着社会对企业品牌期望值的日益提升,广大企业已逐渐从被动对待品牌责任转变为主动履行品牌责任、建设品牌精神。不过,也存在一些短板弱项,比如品牌定位不够清晰、品牌标识不够鲜明等。对此,应针对性地施策解决。

一方面,提升品牌服务水平。企业发展创新只有与品牌责任深度融合,通过品牌在市场上的不断检验和传播,达成与政府、供应商和消费者等利益相关方合理期望的健康互动,才能实现可持续发展。只有负责任的品牌,才能在激烈的市场竞争中占据主动,走在行业发展前沿,实现发展与创新的良性循环。应通过明确企业核心价值、了解目标受众、洞察市场动态等多种途径,确立清晰的品牌定位;通过熟知客户需求、产品设计、质量保证、服务水平、创新研发、市场调查等环节,确保品牌质量和水平持续提升。

另一方面,保护品牌标识。企业品牌标识是企业个性、产品质量、文化特质、发展业绩等综合要素长期积累的结果,事关企业市场地位和生命力。要注重品牌标识塑造和保护,突出表意简明、个性独特、核心价值凸显等内涵,保持品牌标识的长期一致,同时要通过注册等途径加强品牌标识的法律保护。及时进行市场调研与监测、数据收集与分析、信息反馈、创新与实验等,持续改进提升品牌核心价值,努力提升品牌的知名度,增强其核心价值与市场竞争力。



勾建山作(新华社发)

积极发展第三支柱养老保险

作为我国养老保险体系第三支柱的重要制度设计,个人养老金制度在36个城市和地区先行实施已一年多时间。最新数据显示,目前,已经有6000多万人开通了个人养老金账户。个人养老金专项产品包括理财、储蓄、保险、基金四类,截至目前,个人养老金专项产品有762款。数据显示,个人养老金制度对不同年龄段人群的吸引力有差异。31岁至40岁的中高收入人群是个人养老金账户开户、缴费和购买产品的主力军,吸引他们最主要的原因是“提前为退休养老做准备”和“抵税”。下一步,还需积极发展第三支柱养老保险,全面推开个人养老金制度,提高其覆盖率和缴费水平。

作为我国养老保险体系第三支柱的重要制度设计,个人养老金制度在36个城市和地区先行实施已一年多时间。最新数据显示,目前,已经有6000多万人开通了个人养老金账户。个人养老金专项产品包括理财、储蓄、保险、基金四类,截至目前,个人养老金专项产品有762款。数据显示,个人养老金制度对不同年龄段人群的吸引力有差异。31岁至40岁的中高收入人群是个人养老金账户开户、缴费和购买产品的主力军,吸引他们最主要的原因是“提前为退休养老做准备”和“抵税”。下一步,还需积极发展第三支柱养老保险,全面推开个人养老金制度,提高其覆盖率和缴费水平。

(时锋)

“网红城市”多点开花,是这几年文旅市场的红火景象。一座城市成为网红,往往由一个现象级话题引发,比如当地特色美食、民俗文化、自然风光,抑或是突然走红的场景或人物。“网红城市”依托新媒体渠道,以短视频或直播等形式,放大了城市特色,激起游客“想去看看”的动力。流量就是关注度,对于一座城市的文旅推介,发挥着重要作用。不过,流量终究给城市文旅带来哪些益处,文旅推介如何做好流量,仍需文旅业好好思考。

流量能放大宣传声量,也会带来更多噪音。自媒体无底线“玩梗”、浑水摸鱼蹭热点,甚至带来负面信息,可能使城市形象被抹黑。能否抓住意料之外的关注度,展现一个地方的美好独特、真诚热情,考验着文旅推介转危为机的应变能力。

文旅推介需要吸引流量,但不能一味迎合流量。有的城市为追求流量,对擦边低俗内容“睁一只眼闭一只眼”,导致负面舆论甚嚣尘上,遭遇流量“反噬”。“短期审丑”也许能让一座城市快速聚集目光,但不知所云的网络狂欢往往是一哄而上、一哄而散,非但不能展示一个地方美好的一面,反而将地方形象置于尴尬境地。

借力流量,正向引导流量,对待流量有所为有所不为,才是一个地方文旅宣传应有的态度。

借助流量传递游客诉求,能够帮助地方文旅发展找准发力点。如今,越来越

张 晓

流量能放大宣传声量,也会带来更多噪音。自媒体无底线“玩梗”、浑水摸鱼蹭热点,甚至带来负面信息,可能使城市形象被抹黑。能否抓住意料之外的关注度,展现一个地方的美好独特、真诚热情,考验着文旅推介转危为机的应变能力。

文旅推介还要发动群众的力量,将传播主体扩展到每个人。地方文旅推介要注重发挥自媒体力量,既借力网红主播的传播声量,也培养释放当地居民的传播能量,以创新性表达、沉浸式体验,让人们在共鸣共鸣中走向共振共振。贵州榕江县创新推出“官推民办”传播方式,构建“主账号+子账号”新媒体传播矩阵,组建“万人乡村主播团队”共同创作优质内容,让“村超”正能量、大流量迅速释放,就是很好的示范。

作为我国养老保险体系第三支柱的重要制度设计,个人养老金制度在36个城市和地区先行实施已一年多时间。最新数据显示,目前,已经有6000多万人开通了个人养老金账户。个人养老金专项产品包括理财、储蓄、保险、基金四类,截至目前,个人养老金专项产品有762款。数据显示,个人养老金制度对不同年龄段人群的吸引力有差异。31岁至40岁的中高收入人群是个人养老金账户开户、缴费和购买产品的主力军,吸引他们最主要的原因是“提前为退休养老做准备”和“抵税”。下一步,还需积极发展第三支柱养老保险,全面推开个人养老金制度,提高其覆盖率和缴费水平。

作为我国养老保险体系第三支柱的重要制度设计,个人养老金制度在36个城市和地区先行实施已一年多时间。最新数据显示,目前,已经有6000多万人开通了个人养老金账户。个人养老金专项产品包括理财、储蓄、保险、基金四类,截至目前,个人养老金专项产品有762款。数据显示,个人养老金制度对不同年龄段人群的吸引力有差异。31岁至40岁的中高收入人群是个人养老金账户开户、缴费和购买产品的主力军,吸引他们最主要的原因是“提前为退休养老做准备”和“抵税”。下一步,还需积极发展第三支柱养老保险,全面推开个人养老金制度,提高其覆盖率和缴费水平。

就业是最基本的民生,事关人民群众切身利益,事关经济社会健康发展,事关国家长治久安。党的十八大以来,党中央坚持把就业工作摆在治国理政的突出位置,强化就业优先政策,健全就业促进机制,有效应对各种压力挑战,2013年至2022年城镇新增就业年均1300万人,为民生改善和经济社会发展提供了重要支撑。不过,当前就业形势压力和结构性矛盾仍比较突出,促进就业任务更重。从更深层次和更长远角度讲,解决就业问题根本上要靠经济发展,要靠稳定企业经营来进一步稳岗扩岗。

充分发挥民营经济稳就业的基础性作用。民营企业是吸纳就业的“蓄水池”和“稳定器”,民间投资在创造新的经济增长点的同时,也能创造更多就业岗位。要持续优化民间投资的营商环境,大力破

多措并举促就业提质扩容

韩 晶 张 滨

解体制机制障碍,鼓励民营企业开拓新市场、开发新产品、创造新就业,充分彰显民营经济作为推进中国式现代化生力军的重要力量。还要强化对企服务,对稳定提供新增就业岗位的企业,给予社保补贴、税费减免、扩岗补助、项目拉动等政策支持,鼓励企业吸纳更多就业,形成就业长效机制。充分发挥数字经济的就业容量扩展作用。数字经济打破了工作时间和空间的限制,增强了工作的灵活性、选择性和包容性,为稳就业提供了重要支撑。未来5年,数字经济有可能创造3000万个以上就业机会。推动数字经济人才供需双方更好对接,一方面,要深度推进“产教融合”,加强校企合作,将数字经济教学与实践相结合,强化学生专业能力培养与创新创业能力培养并举,推动培养数字经济人才更好地满足社会需求。另一方面,通过税收优惠、数字金融等方式鼓励企业数字化转型,促进数字平台上的中小企业持续繁荣发展,不断创造新的就业岗位,为就业市场注入澎湃动能。

持续促进大学生就业创业。2024届高校毕业生人数预计达1179万人,青年就业压力仍然较大。需要持续拓宽市场化就业渠道,稳定公共岗位规模,推动用人单位与高校开展精准供需对接,建立稳定

合作关系。支持高校毕业生创新创业,不断壮大经营主体,实现创新支持创业、创业带动就业兴业的良性发展。拓宽农民工群体就业渠道。促进农民工就业创业,是保持就业大局稳定的重要支撑。要探索组建区域劳务协作联盟,健全跨区域就业服务机制,在农民工输出较多的地区和就业集中的地区合理设置就业服务站点,精准对接,为农民工顺畅就业提供更加便利的渠道。更要加快发展县域特色产业,延长产业链,吸收更多农民工就近务工,提升县域就业承载力,将绿水青山转化成金山银山。同时,积极探索政府购买培训成果的方式,引入市场竞争机制,调动分布在县域、乡镇、农村的各类教育资源参与农村劳动力培训,帮助更多农民工吃上技术饭。

精准帮扶兜牢民生底线。要落实落细各项举措,织密织牢就业保障网,特别是要进一步提高就业帮扶的精准性。及时对符合条件的失业人员发放常规性保生活待遇,及时启动社会救助和保障标准与物价上涨挂钩联动机制。还要适应新业态的就业特征,建立完善适应新型就业形态的劳动者权益保障制度,托起人民稳稳的幸福。