

解决疫情下出现的各种问题,福建全力推动相关产业全链条复工复产——

复工“潮”起,外贸企业扬帆出海

阅读提示

订单积压、工人紧缺、物流不畅、成本增加、资金紧张……受新冠肺炎疫情影响,不少外贸企业面临严峻考验。作为外贸大省,福建推出了7个方面21条硬核措施,推动外贸企业全链条复工复产,稳住外贸基本盘。

具工艺现有企业2200多家,从业人员15万多人,外贸年产值超过170亿元。

但受疫情影响,行业复工复产面临各种难题:一边是“用工荒”,一边是“闲得慌”;一边是“订单爆炸”,一边是“库存积压”。为疏通链条,各企业迅速达成默契,不仅共享员工,同时共享产能。

2月22日,8个家居产品货柜从安溪中国家居工艺城出发,出口至美国、法国、英国等地。这些产品订单年前由新唐信家俱公司承接,但生产却由数十家企业协同完成:原材料和部分半成品,由10多家大型生产企业和20多家电商企业负责供应;坐垫、靠垫等软包由茵杰家居负责生产;最后由联发工艺、华艺礼品完成生产包装。

“我们通过共享员工、共享原料、共享工厂等方式,对生产力进行重组配置,出货量与去年同期基本持平,全行业订单保障率超九成。”当地工会表示,外贸企业的复工必须有一整条产业链的支撑。

“全力推动全链条复工复产,是当前的重中之重。”福建省总工会有关负责人告诉记者,福建工会包机包车包专列,跨越大半个中国把工人接回来,就是要力争在最短的时间内让人才链、产业链、供应链协调运转起来。

作为当地第二大民生支柱产业,安溪家

再快点,把疫情夺走的时间抢回来

3月1日,在福州江阴港5号泊位,出口至埃及开罗的388吨压力钢管直送码头。这批钢管免除了港区内卸车、装车两个流程,经吊机直接吊装至“中兴门”号轮船上。这样的通关“神操作”,让这批钢管能够提前3天抵达非洲,节省企业港内堆存费超过10万元。

为降低因货物通关造成外贸企业订单逾期的违约风险,福建各地正加快提升外贸商品的“流通速度”,确保通关“零延时”。

在福建永春县工业区轻纺园的万家美轻纺服饰车间里,公司负责人汤伯发拿到了新冠肺炎疫情不可抗力事实性证明书。这家出口龙头企业也因此省下了上百万元因逾期交货而产生的违约金。

据汤伯发介绍,目前公司第一季度接单量同比增长10%,工人复岗率也已达到87%。“我们正开足马力,争取把疫情夺走的时间抢回来。”

降低外贸企业用电用气成本,扩大税费减免范围,加大贸易融资、出口信保力度……连日来,福建推出一系列“稳外贸稳外资促消费”政策。“流动起来,才是春天。”福建师范大学经济学院院长黄茂兴认为,这些政策找准痛点,加快了外贸企业人流、物流、商品流、资金流的“流速”,将帮助外贸企业实现更高效率、更高质量的复工复产。

新的外贸产业布局已开启

疫情尚未结束,但新一轮的外贸产业布局已经开始。在福建,以跨境电商、市场采购贸易为代表的外贸新业态、新平台。在疫情期间保持高速增长,已成为优化外贸结构、升级价值链的重要渠道。

厦门市象屿跨境电商产业园里,孵化课、全能班、卖家沙龙、专题班等五花八门的电商培训课程疫情期间不下线,线上开讲。这些课程来自产业园6楼的亿丰电商学院“职工学堂”。学堂讲师通过网络直播方式,为从事跨境电商业务的企业和职工提供技能提升服务。

疫情期间,福建出台了扶持外贸新业态发展的系列政策,通过补助平台运营服务费等方式,鼓励跨境电商综合试验区用好国际知名跨境电商平台或自媒体,加快完善海外仓储物流及售后服务体系。同时,还支持企业拓展跨境电商物流通道,对新开洲际货运定期航线平均每周给予最高80万元/班的奖励。

“洲际货运包机业务将加快福建外贸新业态出海远航。”亿丰职工学堂负责人表示,“后疫情时期”的外贸产业布局已开启。

“这个春天,福建外贸经济的‘福船’不会停航。”该省商务厅相关负责人介绍,目前福建政府、企业、工会多方联动,已派出近百名干部驻点企业,帮助企业定制复工复产方案,鼓励外贸企业通过设立网上专区、数字展览平台等形式,在云端拓展国际市场。

2019年全国共完成造林706.7万公顷

全国绿化委员会办公室

3月11日发布的《2019年中国国土绿化状况公报》显示

2019年我国国土绿化事业取得了新成绩

全国共完成



新华社发(边纪红制图)

2月人民币贷款增加逾9000亿元

本报北京3月11日电(记者北梦原)中国人民银行今天发布的金融统计数据报告显示,2月份,M2增速明显回升,信贷规模整体保持较好水平。

数据显示,2月末,广义货币(M2)余额203.08万亿元,同比增长8.8%,增速分别比上月末和上年同期高0.4个和0.8个百分点。狭义货币(M1)余额55.27万亿元,同比增长4.8%,增速分别比上月末和上年同期高4.8个和2.8个百分点;流通中货币(M0)余额8.82万亿元,同比增长10.9%。当月净回笼现金5062亿元。

2月份,人民币贷款增加9057亿元,同比多增199亿元。分部门看,住户部门贷款减少4133亿元,其中,短期贷款减少4504亿元,中长期贷款增加371亿元;企(事)业单位贷款增加1.13万亿元,其中,短期贷款增加6549亿元,中长期贷款增加4157亿元,票据融资增加634亿元;非银行业金融机构贷款增加41786亿元。

前两个月,人民币贷款增加4.24万亿元,同比多增1308亿元。分部门看,住户部门贷款增加2209亿元;企(事)业单位贷款增加3.99万亿元;非银行业金融机构贷款增加219亿元。2月末,人民币贷款余额157.36万亿元,同比增长12.1%。

多地市场监管部门加强监督,维护疫情防控用品市场平稳运行

对哄抬价格等违法行为严厉查处

本报记者 吴铎思 柳姗姗 本报特约记者 朱润胜

为加强与疫情防控相关的口罩、抗病毒药品、消毒杀菌用品、相关医疗器械等防疫用品等市场价格监管,多地市场监管部门出台措施,加强监管,严厉查处各种价格违法行为,维护疫情防控用品市场平稳运行。

近日,新疆维吾尔自治区市场监管局联合自治区发改委、自治区医疗保障局印发了《关于新型冠状病毒感染肺炎疫情防控期间认定哄抬价格违法行为有关问题的通知》。

《通知》明确,口罩、抗病毒药品、消毒杀菌用品、相关医疗器械等防疫用品等以2020年1月19日前最后一次实际交易的销售价格为原价,从即日起商品进货成本没有发生变化而超出原价销售的;商品进货成本发生变化,购销差率较1月19日前扩大的;所售商品无参照原价,购销差率超过35%的,由各级市场监管部门认定为哄抬价格违法行为,依法从严查处。对经营者捏造、散布防疫用品、民生商品涨价信息;采用各种手段哄抬价格的违法行为,认定后根据相关规定作出处罚。疫情防控期间,对证据确凿的哄抬价格违法行为,一经查实,各级市场监管部门可简化执法相关程序,从重从快作出处罚。

长春市市场监督管理局在新型冠状病毒感染的肺炎疫情出现后,全面开展专项价格监督检查工作,已对二道区某药店高价销售口罩行为予以严肃查处。

1月26日,长春市市场监督管理局接到举报,称二道区某药店高价销售口罩,涉嫌存在哄抬价格违法行为,随即交办二道分局进行核查。

二道分局对此进行立案调查。现已查明:当事人在看到疫情公告后,迅速从上游进货渠道以每个14元的价格购进N95口罩200个,PM2.5防护口罩200个,以每个30元的价格进行销售,加价率达114%。同时还购进一次性医用口罩300包,加价率也是114%。在销售过程中,当事人未标明口罩销售价格,且拒绝向消费者提供任何销售票据。二道分局已责令当事人立即改正违法行,拟对当事人作出没收违法所得,并处违法所得5倍罚款。对当事人剩余未销售口罩,将进行监督销售。同时,对当事人进货上游某医疗器械销售公司批发销售口罩价格过高行为,也将进行跟踪调查。

日前,秦皇岛市市场监管局通报了疫情防控期间查处的第一批典型案例。在此次通报的典型案例中,秦皇岛达民医药有限公司、秦皇岛康九医药有限公司、秦皇岛广兴碧水华庭店、泰翔医药商店均因高价销售朝美6002活性炭口罩和3M9041口罩被群众投诉举报。

1月28日,秦皇岛市场监管局执法人员第一时间到现场进行检查,发现4家公司均于1月27日由秦皇岛市万客隆劳保用品有限公司以每只12元的价格购进朝美6002活性炭口罩和3M9041口罩各50只,以每只20元的价格卖出,没有明码标价。市场监管局对4家公司没有明码标价的行为处以5000元罚款,对药店涉嫌哄抬物价行为立案调查处理。

据了解,自新型冠状病毒感染的肺炎疫情发生以来,秦皇岛市加强对口罩、消毒杀菌用品、抗病毒药品等防疫用品及粮、油、肉、菜等生活必需品的市场价格监管,严厉打击违反法律法规抬高价格、销售劣质商品、不明码标价等违法行为,有力维护了市场价格秩序。

复工复产赶订单

3月11日,在鄂尔多斯市时代新材料公司,工人在生产车间作业。

近日,内蒙古自治区鄂尔多斯市有序引导工业企业复工复产。在做好疫情防控的同时,当地企业陆续恢复产能,抓紧生产赶制订单。

新华社记者 刘磊 摄



疫情中超9成环卫工保持在岗

城市公共区域的清扫保洁、生活垃圾的收集转运处理、城市公厕的运营维护,以及粪便收集处理等工作。越是在应急的时候,环卫工作的任务越艰巨,越需要环卫工人加倍付出。环卫工人除了承担日常的环卫工作任务以外,还根据疫情防控需要,承担了对医疗机构、集中隔离场所和相关设施进行消毒杀菌

的应急任务。

“环卫工人发扬了‘宁愿一人脏,换来万家净’的环卫精神,克服了作业量激增的实际困难,勇于担当、尽职尽责、不辱使命。”刘李峰表示,环卫工人是武汉街头暖人的风景线,是城市的“美容师”也是疫情中的“逆行者”。

应尽快明确大数据“杀熟”的判断标准

折优惠,绝不存在所谓大数据“杀熟”。

近年来,互联网企业被指大数据“杀熟”的消息几乎隔一段时间就会出现,但无一例外,涉及企业都会予以否认,这是为何?

去年1月1日实施的《中华人民共和国电子商务法》第十八条明确规定,电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的,应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项,尊重和平等保护消费者合法权益。

有关专家指出,该规定针对的正是互联网中的大数据“杀熟”问题,但关于什么是大数据“杀熟”,目前还没有明确统一的定义,其概念具有主观性和模糊性,这可能导致相关企业与消费者理解不一致的情况。

这就不难理解,企业被指存在大数据“杀

熟”问题时,一般都会以新人红包、新人专享或系统出错等理由予以否认。

有“新人专享价”无可厚非,毕竟每一个“新人”只能享受一次。但问题是,在上述电商平台,有个别商品,VIP用户看到的价格也高于“非新人”普通用户,而且VIP之间同一商品的价格也存在差异。还有媒体指出,该平台某款洗面奶竟有5个不同的价格。在这种情况下,企业还以“新人专享价”来解释,就有点说不过去了。

事实上,大数据“杀熟”的形式具有隐蔽性。消费者一般很难发现,即使发现了也很难举证维权,这恐怕是大数据“杀熟”屡屡发生的原因。

从表面上看,大数据“杀熟”是经营者利用大数据技术针对消费者的消费特征推送特定的商品或服务。从深层次来讲,大数据“杀熟”实际上反映了部分经营者对消费者个人

信息的过度采集和随意使用,使得消费者的知情权、选择权、公平交易权没有得到有效保障。

有没有大数据“杀熟”,消费者说了可能不算,但也不能由企业说了算。因此,有关部门必须尽快完善法律法规,明确大数据“杀熟”的判断标准,例如尽快出台《中华人民共和国电子商务法》相关配套实施条例,让企图靠否认来逃避责任的企业不再轻易过关。

另外,监管部门也要进一步创新监管方式方法,采取技术手段和采用技术设备,建立相应的大数据网上监管平台,针对有关电商平台进行全天候的在线监控,提高对各种隐性利用大数据实施的违法行为的查处能力。一旦发现企业存在通过大数据“杀熟”损害消费者知情权、选择权和公平交易权的行为,要依法对其进行严厉查处。

G 经济观察

本报记者 杨召奎

近日,有媒体报道称,某知名电商平台VIP会员用户在购买商品时,看到的价格比普通用户还高,质疑这家电商平台存在大数据“杀熟”行为。

针对此事,该电商平台在3月8日通过官方微博回应称,其一直为平台新用户提供首笔订单的“新人专享价”,并在相应商品页面有专门标识。“三八”妇女节活动期间,“新人专享价”标识在商品页面上没有被正常显示,导致一部分用户产生了同一款商品价格不同的误解。声明还指出,该平台VIP用户始终可以在结算时获得9.5