

设置高额运费,要求消费者另加微信购买或者补差价

# “天价”月饼仍在变相偷着卖

本报讯(记者李国)中秋节将近,各式各样的月饼礼盒已在线上商超、电商平台等渠道上线。此前,国家发改委等部门发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,提出对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。《工人日报》记者调查发现,一些商家仍以设置高额运费、要求消费者补差价等形式,售卖“天价”月饼。

8月17日,记者在重庆解放碑附近商超走访发现,已有多款500元以上月饼礼盒下架。但当记者咨询时,商家表示如需要更好的月饼礼盒,可加微信购买。

市场上,有的月饼礼盒标价紧贴着500元“红线”。重庆某店铺客服人员介绍说,其

店内一款标价为499.99元的“新冠”牌月饼礼盒(1750克),去年的零售价达1000多元。

还有的月饼礼盒实际成交价要远高于标价。记者在重庆观音桥某礼品店铺看到,一款由四川天伦食品有限公司生产的“天伦”牌月饼礼盒(1540克),标价为499.99元。但消费者若购买需另支付600元运费,算下来该礼盒的售价高达1099.99元。

该店铺销售人员称,这款礼盒的实际价格超过499.99元,按标价卖的话亏本。他还提到,之所以不能按实际售价来标价,是因为有“国家规定”。

记者采访发现,还有电商平台的商家备注要求消费者在购买月饼礼盒时另补差价。

根据相关规定,月饼的包装层数最多不超过3层,不应与其他产品混装,且包装材料不得使用贵金属和红木材料。

然而,记者在淘宝上发现,一家名为“妙奈旗舰店”的店铺打出了“定制轻奢皮箱礼盒”“月饼礼盒装红酒”等广告语,内装红酒和内装普洱茶的月饼礼盒,仍然在该店铺内公开销售。

另一家名为“喜里喜外旗舰店”的淘宝店铺,月饼礼盒除了可以装入金骏眉小罐茶、红酒之外,还可以放入手机支架、口罩、茶水分离杯、果饮杯、咖啡、祈福挂件等各式各样看起来似乎与月饼“八竿子打不着”的商品。

重庆工商大学教授莫远明说,月饼包装

“瘦身”会让普通消费者觉得更亲近;禁止月饼搭售其他商品,会让消费者觉得更纯粹;月饼定价适宜甚至价格下降,会让普通收入人群能承受得起。

莫远明表示,商家明知销售违规,却采取更为隐蔽的销售方式,这对市场监管部门提出了挑战,希望相关部门积极探索有效措施根治不规范行为。

“月饼的利润很高,通常情况下,一盒月饼的生产成本不会超过70元。”重庆渝中区市场监管局解放碑所党支部书记、副所长张敬荣说,“近几年,国家持续打击‘天价’月饼,是为了让整个消费市场更加理性、健康、有序。”



## 雅万高铁高速动车组正式发运

雅万高铁高速动车组在山东港口青岛港装船(8月18日摄)。8月21日,我国出口印尼用于雅万高铁的1组高速动车组和1组综合检测列车在山东港口青岛港完成装船,通过海运发往印尼。  
新华社发(姜超摄)

## “天价”月饼等问题将被集中整治

整治行动将在全国范围内展开,为期2个月

本报讯(记者杨召奎)2022年中秋节、国庆节将至,市场监管总局近日印发《市场监管总局关于集中整治商品过度包装、“天价”月饼和蟹卡蟹券等问题的通知》(以下简称《通知》),在全国范围内开展为期2个月的集中整治。

《通知》要求,加大标准宣贯力度。深入推进国家标准《限制商品过度包装要求食品和化妆品》及第1号修改单的宣贯工作;督促指导生产企业依法公开其执行的限制商品过度包装有关标准;对月饼生产等重点企业组织开展行政指导,督促企业合规经营,尽早贯标、用标和达标;组织开展生产食品、化妆品的直销企业吹风会,引导直销企业积极承诺,严格遵守限制过度包装的法律义务;加强限制商品过度包装

强制性国家标准的培训,强化基层执法人员对标准的理解和运用,提升执法能力。

《通知》强调,强化专项监管执法。加强过度包装抽查检验,重点对月饼生产销售企业进行抽查;畅通举报渠道,充分挖掘线上线下各类线索,特别关注高价月饼以及酒楼、饭店定制或以文创等名义开发的高端礼品,从严查处过度包装违法行为。加强重点监管,坚持线上线下一体化,从食品安全、价格、包装、广告宣传等方面规范市场主体经营行为;组织开展专项网络交易监测,实施过度包装商品网络禁限售目录,督促电商平台压实主体责任。同时,持续曝光典型案例,将过度包装行为的行政处罚文书录入企业信用信息公示系统,依法依规在行政处罚文书网上公开。



## 北京海淀开展月饼过度包装专项检查

近日,北京市海淀区市场监管局开展月饼过度包装专项检查。图为执法人员在超市发(学院路店)对各类月饼的包装情况进行现场检查。  
本报记者杨召奎 本报通讯员 田荣娟 摄

## 北京出台34条助企纾困优化营商环境措施

本报讯(记者赖志凯)近日,北京印发了《北京市助企纾困优化营商环境若干措施》(以下简称《若干措施》),重点围绕涉企服务、网上办事、准入准营、扩大经营等5个方面,提出了34条改革举措。

根据《若干措施》,在全市范围内开展“防疫、稳经济、助企纾困”走访服务活动。对于纳入“服务包”的咨询类事项,24小时内予以答复;对于复工复产类诉求,7日内办结。企业在助企纾困政策落地过程中,可以拨打12345企业服务专线进行咨询或反映问题。12345企业服务专线将建立企业诉求分级分类办理机制。

目前,北京市政务服务事项“全程网办”比例已达到97%以上,在此基础上,将加快建设“全程网办、集成联办、跨省通办、移动可办”的数字服务平台。同时,持续推动中小微企业首贷补贴和贷款延期还本付息等事项网上办理。各级政府门户网站将于8月底前开设惠企政策专区。

此外,持续推广电子印章应用,继续为新开办企业免费发放电子印章,同时鼓励存量企业办理电子印章,重点在政务服务、金融、商务等领域推广电子印章应用,企业使用电子印章可办理各类政务服务事项和开展银行开户、银行贷款、签订合同、政府采购、招标投标、出具证明等经营活动。

对于餐饮、零售、文娱、乡村民宿等受疫情影响较大的消费领域,加快推行“一业一证”,并在政务服务中心设立企业开办“一业一证”综合窗口,实现办理经营许可时“一次告知、一套材料、一证准营”。

## 云南水利建设“进度条”持续刷新

本报讯(记者黄瑜)今年以来,云南省水利建设步伐加快,水利管理不断强化,各项工作呈现良好局面。前6月,该省水利固定资产投资同比增长33.3%,实现时间过半、任务过半。

上半年,云南省紧盯全年实现增长20%以上,完成920亿元的目标任务。列入全国150项重大水利项目的耿马、石屏、弥泸、保山坝4件大型灌区已全面开工建设。力争2022年开工建设的其他重大水利项目进展良好,

黑滩水库已开工建设,滇中引水二期配套工程初设报告已审查,滇中引水二期骨干工程、黄草坝水库2件可研报告审查意见已报送国家发展改革委。

在全面推进8件列入国家150项重大工程项目的同时,以云南省“十四五”兴水润滇工程规划为基础,进一步谋划了25件重大水利工程项目。其中,包括引调水工程1件(滇中引水二期)、大型水库11件、大型灌区13件,总投

资达1441.5亿元,力争2023年底前开工建设。创新提出实施“水库扩建扩容、库库连通及库河连通、跨区域引调水、城乡供水一体化”等“扩、连、调、供”4大工程,总投资2118亿元。

该省深入推进重点水源工程建设,围绕水利固定资产投资增速20%以上目标任务,狠抓项目开工建设,推动项目纳入固定资产投资统计。截至目前,已开工项目123件,总投资447.25亿元。



## 服务机器人让生活更美好

服务机器人在2022世界机器人博览会现场巡游(8月18日摄)。

2022世界机器人大会于8月18日至21日在北京召开,2022世界机器人博览会也同期举行。博览会现场的服务机器人吸引了不少参观者的目光。

目前,服务机器人已应用于酒店、餐厅、企业、工厂等场景,提供智能引导、巡逻、宣教、配送等服务。  
新华社记者 赵婷婷 摄

## 继续免征购置税对新能源汽车市场有何影响?

### 经济观察

本报记者 北梦原

上周,火热的新能源汽车市场又“吃下一颗定心丸”。日前召开的国务院常务会议决定,将今年底到期的免征新能源汽车购置税政策延期实施至明年底,预计新增免税1000亿元。

这是我国第三次对免征新能源汽车购置税政策进行延长。2014年,我国首次实施免征新能源汽车购置税政策,当年全国新能源汽车销量仅为7.5万辆。随后,该政策在2017年和2020年两次得到延长。

时至今日,我国新能源汽车半年销量已达260万辆,保有量突破1000万辆,市场渗透率超过20%。同时,我国的新能源汽车技术创新不断取得突破,不仅在动力电池方面展

现出极强的产业竞争力,激光雷达、芯片、车载基础计算平台等技术水平也快速提升。

毋庸置疑,免征新能源汽车购置税等政策在推广普及新能源汽车、扩大新能源汽车市场规模的过程中发挥了重要作用。从该政策实施第二年起,我国新能源汽车销量已连续7年位居全球第一。

随着新能源汽车进入规模化快速发展阶段,而今,稳定和扩大新能源汽车消费成为保障汽车产业平稳发展的一个重要途径。此次继续免征新能源汽车购置税,政策着眼的是持续扩大消费、进一步培育新增长点,促进新能源汽车消费、相关产业升级、绿色低碳发展。

近年来,我国新能源汽车产业快速发展的最大动力来自需求。全国新能源汽车城市渗透率数据显,新能源汽车已经走出了以北上广深为代表的二线城市,走向了更广阔的市场。

然而,疫情发生以来,汽车消费需求总体上

受到一定抑制。同时,上游电池材料、芯片供应等波动导致新能源汽车生产成本不断攀升,众多厂商纷纷提高汽车售价,使得需求侧进一步承压。加之今年底,新能源汽车补贴将会完全取消,购车成本将进一步上升。在此背景下,继续免征新能源汽车购置税政策,不仅有助于释放潜在的消费需求,同时也将为市场提供缓冲。

此前几次购置税减免政策实施情况表明,购置税对需求的刺激与释放,在中低价位产品中效果最为明显。而从目前我国新能源汽车市场结构来看,中低价位的微型、紧凑型轿车仍然占据销量大头。市场普遍认为,继续免征新能源汽车购置税政策,对新能源汽车销量将有较为明显的促进作用。

继续免征新能源汽车购置税政策,利好的不仅是车企和消费者。扩大新能源汽车消费还将进一步促进产业升级,带动配套产业发展。

根据中汽协、乘联会的预测,今年我国新

能源车销量有望达到550万辆。在近期政策利好及市场景气程度的加持下,乘联会已经调高预测。市场规模的超预期增长将为新能源汽车产业链带来新的变化。有分析认为,在新能源汽车赛道热度持续的背景下,资本、技术不断涌入,产业链有望迎来更多技术迭代,产品供给质量有望进一步提升。

在明确扩大新能源汽车消费政策的同时,此次国务院常务会议也提出,建立新能源汽车产业发展协调机制,促进配套产业发展,推动全产业链提升竞争力;大力推进充电桩建设,纳入政策性开发性金融工具支持范围。

随着新能源汽车保有量的不断提升,在强烈的市场需求驱动下,充电、换电、售后、维修、保养以及动力电池回收等新能源汽车配套产业发展步伐也将加快步伐。有机构预测,这一市场未来将呈爆发式增长,预计到2030年产值规模将达1000亿元。

## 本周全国汛情旱情将叠加

水利部要求防汛抗旱两手抓

本报讯(记者蒋嵩)8月19日,国家防总副总指挥、水利部部长李国英在专题会商中指出,预测未来一周,我国面临汛情、旱情叠加的严峻形势。要防汛抗旱两手抓、两手都要硬,加强风险研判和预警预报,紧盯薄弱环节,提前查漏补缺,强化责任落实,坚决打赢防汛抗旱两场硬仗。

从旱情看,长江中下游和洞庭湖、鄱阳湖地区旱情仍将持续发展;从汛情看,松花江及第二松花江、海河流域部分水系,黄河上中游地区特别是内蒙古河段和北干流上段、渭河,海南及西江流域沿海诸河等将有较强降雨过程,发生洪水的可能性较大。

为此,水利部要求全力以赴做好抗旱工作。要精准掌握旱区人员饮水以及大牲畜、规模化养殖用水困难情况,提前有针对性地采取保供水措施;以确保旱区群众饮水安全、保障大中型灌区引水灌溉为目标,实施“长江流域水库群抗旱保供水联合调度”专项行动,精细调度以三峡水库为核心的长江上游水库群、洞庭湖“四水”水库群、鄱阳湖“五河”水库群,滚动跟踪补水演进过程,精准对接城镇和灌区取水。

此外,要抓好局地强降雨导致的山洪灾害防御,强化黄河上中游地区淤地坝防冲垮和中小河流洪水防御措施,加强台风路径、影响范围、降雨等监测分析研判,提前做好防范应对预案。

发送货物97.2万标箱,同比增长5%

## 今年中欧班列累计开行破万列

本报北京8月21日电(记者刘静)记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,8月21日,随着中欧班列(西安—汉堡)从西安国际港站开出,今年以来,中欧班列累计开行达1万列,较去年提前10天破万列;累计发送货物97.2万标箱,同比增长5%,综合重箱率达98.4%。

国铁集团货运部相关负责人介绍,今年以来,该集团积极推动中欧班列高质量发展,构建全天候、大运量、绿色低碳、畅通安全的国际物流通道,为维护国际产业链供应链稳定畅通、高质量共建“一带一路”提供了有力支撑。

主要包括:加强国际铁路合作,积极探索运输新通道,推动形成“畅通高效、多向延伸、海陆互联”的境外通道网络格局;提升运输服务品质,大力推进国际联运信息化、数字化发展,依托95306“数字口岸”系统,与海关部门共同推动无纸化通关,大幅缩短了通关时间,提升了作业效率;强化基础设施建设,今年以来,中欧班列西、中、东通道日均运量较扩能改造前的2020年分别增长20.7%、15.2%、41.3%;严格疫情防控措施,落实人、车、物、环境“四位一体”要求,最大限度减少疫情对中欧班列运输的影响。

目前,中欧班列已铺画了82条运行线路,通达欧洲24个国家200个城市,逐步“连点成线”“织线成网”,运输服务网络覆盖欧洲全境,运输货物品类涉及衣服鞋帽、汽车及配件、粮食、木材等53大门类、5万多种品类。

打破“对立化”,突出“事前防”

## 国家知识产权局探索“辅导式”监管

本报讯(记者杜鑫)近日,国家知识产权局成立工作组,先后入驻两家平台型商标代理机构,通过“辅导式”监管方式,宣讲最新商标审查政策,帮助建立管理制度和工作规则。

近年来,平台型商标代理机构在带来技术革新、便利商标服务的同时,也出现了不规范经营的行为。国家知识产权局本着“审慎监管,包容发展”的原则,选取部分平台型商标代理机构为样本并实施辅导,以提炼治理经验和做法为目的,通过形成和推广指南指引,有效规范代理服务行为。

国家知识产权局在治理平台型商标代理机构工作中,不断创新监管方式,探索建立“入站式”监管机制,通过全方位的“辅导式”检查监督,提升监管效能。

具体来看,主要采取了以下措施:转变观念,打破监管情绪“对立化”,采用“辅导式”治理方式,打破以行政处罚为主要方式的监管方式,在平台型商标代理机构内部建立合规部门,由“要查我”变为“我要查”。聚焦风险,突出监管过程“事前防”,针对平台型商标代理机构的经营模式和主要风险,详细梳理其所存在的问题,辅导其建立完善申请筛查、恶意申请告知、利益冲突审查、网络申请去重校验等工作机制。强化组织,打破监管力量“单一化”,抽调国家知识产权局各相关业务部门、地方知识产权局和行业协会骨干力量组建工作组,成立监管、审查、信息化、行业自律等多部门的专家团队,提升监管整改意见的针对性和有效性,确保监管成效最大化。