

“双11”期间有人买10件衣服,退掉9件;有人刚拆完包裹,就忙着退货……

“剁手”购物一时爽,匆匆退货一番忙

本报讯(记者陈曦)“花3000多元买了10件衣服,基本上不满意,只留下1件。”过去一段时间,“85后”白领刘畅跑了8趟菜鸟驿站。“一边取快递一边退货,整个11月都在为‘双11’忙活。”这是“剁手”购物狂欢过后退货忙的一个缩影。《中国消费者》杂志社11月10日发布的一项调查显示,电商平台依然面临高退货率问题。

“退货量比平时翻了3倍,有的消费者拆开包裹,当场就填单子退货。”北京东城区某快递网点负责人王雷(化名)告诉记者,“双11”战线越拉越长,11月5日前后,就有消费者前来退货,15日之后迎来高峰,陆陆续续要退到月底。

对此,有受访者表示,虽然无理由退货的期限是7天,但选择退货后,平台还会再给出7天左右的寄件时间。“加起来十几天的考虑时间,我都是拖到最后一刻才寄回。”

记者了解到,消费者选择退货,除了因为产品质量、尺码不符合预期等,还有冲动消费导致的“后悔型退货”以及凑单满减之后的“计划型退货”。

“我退掉的都是小件凑单商品。”血拼“双11”10年,一家外企员工陈露(化名)摸透了平台的满减逻辑。她给记者算了一笔账:“一瓶护肤品159元,为参加‘跨店满200元减30元’的优惠,她随意凑了一双42元的拖鞋,一共支付171元,红包按比例分配给2件商品。把拖鞋退掉

后,最后护肤品实付136元,比不凑单省23元。”

北京市市民闫晓雯则表示:“我买了7件棉服回来试,留下1件最称心的。促销期间很多店都有运费险,退货没有后顾之忧,比逛商场还方便。”

近年来,电商平台不断完善退货保障机制,除了普及运费险,还推出先行垫付、上门取件、极速退款等服务。

“发货还没结束,后台退货申请数量就蹭蹭上涨,忙来忙去都是无用功!”淘宝店主刘吴文对此深感无奈。他告诉记者,“双11”期间购买量的虚高,会影响卖家的判断和资源调配,增加运营成本。

不过,平台和商家对此并非毫无察觉。

刘吴文说,在一些电商平台,如果消费者经常恶意退货,其账号权重会下降,以后就享受不到运费险等退货优惠。一些规模较小的店铺,则会设置退货阈值,或者直接在后台标注,退货率过高的消费者将无法在该店下单。

“每年‘双11’,只有快递行业的成交额最真实。”王雷坦言,退换货已成快递公司争抢的流量入口。“一方面,可以为日常寄件引流;另一方面,逆向物流爆发力强,比正向利润更高,还能降低车辆回程空载率。”

多位受访者建议,对于凑单商品,与其签收后再退货,不如备注告知店铺不用发货,降低物流等环节的损耗,助力营造诚信互利的市场环境。

喜获安置房

11月28日,肥西县花岗镇回迁居民在回迁安置小区内参观。

当日,安徽省合肥市肥西县花岗镇舒安安安置点第一批回迁安置房公开摇号分配,168户村民将在配套齐全的现代化小区里开启新生活。

新华社记者 刘军喜摄



稳油,扩煤,提气

延长石油加快优质产能释放

保供进行时

本报讯(记者毛浓曦)最近,陕西延长石油(集团)有限责任公司“保供”捷报频传:吴起采油厂克服水灾影响,原油产量达到203.24万吨,较去年稳中有增;在子洲县勘探出今年首个超百万方气井,喜获无阻流量114万方;今年煤炭产量突破1000万吨大关。

今年“保供”中,延长石油按照“稳油、扩煤、提气”思路高效组织生产,加快优质产能释放,全力增产保供。特别是面对当前国内能源供需偏紧、陕北地区持续雨雪低温形势,全力实施“抢险救灾、安全保供”方案,加快恢复安全生产秩序,保障油气煤能源稳定供应。

据了解,为保障原油连续稳产增产,延长石油在前两轮三年注水大会战的基础上,接续启动新三年精细注水大会战,依靠技术创新稳产提效。同时,科学有序开展抢险救灾,优化生产组织,倒排生产计划,狠抓产能建设。目前,油田日产量已基本恢复到灾前水平,预计年产量将实现千万吨以上。

在天然气保供方面,一是加大天然气增储上产力度,确保受灾气井100%恢复生产,并将上游增量全部用于民生保供。二是统筹编制“压非保民”供应预案,确保采暖季民生

势,全力实施“抢险救灾、安全保供”方案,加快恢复安全生产秩序,保障油气煤能源稳定供应。

据了解,为保障原油连续稳产增产,延长石油在前两轮三年注水大会战的基础上,接续启动新三年精细注水大会战,依靠技术创新稳产提效。同时,科学有序开展抢险救灾,优化生产组织,倒排生产计划,狠抓产能建设。目前,油田日产量已基本恢复到灾前水平,预计年产量将实现千万吨以上。

在天然气保供方面,一是加大天然气增储上产力度,确保受灾气井100%恢复生产,并将上游增量全部用于民生保供。二是统筹编制“压非保民”供应预案,确保采暖季民生

保供总量不低于去年同期。三是所属陕西燃气集团持续推进管网设施优化建设,建成投运汉中至南郑燃气管道等4处天然气管网互联互通项目,新增接收能力720万方/日。四是加快铜川、商洛LNG储气调峰项目,力争11月底前建成具备投运条件;安排杨凌LNG储罐满库储备调峰资源6600万方,做到应储尽储,全力提升储气调峰能力。五是持续开展冬季安全生产大检查。

在煤炭保供方面,深入开展“增产保供百日行动”,确保全年生产煤炭1175万吨以上,积极落实陕煤外送山东、江西、云南、重庆等省市发电企业的100多万吨保供任务,打造煤炭“公铁海”联运购销网络。

其中,在冰雪旅游方面,推动全省滑雪场“控量提质”,培育1~2家接待量超100万人次、5家超50万人次、10家超20万人次的滑雪场,发展更多冬季综合性康养项目,冰主题文旅项目、冰雪乡村旅游点等。到2025年,冬季旅游接待人次达到1.2亿,冰雪文化旅游总收入达到2200亿元。

“总牵引”,以冰雪运动为“重要推动力”,以冰雪文化“铸魂”、冰雪装备“强体”,以冰雪科技、冰雪人才、冰雪商贸、冰雪金融、冰雪交通等为支撑的产业体系。

其中,在冰雪旅游方面,推动全省滑雪场“控量提质”,培育1~2家接待量超100万人次、5家超50万人次、10家超20万人次的滑雪场,发展更多冬季综合性康养项目,冰主题文旅项目、冰雪乡村旅游点等。到2025年,冬季旅游接待人次达到1.2亿,冰雪文化旅游总收入达到2200亿元。

据悉,《“走出去”税收指引》共分四章,从税收政策、税收协定、管理规定及服务举措4个方面,按照适用主体、政策(协定)规定、适用条件、政策依据详细列举了“走出去”纳税人涉及的99个事项。相关政策文件截至2021年9月30日。

截至2021年9月,国家税务总局共发布了104份国别(地区)投资税收指南,涵盖104个国家(地区)。国别(地区)投资税收指南涵盖国家(地区)的基本情况、与中国双边经贸往来情况、现行税收制度、税收征管体制、投资涉税风险、税收协定、税收争议解决方法等主要信息。

税务总局有关负责人表示,希望《“走出去”税收指引》能为我国“走出去”纳税人提供税收法律法规方面的指引,帮助纳税人有效规避税收风险,为优化营商环境、促进贸易畅通和投资便利做出积极贡献。

税务总局有关负责人表示,希望《“走出去”税收指引》能为我国“走出去”纳税人提供税收法律法规方面的指引,帮助纳税人有效规避税收风险,为优化营商环境、促进贸易畅通和投资便利做出积极贡献。

税务总局有关负责人表示,希望《“走出去”税收指引》能为我国“走出去”纳税人提供税收法律法规方面的指引,帮助纳税人有效规避税收风险,为优化营商环境、促进贸易畅通和投资便利做出积极贡献。

税务总局有关负责人表示,希望《“走出去”税收指引》能为我国“走出去”纳税人提供税收法律法规方面的指引,帮助纳税人有效规避税收风险,为优化营商环境、促进贸易畅通和投资便利做出积极贡献。

城镇老旧小区改造提前超额完成全年任务

全国已有新开工城镇老旧小区5.34万个

本报讯(记者时娜娜)记者近日从住房和城乡建设部获悉,截至10月底,全国已有新开工改造城镇老旧小区5.34万个,超过了2021年《政府工作报告》提出的新开工改造城镇老旧小区5.3万个的全年目标任务。

近日,住房和城乡建设部印发第四批城镇老旧小区改造可复制政策机制清单,聚焦国务院大督查发现的、群众反映比较集中的6方面问题:部分地方城镇老旧小区改造计划不科学不合理,统筹协调不够,发动居民共建不到位,施工组织粗放,建立长效管理机制难,多渠道筹措资金难等。为此,该部有针对性地总结推广北京、上海以及浙江杭州等22个省、市、自治区解决难点问题的对策办法27条,指导各地既要守牢民生工程底线要求,把建设质量和群众满意度作为衡量改造效果的标准,确保改造进度和质量,满足人民群众美好生活需要,又要围绕发展工程攻坚克难,促进稳投资、扩内需,推动城市更新和开发建设方式转型。

随着全国城镇老旧小区改造工作的顺利推进,纳入住房和城乡建设部“我为群众办实事”实践活动联系点的100个小区,改造工作进展顺利。截至10月底,72%的联系点小区群众“急难愁盼”突出问题得以解决。同时,这些联系点小区结合改造,在加装电梯、无障碍设施建设、老旧管网更换、改造提升社区服务设施、建立后续管理机制等方面,探索形成了一批可复制可推广的典型案例和经验做法。

市场监管总局拟出新规

互联网广告不得等倒计时结束才能关闭

本报讯(记者杨召奎)11月26日,国家市场监督管理总局就《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》(以下简称《意见稿》)向社会公开征求意见,意见反馈截止时间为2021年12月25日。《意见稿》提出,以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭,不得有“没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭”等情形。

《意见稿》针对当前互联网广告发展新情况和新业态,明确将以互联网直播等方式直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告、跨境电商广告纳入调整范围;进一步强化对弹出广告“一键关闭”、植入广告等领域的制度规定。

《意见稿》指出,以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭,不得有下列情形:没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭;关闭标志虚假、不可清晰辨识或定位;实现单个广告的关闭,须经两次以上点击;在浏览同一页面过程中,关闭后继续弹出广告;其他影响一键关闭的行为。同时,不得以欺骗、误导方式诱使用户点击广告。

针对直播带货行为,《意见稿》提出,互联网直播内容构成商业广告,相关直播运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。

此外,《意见稿》还强化了互联网平台经营者责任,明确了互联网平台经营者配合广告监测、协助监管、提供统计数据等义务。

帮助“走出去”纳税人规避税收风险

新版《“走出去”税收指引》发布

本报讯(记者周峰)党的十八大以来,我国积极推动构建全面开放新格局。以“一带一路”建设为重点,我国纳税人“走出去”步伐明显加快,对外投资规模和质量日益提升。为充分发挥税收职能作用,国家税务总局国际税务司对“走出去”纳税人相关的税收政策及110个税收协定(安排、协议)进行归纳整理,总结共性涉税问题,近日编制了《“走出去”税收指引》(2021年修订版)。

据悉,《“走出去”税收指引》共分四章,从税收政策、税收协定、管理规定及服务举措4个方面,按照适用主体、政策(协定)规定、适用条件、政策依据详细列举了“走出去”纳税人涉及的99个事项。相关政策文件截至2021年9月30日。

截至2021年9月,国家税务总局共发布了104份国别(地区)投资税收指南,涵盖104个国家(地区)。国别(地区)投资税收指南涵盖国家(地区)的基本情况、与中国双边经贸往来情况、现行税收制度、税收征管体制、投资涉税风险、税收协定、税收争议解决方法等主要信息。

税务总局有关负责人表示,希望《“走出去”税收指引》能为我国“走出去”纳税人提供税收法律法规方面的指引,帮助纳税人有效规避税收风险,为优化营商环境、促进贸易畅通和投资便利做出积极贡献。



积极行动保障煤炭供应

为了保障煤炭供应,位于陕北黄土高原北缘与毛乌素沙漠东南缘接壤地的中核十九局矿业公司西湾煤矿项目积极行动。截至11月24日,该项目土方采剥量累计1580万立方米,岩石采剥量累计2250万立方米,煤炭销售外运突破1000万吨,提前完成全年煤炭生产销售任务。

图为该项目安全监督检查员在施工现场检查施工车辆消防设备。

冯宏超 刘程摄

吉林首个省级冰雪产业高质量发展规划出台

本报讯(记者柳姗姗 彭冰)日前,《吉林省冰雪产业高质量发展规划(2021-2035年)》(以下简称《规划》)印发,明确提出到2025年,全省冰雪产业总规模达到2500亿元,成为世界知名的国际冰雪旅游胜地,“带动三亿人参与冰雪运动”的重要承载区,到2035年,冰雪

产业消费链供应链转型升级,成为寒地冰雪经济高质量发展示范区。这也是全国完成的第一个省级冰雪产业高质量发展规划。

吉林位于世界冰雪黄金纬度带,为世界三大粉雪基地之一,具有发展冰雪产业的独特优势。为支持冰雪产业发展,该省出台了一系列

政策文件,形成了“中国冰雪产业发展看吉林”的市场认可度。目前,全省已经建成46个滑雪场,雪道总数347条,雪道总长度298公里,雪道总面积1032公顷,居全国首位。

此次出台的《规划》,提出要构建更加有机、协调的“4+X”产业体系,即以冰雪旅游为

以商标维权之名收的会费该退

经济观察

本报记者 杜鑫

最近,逍遥镇胡辣汤协会、潼关肉夹馍协会被曝在多地展开商标维权,若商户不交1000元~2400元不等的会费,就可能面临3万元~5万元的赔偿。

作为“逍遥镇”“潼关肉夹馍”的商标注册人,两家协会依法维权本无可厚非,但以此要挟商户交会费,吃相实在难看!

仔细查看这两个商标,本质上并不一样,且有诸多疑点。“逍遥镇”早在2004年就注册为普通商标,核定使用在第29类“胡辣汤”商品或第43类“餐饮服务”上。按照规定,普通商标注册人可收取使用商标许可费,并进行维权。

而“潼关肉夹馍”是2015年作为集体商标注册的地理标志,核定使用在第30类“肉夹馍”商品上。按规定,只有原产地域范围内的肉夹馍餐饮店,才能使用该集体商标。如果外地的餐饮店用了该商标,商标注册人可以进行维权。

对于这两个商标的纠纷,外界除了吐槽两家协会以商标维权之名收取会费之外,还在质疑:逍遥镇胡辣汤是河南的小吃之一,这个品牌在一定意义上应该是属于大众,为何协会能够将其注册为普通商标据为己有?潼关肉夹馍协会虽为社会团体,但商标权为何交给了私人名字下的公司运营管理,且是唯一授权?

尽管两家协会的维权行为已被叫停,但这些疑问仍有待相关部门的进一步调查和解释。不过,当下可以明确的是,国家知识产权局回应称,从法律上,不管是作为普通商标的

“逍遥镇”,还是作为集体商标的“潼关肉夹馍”,其注册人都无权据此收取会费、加盟费。

为此,有的协会已就维权事件向经营者致歉。认错值得肯定,但是致歉只是表态,改正才是行动。既然从法律上无权收取会费、加盟费,那么这两家协会之前以商标维权之名收取的会费、加盟费就应该退回。

一是法律的公信力、权威性、严肃性不容冲击。如果两家协会涉嫌违法,应该及时纠正,甚至接受相应处罚。

二是经营逍遥镇胡辣汤、潼关肉夹馍的餐饮店,多为街边小店,小本经营,进钱比道歉更实际。在整个事件中,他们是最直接的受损者,他们的权益应该得到保障。

究竟有多少商户无奈选择私了,交了会费、加盟费,外界不得而知。这两家协会应主动公布相关商户数量,并且列出退钱时间表或具体纠错办法。同时,受损商户可能没有

过多时间和精力拿起法律武器来维权,可多搜集、提供证据。协会曾委托帮其维权的律师作为获益者,有一定责任协助受损商户向协会索要退款。此外,监管部门应全程监督,并敦促有关地方和协会尽快、妥善解决问题。

关于这两个商标纠纷的争议仍在继续,但也让外界进一步厘清了不同商标的作用,知道了知识产权保护的边界,也引发了振兴地方小吃产业的讨论。

地方小吃经过千百年的历史发展,是无数代人辛劳的结晶。为这些小吃注册商标并积极维权,进行必要的规范和整顿,是助力其走向品牌化、标准化、规模化的重要保障。但若是商标维权沦为少部分人谋利的手段,不仅有损商户利益,还不利于行业健康发展。毕竟,每个具体的商户,才是地方小吃的真正传承者、推广人。