

市场监管

平台企业创新引擎动力澎湃

推动采购制度促进产业发展,当前从制度上还要处理好政府和市场、制度和规范这两个方面的关系。更好发挥政府采购对产业发展的促进作用,要与当前通用的国际规则做好对接。还要注意做好政策的宣传解读、执行反馈以及联动配套。

平台经济是一项涉及政府、社会、企业等多方面的系统工程。政府应持续提升常态化监管水平,社会各界应为平台经济发展营造良好舆论环境,平台企业自身则需不断提升核心竞争力。

“昏迷”了老外,一些爆款动辄“已售10万+”。

Temu是拼多多的海外版。依托国内强大的制造能力和物流基础,这款APP一上线便赢得海外消费者青睐。截至2023年12月份, Temu的海外独立访客数量达4.67亿,仅次于亚马逊,位居全球第二,帮助国内超过10万家中小制造企业成功拓展海外市场。

不盘点不知道,一盘点真不少。这几年,平台企业多项创新业务取得亮眼成绩,显示2020年以来的平台经济专项整治取得明显成效。对于专项整治,社会各界既

有理解支持,也存在误读和过度解读。从初衷来讲,专项整治旨在以规范促发展,期望引导平台经济行稳致远;从效果来看,专项整治推动企业跳出无序竞争和低质量内卷,激发企业创新的决心与勇气,拓展了新空间。由此可见,只有企业真正摆脱强制“二选一”、大数据杀熟等不正当竞争的利益诱惑,才能在提供医保支付等民生福祉上拓展出更多空间,催生出诸如可灵、Temu这样的新技术、新模式。

平台经济因创新而生,靠创新而兴。党中央一再强调大力发展数字经济,支持平台企业在引领发展、创造就

业、国际竞争中中大显身手,为平台经济指明了发展方向。我们要从全局高度认识和推动数字经济高质量发展,提升平台企业创新能力,促进平台经济持续健康发展。这是一项涉及政府、社会、企业等多方面的系统工程,哪一个链条都不能脱节。政府应持续提升常态化监管水平,亮起规则明确的“红绿灯”;社会各界应为平台经济发展营造良好舆论环境,减少不必要的误解和质疑;平台企业则需严格遵守法律法规,积极履行社会责任,同时持续加大创新投入,不断提升自身核心竞争力,以适应愈加激烈的国际竞争态势,满足老百姓对美好生活的向往。



魏琪嘉

近日,国务院办公厅印发《政府采购领域“整顿市场秩序、建设法规体系、促进产业发展”三年行动方案(2024—2026年)》(以下简称《行动方案》),以解决当前政府采购领域存在的突出问题为重点,推动提升政府采购秩序规范化水平,并提出了建立健全促进现代产业发展的政府采购政策功能体系。这为采购制度更好发挥促进生产、带动消费功能提供了政策保障,其中最为重要的一点是跳出采购看采购,关注了采购对产业发展的促进功能。

需求影响供给,政府采购对生产体系的影响作用是显而易见的。采购制度促进产业发展,从更广泛的视角看,路径主要有三个方面。首先,通过发布需求标准提升行业科技标准。政府的采购需求设定合理,对产品标准的提升起到的是引领作用。其次,相关政策通过扶持中小企业、预留一定的采购份额等方式,可以实现资金支持向中小企业的直达,对经营主体业务顺畅运转起到积极作用。最后,政府采购通过对产品绿色标准的设定、完善政府绿色采购政策,有助于获得绿色产品认证的商品进一步拓宽销路。这三条路径,实现了采购制度与企业生产、销售的衔接,如果予以适当的政策推动和保障,能起到有效扩大内需的作用。

采购制度促进产业发展,当前从制度上还要处理好两个方面的关系。一是政府和市场的关系。要充分发挥市场机制的作用,顺应经营主体发展需要,合理配置采购资源和力量,实现政府需求、资金配置、企业供给三者的有效结合、良性互动。特别是在科技创新、节能降碳方面,要发挥好需求标准的引领作用,引导企业积极主动做好产品创新和升级。二是制度和规范的关系。《行动方案》出台了很多具体举措,关键是要形成长效机制和制度性安排,严格规范采购流程和秩序,避免对正常微观主体生产经营造成干扰。要进一步理顺采购人与供应商之间的业务沟通、账款支付等关系,明确资金供需双方支付、回款等的最高时限,构建有利于各方认真履约的激励模式。通过持续完善各类采购标准向市场释放清晰明确的信号,引导供应商提升产品质量和标准。

更好发挥政府采购对产业发展的促进作用,要与当前通用的国际规则做好对接。按照建设全国统一大市场的原则,结合国内实际情况和采购市场发展阶段,推动采购制度稳步与国际通行政府采购制度、标准对接,以此完善相关法律法规制度安排,并根据执行的具体情况,为进一步完善相关制度标准、修改相关内容提供扎实的一手参照,推动政府采购法、招标投标法两者实现内在协调统一,发挥好政府采购系统的综合效力。用刚性制度全面落实公平竞争原则,及时清理违反公平竞争的做法,持续做好监管工作,避免在区域、行业、所有制形式等方面违法设置歧视性条款。

采购制度促进产业发展,在具体执行层面,还要注意做好政策的宣传解读、执行反馈以及联动配套。在宣传和解读方面,让经营主体第一时间知晓政策的创新之处,有效避免“信息不对称”,畅通信息发布渠道,让有需求的企业能够找到政策、用好政策,实现供给能力和政策需求更高效匹配。采购方要持续完善信息发布和查询功能,用好现有的各类信息化平台,做好信息发布和全流程服务、监管等各项工作。在执行与反馈方面,定期做好政策效果的评估,发挥第三方评估的作用,及时发现并有效跟进,有助于政策效力的进一步发挥。在联动与配套方面,一个重要环节就是金融配套支持。可为政府采购供应商专门提供金融服务的细则和流程,推动供应商多元化,引导优质信贷资源支持供应商不断发展壮大。

(作者系国家信息中心研究员)

品质是品牌生命线

李彦臻

近日,国内知名茶饮品牌小罐茶创始人表示,之前在广告宣传中使用的“大师作”等字眼,给消费者带来误解和困扰,对此诚恳致歉。有观点指出,小罐茶打响了茶品牌自觉抵制行业乱象的“第一枪”,也有人对小罐茶表态存疑。这一事件引发社会对茶饮品牌的关注。

类似于小罐茶营销方式的企业并非个例。有些企业为了在短时间内提高品牌知名度、扩大市场占有率,往往聚焦消费者的“痛点”“爽点”“痒点”,独辟蹊径、吸引流量,形成具有一定特色的销售模式。然而,在想方设法开拓市场过程中,往往一味忙着吆喝而忽视了产品品质的提高。这样的做法,可能导致企业市场定位华而不实、根基不牢,当市场营销风头一过,则会危机重重,甚至品牌形象崩塌。

对于忽视产品质量的做法,市场监管部门始终保持监管态势。相关部门和地区出台了相应法律法规,通过健全完善市场监管体系,加强对茶叶生产、加工、销售等环节的监督管理等,保障消费者权益。例如,今年6月,广东省市场监督管理局根据《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》

等法律法规,向茶叶市场相关经营者及行业协会发布通告,明确提出“九不得”要求,包括经营者定价不得违反公平合法、诚实守信、质量价格对应的原则,不得违反明码标价规定,不得发布不真实的市场价格信息,不得采用非法手段变相提高价格,不得虚假宣传,不得仿冒混淆等。

经营任何品牌都不能忘记产品的根本。茶叶是用来喝的,我国很多优质茶企都有自身的坚持和初衷,只有真正做到让每一位消费者喝到放心好茶,才能真正树立擦亮茶品牌。茶叶企业的经营者要贯彻落实相关法律法规,加强自身管理,在原料采购、制茶、销售等各个环节高标准、严要求,让消费者买得放心、喝得安心。

此外,茶企要进一步强化产品质量和品牌建设,可通过公开原料来源、生产过程、质量检测结果等信息,提高生产透明度和可溯源性,塑造企业诚信形象。还可以尝试把品牌重心和资源放在提升产品质量和消费者体验上,而不是“大呼隆”式的概念造势和包装营销。总之,茶企的发展应回归本源,守住品质这个生命线,以优质产品、真诚服务、良好形象赢得消费者信任和长久支持。

擦亮老字号招牌

王鹏

国家发展改革委、商务部等部门日前印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点措施》,明确提出要培育国货“潮品”消费,挖掘中华老字号消费潜能。如何推动老字号传承和发展,更好激发国货“潮品”的消费潜能,成为时下关注的热点。

当前,我国老字号呈现良好发展势头,受到越来越多消费者的青睐。截至2024年2月份,全国中华老字号数量已达到1455个。许多老字号企业在提升产品颜值、内涵等方面下功夫,积极融入文化、历史、健康等元素,开发多元化、个性化的产品。例如,有的企业结合传统茶文化推出国凤茶礼,还有的企业适应消费者健康需求,推出低糖、低脂的新国潮食品。此外,随着数字技术的应用,老字号企业利用短视频营销、在线直播等方式,提升了品牌的传播力和影响力。某知名生活服务平台不久前发布的一份报告显示,老字号相关视频播放量达4906亿次,“老字号”搜索量过去一年同比增长217%。

未来,对标老字号创新发展的高要求,要擦亮老字号的金字招牌,更好挖掘消费潜能。

优化老字号消费供给水平。鼓励老字号企业结合中国优秀传统文化、历史、艺术、时尚、民俗等元素,加强产品的创新研发设计,推出更多新品、精品、名品、优品。鼓励老字号企业针对消费者多样化、个性化、定制化需求,通过反向定制整合上游制造商,大力发展订单生

产“潮品”。引导老字号企业推动消费者参与产品设计、研发等环节,发展基于互联网的众创设计、云制造等新型制造模式,促进生产敏捷化与柔性化。

高水平打造消费节庆活动。紧扣商务部组织的2024年“老字号嘉年华”活动主线,鼓励地方结合自身特色,整合协会、企业、商家等资源,开展老字号购物节、心动老字号·焕新计划、老字号消费体验日、老字号“潮品”购物活动等消费节庆活动,营造老字号消费节庆氛围。鼓励老字号企业与生活服务平台加强合作,通过社群营销、在线直播、探店达人带货、组建老字号推荐官团队等方式,加大老字号产品线上线下的营销推广力度。支持老字号企业、生活服务平台等发放老字号专项消费券或消费补贴,加大对消费者的让利优惠力度,激发居民购物热情。

加大老字号品牌保护力度。加强跨部门联合执法力度,严厉打击假冒知名商标、窃取知识产权、虚假宣传等违法违规行为,维护良好的市场秩序。加强老字号企业的知识产权保护意识,推广知识产权文化,营造诚信守法、公平竞争的社会氛围。激发老字号企业创新创造活力,鼓励专利、商标申请,不断提升企业自主知识产权质量和水平。



王琪作

合力整治不法贷款中介

“贷了10万元,服务费交了2.9万元!”近日,有消费者反映遭遇助贷骗局,业务员声称可以做到年化利率2.8%,服务费为贷款总额的1%,放款后却发现是每月收取服务费1%,而且年化利率为5%。据媒体报道,不少人有过类似的被骗经历,一些助贷公司会群发“低利率贷款”承诺的短信,收到咨询后联系当事人,自称“银行工作人员”,要求当事人线下签合同办理贷款业务。一旦作出回复,不良助贷公司就开始步步设陷,最终套取高额中介费、服务费。对此,各地金融监管部门、市场监管部门、网络监管部门要和司法机关开展联合整治,打击治理不法贷款中介,合力净化金融市场。群众要增强风险意识,注意甄别这类非法机构,防止财产损失。

(时锋)

巩固轻工业回升态势

刘国艳 张斯琪

中国轻工业联合会近日发布的数据显示,今年前5个月,轻工业实现营业收入8.8万亿元,同比增长2.5%,实现利润5242.9亿元,同比增长18.7%,增速高于全国工业15.3个百分点。轻工业涵盖吃、穿、住、行等各领域,是我国国民经济的优势产业、民生产业,也是支撑工业经济稳增长的重要基石。轻工业运行持续回升向好态势,为工业经济稳定发展提供了重要支撑。

近年来,我国聚焦轻工业发展,先后出台包括《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》《推进家居产业高质量发展行动方案》《轻工业稳增长工作方案(2023—2024年)》等一系列政策举措,从产业链、品牌竞争力、科技创新力等多个维度助力轻工业增品种、提品质、创品牌,以高质量供给促进品质消费,促进轻工业平稳增长。与此同时,政策鼓励办好消费活动、创新消费场景、稳定出口优势,各地结合自身实际,通过开展绿色智能家电下乡、发放消费券、强化商旅文体融合、支持跨境电商和海外仓等方式,推进轻工业

持续恢复和增长。

轻工业生产回升和盈利改善,反映出企业适应消费变化调整生产取得成效。轻工业作为我国制造业的重要组成部分,市场化程度较高,可在全球范围内整合要素资源;门类齐全,大到家电、家具等耐用消费品,小到电池、造纸、日化等日用消费品,涉及吃、穿、住、行、玩、乐、教等多个领域,已形成较为完备的产业链体系,成为我国经济高质量发展的重要支撑。随着绿色、低碳、数字化消费理念深入人心,轻工业企业积极适应市场变化,及时调整产品结构,不断推出满足新消费需要的产品。2023年,以太阳能电池、家用电器等为代表的轻工绿色制造、智能制造行业快速增长,其中,电池制造营业收入增长11.8%,利润增长12.4%;智能睡眠、全屋系统、时尚消费小家电、家庭服务机器人等场景化、智能化的家电产品不断涌现,家用电器制造营业收入增长7.0%,利润增长12.2%。轻工业的高端化、数字化、绿色化推动行业实现更快增长。

轻工业盈利改善,预示着民间投资将更趋活跃。企业利润增长是经营效益和效率的直接表现,对于促进投资也将发挥积极作用。企业盈利改善可以有效改善融资条件,增加资金积累,有助于更新设备,促进固定资产投资增长。企业利润率的提升可以加快更新设备、扩大投资,不仅可以助力大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案落地实施,也可带动上下游产业盈利状况好转。

轻工业企业延续回升向好态势,显示出其具有基础好、潜力大、竞争力强的优势,有力支撑了工业经济稳定发展。应进一步促进轻工业提质升级,加快消费品以旧换新行动方案落地,落实好支持中小微企业发展政策,强化市场急需和跨界融合等相关标准引领,以深化供给侧结构性改革为主线,提升轻工行业产业链供应链韧性水平,加快轻工技术创新和成果转化,进一步优化营商环境,推动轻工业经济高质量发展,为经济运行向好提供有力支撑。