

当心“贴牌”！一些知名品牌授权商品质量存隐忧

有律师认为,品牌方应慎重授权、加强监管,消费者权益应当得到保障

阅读提示

近年来,品牌授权成为一种常见的企业经营模式,市场上有大量的品牌授权商品。因被授权方资质参差不齐,品牌方缺乏监管,“贴牌”商品质量问题频现。有专家认为,若品牌方在授权资质鉴定、质量监督等环节存在漏洞,导致产品出现质量问题,应当承担相应责任。

品协会品牌授权专业委员会发布的《2021年中国品牌授权行业发展报告》(以下简称《报告》)显示,2020年中国年度授权商品零售额为1106亿元,被授权产品日益丰富和多样化,包括玩具、游艺、服装饰品、食品饮料、礼品纪念品等类别,覆盖到人们生活的方方面面。有业内人士分析,品牌授权已经成为实体经济发展的新动力,未来前景广阔。

品牌授权也是部分知名品牌转型、布局电商领域的新方向。以南极人为例,公司已经砍掉生产和销售的重资产环节,转型“南极电商”,以授权获得盈利。在电商平台上搜索“南极人”,授权店在售的商品不仅有南极人起家依托的衣物,还有床上用品,甚至有暖贴、水杯、洗衣机、热水器、足浴桶等日用品,品类繁多。

知名品牌授权产品质量存隐忧

当商标所有权人不再实际控制生产和销售过程,“贴牌”商品质量如何?消费者是否能出于对品牌的合理信任放心消费?《报告》指出,在中国玩协摸底调查的被授权玩具和婴童用品产品中,玩具警示和说明缺失或有误问题严重,被授权童车产品质量问题依然

突出,童鞋、童装等也因重金属含量超标、耐久性标签缝制位置不合格等原因质量堪忧。

在电商平台上,被授权店铺往往以“xx专营店”“xx专卖店”为名,在详情页给商品打上“官方正品”的标签,强调质量有保障。然而,与商家声称的“保证质量”不同的是,在黑猫投诉平台上,一些消费者投诉,获得了品牌方授权的商店所售商品虽带有品牌商标,但质量不佳,或和品牌直营店存在差距,或相比较原来的老字号品牌质量下降。

此前,据媒体报道,仅2018年一年时间里,南极人品牌产品便14次被监管部门及地方消费者协会列入不合格产品名单。去年,采取品牌授权模式生产的回力拖鞋也曾被深圳市消委会指出存在产品质量问题。

除南极人外,同样采取授权模式经营的品牌还有浪莎、花花公子等,而这些知名品牌在市场监管部门的抽样检查中,均曾被查出质量不合格。

消费者信任不应被辜负

消费者买到的名牌产品由什么样的被授权企业经营?企业如何获得品牌授权?对

此,记者找到了一家经营北极绒、啄木鸟等品牌的中介公司,咨询了公司授权顾问小祝。小祝说,由需求方提供法人基本信息和公司营业执照,中介公司据此拟定品牌授权合同,签完合同后方要求付款,品牌方在看到合同和收款后会开具授权材料,授权即办理好。在费用方面,小祝介绍,不同品牌费用不等,一般授权费用为几千元,吊牌千套起拿,单价有1.5元、3元、5元等价位。

在品牌授权模式下,产品质量的实际控制者从品牌方下移到被授权方。授权贴上本品牌的吊牌,品牌方是否对被授权方资质有要求?是否会对“贴牌”商品的质量进行把控?小祝表示,只要是具有营业执照的公司,经营品类和品牌方一致,支付授权费用后就可以获得授权。且品牌方既不会事先“验厂”,实地查看生产资质,又不会抽检,对产品质量进行监督。

北京星竹律师事务所合伙人、律师郝旭东认为,“贴牌”模式在市场上很常见,虽然不违法,但导致了一些市场乱象,须引起重视。对品牌方而言,应综合考察被授权方的资金实力、技术水平、经营理念、运营团队,慎重选择。在授权合同中,应尽可能地对产品种类、质量标准、抽检机制进行明确约定。同时,还应加强品控,从源头防控产品质量问题,维护品牌形象。

“消费者是基于对品牌方的认可,才会选择购买商品。如果出现产品质量问题导致消费者利益受损,且品牌方在授权资质鉴定、质量监督等环节存在漏洞,也应当承担相应责任。”郝旭东说。



重点建设项目稳步推进

11月10日,山东济宁机场迁建项目航站楼钢网架顶升完成,标志着项目建设又向前迈出了关键性一步。

该项目是国家发改委、交通运输部重点推进项目之一,将成为孔孟之乡、运河之都——济宁对外交流的重要交通枢纽。

本报通讯员 李继峰 摄

8000多名员工坚守高原大漠,每天投产新井20口

长庆油田确保天然气保供“顶得上、保得住”

G 保供进行时

本报西安11月11日电 (记者毛浓曦 通讯员彭旭峰)截至目前上午8时,长庆油田当年累计生产天然气突破400亿立方米,较去年提前半个月抵达这个节点。随着北方大范围降温,长庆油田5大气田从11月初就将日产量提升到1.2亿立方米之上运行,正式开启今冬保供模式。

“按照今冬明春下游用气需求增长趋势,长庆气区日产天然气要上到1.55亿立方米的峰值运行。达到这个历史高点,意味着长庆油田还要在目前生产水平的基础上,短期内新增3500立方米的日产量。”长庆油田生产运行部主任朱浩平告诉记者。

长庆油田把今冬明春天然气保供作为一场长周期攻坚战来部署和推进。为确保冬季产量在短期大幅度提升,长庆气区今年部署了历史上规模最大的产能建设,在入冬之前完成了超过110亿立方米产能钻井工作量。进入10月份,新井投产平均每天以20口速度推进,拉动气田迅速提产。四季度安排投入新井超过1078口,力争将天然气日产量从1.1亿立方米拉升到1.5亿立方米以上。长庆油田计划今年投产气井2338口,使全年天然气产量较上年新增25亿立方米,将再次刷新历史纪录。

长庆油田还为应对极端天气做足充分准备,截至10月下旬,已完成储气库注气计划气量,形成了每天新增350万立方米的工作气量,确保今冬明春天然气保供关键时刻“顶得上、保得住”。

另据了解,面对油气生产区域当地疫情防控形势升级和冬季寒流给生产带来的挑战,长庆油田科学调整员工轮休,8000多名气田员工克服重重困难,坚守高原大漠,确保下游居民温暖过冬。

从采购、加工到配送,全程实施规范化操作,全链条封闭管理

兰州中央厨房让抗疫一线人员吃得饱吃得好

本报讯 (记者康劲)为全力做好疫情防控下餐饮市场保障供应,甘肃省于10月22日起启动中央厨房应急保供机制,兰州市的中央厨房企业,每日为隔离小区、防疫点位、团体单位及社会大众配送快餐盒饭5.3万份,其中向封控区、管控区及隔离酒店送快餐盒饭4.2万份,向社会居民配送快餐盒饭1.1万份。据统计,截至目前已经配送百万份盒饭。

10月下旬以来,新一轮新冠肺炎疫情突然来袭,兰州市紧急按下“暂停键”,商铺关门,堂食停售。与此同时,2万多名省市党政机关干部和来自社会各界的1.1万名志愿者进驻社区;同一时间,全市启用了148个集中隔离点,集中隔离超过1.09万人。为了不让抗疫一线人员“饿肚子”,甘肃省和兰州市商务部门共同确定了37家兰州市中央厨房保供企业“火线加盟”,公布了餐饮企业名称、配送食品种类、配送范围、配送方式、联系人、联系电话。消费者可以通过多种平台、端口在线下单,静等配送。

通过对中央厨房企业的原材料供应、食品加工操作、餐饮用具消毒、送餐数量及品质等情况进行严格监管,从采购、加工到配送,全程实施规范化操作、全链条封闭管理,兰州市既保障了抗疫一线人员吃得饱、吃得好,又构建了疫情防控期间餐饮供应无接触配送的“安全链”。

借助中国城市讲好中国故事、展示中国形象

专家热议城市品牌建设和城市文化传播

本报讯 (记者钱培坚)以“品牌,让世界更美好”为主题的第四届中国国际进口博览会“中外品牌论坛”,日前在上海举办。论坛由新华社民族品牌工程办公室、新华社新闻信息中心主办。

全国政协常委、民建中央副主席、上海市政协副主席周汉民在讲话中表示,全球品牌都应该具备3个特质:由市场占有量表现的市场开拓能力;由品牌忠诚度表现的消费者喜爱程度;由持续盈利能力表现的同业领导能力。中国品牌和世界著名品牌之间的差异,正在一步步地缩小,中国企业走向世界、闻达世界的可能性,不仅可能,而且是确确实实的存在和现实。

上海社会科学院软实力研究中心主任胡键认为,上海是国际大都市,本身就对国际规则、国际议程乃至创新全球治理机制等发挥着十分重要的作用,要打造承载“上海知识”“上海标准”“上海故事”的上海品牌,使“上海知识”成为“世界知识”,使“上海标准”成为“世界标准”,使“上海故事”成为“世界故事”,全方位提升上海的全球叙事能力。

与会专家指出,在全球化背景下,打造城市品牌,某种程度上就是在国际传播中进一步凸显城市品牌自身的文化内涵,彰显城市精神和品格的独特性。从这个意义上来说,构建城市品牌就是在打造城市“软实力”。

迎战风雪保装置

冻雨、大雪、暴雪……从11月6日起,吉林一直面临雨雪天气,无论雪量、强度,还是持续时间,都是10年来同期少见。面对极端天气,吉林石化全力抓好特殊时段的安全生产工作,打响了一场全员攻坚战。图为员工迎战风雪,及时采取措施,防低温冻凝,确保装置安全平稳运行。

本报记者 彭冰 本报通讯员 张晓君 摄



调查显示电商平台依然面临高退货率问题

本报讯 (记者杨召奎)11月10日,《中国消费者》杂志社联合中国标准化协会安全健康消费工作委员会等单位,共同发布了个人信息保护和电子商务消费调查报告。

调查结果显示,电商平台依然需要面对高退货率问题。

调查结果显示,尽管基于电商的市场监管力度、消费纠纷处理等呈现出总体向好的趋势,但是,消费者对通过电商平台购买商品和接受服务的满意度总体评价不高,电商平

台依然需要面对高退货率问题,电商平台亟待引导消费者按需理性消费。

从受访者网购退换货发生概率的评价结果看,选择偶尔退换货的受访者最多,占比24.65%,选择从未退换货的受访者占22.09%,共有33.25%的受访者认为网购商品退换货率超过75%。

从普通消费者的角度看,商家夸大宣传、广告违法、虚假打折,商品货不对板、名不符实,假冒伪劣及售后服务不到位等,依

然是电商问题短板,急需改进服务措施,强化标准规范。

在消费者个人信息保护调查项目中,相关调查结果显示,消费者个人信息被过度采集现象严重,线上线下均不同程度存在个人信息泄露问题,消费者主动保护个人信息意识不强,包括电商平台在内的在线服务行业依然是个人信息过度收集和滥用的重灾区。商家对消费者个人信息保管不当、商业应用规范缺位、个人信息贩卖等问题十分突出。

优惠政策连续推出,税收红利不断释放

研发费用加计扣除政策效应超预期

许企业提前享受上半年研发费用加计扣除的基础上,再增加一个季度的优惠,即在10月可提前享受前三季度的研发费用加计扣除政策。

10月纳税申报期,中车长春轨道客车股份有限公司提前享受税收减免1.76亿元。“新政策促进了产品更新换代,提高了核心竞争力。”公司财务总监卢淑华表示,凭借优良的品质,公司生产的各类列车已出口至22个国家和地区,数量累计超过9000辆,签约额超120亿美元。

“这项政策使制造业享受双重利好,有利于增强发展动力。”国家税务总局所得税司一级巡视员刘宝柱介绍,“制造业企业不仅可提前享受研发费用加计扣除政策,而且加计扣除比例由75%提高到100%。双重利好惠及18.6万户制造业企业,加计扣除金额达9036亿元,减免税额2259亿元,占

全部享受优惠户数和减免税额的比重分别为57.7%和67.8%。”

流程再简化,企业申报更便捷

为进一步方便纳税人办税,税务部门还通过增设2021版研发支出辅助账样式、调整优化了“其他相关费用”限额计算方法等措施,大幅精简企业账表填报信息,优化费用计算方法,减轻企业核算负担。企业享受政策所需填写的研发费用辅助账表减少75%,填报时间明显缩短,财务工作量大幅降低。

“考虑到部分中小微企业财务核算水平不高,准确归集、填写2015版研发支出辅助账有一定难度,税务部门增设了2021版研发支出辅助账样式,降低了填写难度。”北京市税务局企业所得税处二级调研员王素江介绍,新增设的辅助账样式对研发支出辅助账和汇总表样式进行了大幅简化优化,由过去

的“4张辅助账+1张汇总表”简并为“1张辅助账+1张汇总表”,帮助企业进一步做好研发费用归集核算,进一步减轻申报负担。

服务再提升,政策红利快享直达

在实际操作中,由于一些研发活动情况复杂、周期偏长,不同领域的研发活动又各有特点、专业性强,部分企业在核算时需归集的资料较多。为确保政策及时有效落地,税务部门还从精准辅导、精细协作等方面加大工作力度,确保政策红利直达快享。

北京朗视仪器股份有限公司财务负责人钱晓峰说:“新政策推出以来,税务总局的权威解读在各类媒体都有详细的介绍,属地税务部门第一时间把优惠政策打包推送给财务人员,负责联系我们企业的税务干部还多次对相关政策应用、报表填报等事项给予详细指导,随时解答问题,这些都让我们感到很暖心。”

本报记者 周峰

今年3月,制造业企业研发费用加计扣除比例由75%提高至100%,企业在10月纳税申报期可提前享受上半年加计扣除优惠。9月,优惠政策再加码,企业可以提前享受范围扩展至前三季度,同时通过增设2021版研发支出辅助账样式等措施,方便纳税人。

最新数据显示,全国各类企业提前享受加计扣除金额1.3万亿元,减免税额333亿元,享受加计扣除金额占去年全年汇算清缴的77.6%,企业享受政策红利的时间更早、力度更大,政策效应超出预期。

政策再加码,企业发展增动力

为进一步鼓励科技创新、缓解企业生产经营资金压力,9月,税务部门发布新政,明确2021年10月份纳税申报期,在允