



省农林水利气象工会党支部开展主题党日活动

本报讯(通讯员 冯亚丽)4月8日,省农林水利气象工会党支部与省粮食和物资储备局机关党委支部赴渭南开展“牢记国之大者,增强粮食安全安全意识”主题党日活动。

在“全国粮食安全宣传教育基地”丰图义仓,党员们充分了解了古人储粮建筑智慧,古代粮仓体系构建及其对保障粮食供给、确保社

会稳定的作用。在省救灾物资储备中心渭南库,了解了该库在承担中省救灾物资储备保管、西北地区灾情物资调拨、救灾物资储备等发挥的重要作用。

活动中,省农林水利气象工会还为渭南库3名困难职工送去米、面、油等生活必需品,鼓励他们树立信心、克服困难。

旬邑县总工会为县级劳动模范免费体检

本报讯(通讯员 邵文柯)近日,旬邑县总工会组织全县32名县级劳动模范在县医院开展免费健康体检活动,进一步弘扬劳模精神,营造崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的浓厚氛围。

此次体检项目包括血常规、肝功能、心电图、彩超等10余项。活动中,医务人员为劳模们进行了仔细全面的检查,并耐心解答每

一位劳模的健康咨询。

近年来,旬邑县总工会积极创新劳模管理服务,通过组织开展劳模疗休养、劳模慰问、赠送互助保障、大病救助、召开座谈会等一系列举措,把各种贴心服务送到劳模身边,在全社会营造了尊重劳模、关爱劳模、争当劳模的良好氛围,受到广大劳动者一致好评。



4月10日,由西安市碑林区总工会主办的首届新业态劳动者职业技能竞赛决赛在李家村万达广场举行。

据介绍,此次竞赛分为“线上答题+线下实操”两部分进行。经过海选,30名外卖配送员进入赛前热身、S弯骑行、过独木桥、绕杆骑行、情景模拟五个项目的线下实操决赛。

本报记者 刘强 摄

《条例》对预付式消费、直播带货等领域作出专门规定

全面加大消费者权益保护力度

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》近日公布,将于今年7月起正式施行,为新征程上推进消费环境建设强化了法治保障。4月9日,国务院新闻办举行国务院政策例行吹风会,介绍相关情况。

市场监管总局副局长柳军介绍,《条例》有五方面亮点。全面加大了对消费者安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、安宁权、个人信息保护力度,既是权利保障,也是行动指南。作为基础性、综合性的一般法,各领

域的经营行为都要遵循其规定;作为倾斜保护消费者的特殊法,各行业的规章制度都要符合其精神。对预付式消费、直播带货、“一老一小”、“霸王条款”、“刷单炒信”、“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等新领域新问题,作出了专门规定。完善消费纠纷先行和解、行政调解、多元化解等机制,把更多纠纷化解在源头、消灭在萌芽状态。强化社会监督和信用约束,更好发挥消费者以及消协组织的作用,同时明确反对滥用权利、恶意维权。

禁止平台“刷单炒信”“强制搭售”“大数据杀熟”,规范“自动续费”,保障“无理由退货”

截至去年底,我国网购用户超过9亿人,在线旅行预订用户超过5亿人,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的27.6%,与此同时,相关诉求也快速增长,去年全国网络消费投诉占全部诉求的56%,超过一半,成为影响消费者获得感的重要因素。

柳军介绍,《条例》针对网络消费存在的问题,为更好地保障消费者的知情权和选择权,作出了一系列新的规定。

禁止“刷单炒信”。一些经营者“批量点赞”“虚假种草”“虚构测评”“好评返现”“删除差评”等行为,损害了公平竞争和公平交易。《条例》规定,经营者不得虚构交易信息、经营数据,不得篡改、伪造、隐匿用户评价等,防止欺骗、误导消费者。

禁止“强制搭售”。一些经营者扫码支付强

制注册、在线订票捆绑金券等行为,侵犯了消费者自主选择权。《条例》规定,经营者不得利用技术手段,强制或者变相强制消费者购买商品、接受服务。经营者通过搭配、组合等方式提供商品服务的,应当以显著的方式提请消费者注意。

禁止“大数据杀熟”。大家知道,“童叟无欺、真不二价”,不但是中国传统的商业道德,也是现代市场的交易底线。如果经营者根据消费者的使用习惯、兴趣爱好、支付能力、议价条件等进行歧视性定价,很可能损害消费公平。《条例》规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。这是我国在行政法规中首次对差异化定价进行规范。

规范“自动续费”。现在网站和APP的各种付费会员越来越多,有的首月优惠、次月高价,有的默认勾选、擅自扣款,还有的跳转了五六步都没法取消,让消费者防不胜防。《条例》规定,相关经营者应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费前,分两次以显著方式提请消费者注意,同时还应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项。

保障“无理由退货”。七日无理由退货已经成了网购标配,但是仍然有一些商家以各种理由推脱。《条例》规定,经营者不得限定法定的无理由退货范围;对不适用无理由退货的商品,应当以显著方式进行标注,提示消费者在购买时确认,不得作消费者默认同意的选项。同时,未经消费者确认,不得拒绝无理由退货。

直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”,平台、直播间和主播“人人有责”

近五年,直播电商市场规模增长10.5倍。同时,投诉举报的增幅高达47.1倍,明显高于传统电商。直播带货创新了消费场景,丰富了消费供给,但由于“台前幕后”主体多,“人货场”链条长,“线上线下”管理难,消费者举证难,导致虚假营销、货不对板、退货困难等问题比较突出。

市场监管总局执法稽查局局长况旭介绍,《条例》对网络消费的规定对直播带货同样适用。针对直播的特性和突出问题,《条例》还作出了多方面的规范。

在强化信息披露方面,经营者通过网络、电

视、电话、邮购等方式提供商品服务的,应当在其首页、视频画面、语音、商品目录等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。由其他经营者实际提供商品服务的,还应当向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”,这是营销的前提和底线。

在完善平台管理方面,直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,明确消费争议解决机制。发生消费争议的,直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息,以及相关经

营活动记录等必要信息,“三无产品”往往是经营者名称、地址、联系方式都没有,平台应当严格落实身份核验和日常管理责任,在发生消费争议时,积极协助消费者维权,切实改善售后体验。

在规范营销行为方面,直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的,应当依照《广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。《条例》通过将规范性文件《网络直播营销管理办法》中的相关内容上升为法定义务,明确了平台、直播间和主播“人人有责”。

规范预付式消费,强化经营者设立“书面合同”“按约履行”义务,明确“事中告知”义务

近年来,预付式消费种种乱象成为老百姓的烦心事和放心消费的堵点,规范预付式消费也是《条例》立法的一个重点。况旭介绍,《条例》主要从三方面进一步强化了经营者的义务:

设立“书面合同”的义务。经营者应当与消费者订立书面合同,约定商品或者服务的具体内容、价款或者费用、预付款退还方式、违约责任等事项,通过书面合同的形式,强化对经营者遵守承诺的约束,降低消费者维权时的举证难度。

强化“按约履行”的义务。经营者应当按照与消费者约定提供商品或者服务,不得降低商品或者服务质量,不得任意加价。如果经营者没有按照约定提供,应当按照消费者要求履行约定或者退还预付款。针对经营者降低质量、偷工减料、服务缩水等情形,《条例》首次赋予了消费者合同解除权,而且经营者要退的不仅仅是预付款的余额,而是要根据合同履行情况和

违约情况来定。

明确“事中告知”的义务。经营者出现重大经营风险,应当停止收取预付款;经营者决定停业或者迁移服务场所的,应当提前告知消费者,继续履行义务或者退还没有消费的预付款余额。即使经营者没有主观的过错,也将导致合同无法履行或者显著增加消费者履行成本,《条例》同样赋予了消费者合同解除权。

此外,虽然押金是担保而非预付款,但同样有“预付”的形式和风险,也容易引发退款纠纷,所以《条例》对押金也作了相应规定,要求经营者应当事先与消费者约定退还押金的方式、程序和时限,不得对退还押金设置不合理条件,符合条件的要及时退还。消费者违约时,经营者扣除押金应当以实际损失为标准,而不是简单的“全有全无”。

“需要强调的是,预付式消费是一种商业模

式,涉及各行各业,有关行政部门在各自领域加强日常监管,查处违法行为,处理消费投诉。比如,单用途商业预付卡由商务部门主管,教育、体育、文化旅游、卫生健康、交通运输也有相应职责,《条例》为预付式消费设立了专门罚则,明确由各有关行政部门进行处罚;对于预收费用后卷款跑路的,还将依法列入严重违法失信名单。”况旭说。

《条例》的出台将更好支持消费者依法维权,更好指引经营者依法经营,更好推动消费市场繁荣发展。但是,消费环境建设永无止境,消费者权益保护永远在路上。市场监管总局作为国务院消费者权益保护牵头部门,将会同有关部门一体推进“一法一条例”落实,全力打造“放心消费在中国”的美好蓝图,努力让诚信成为市场底色,让公平成为消费基石,让造福百姓的制度落地见效。(林丽鹂)

四部门发文优化重点文旅场所支付服务

新华社北京4月9日电(记者 张千千 吴雨)记者4月9日从中国人民银行获悉,近日,中国人民银行、文化和旅游部、国家外汇管理局和国家文物局联合印发《关于进一步优化重点文旅场所支付服务 提升支付便利性的通知》,更好满足老年人、外籍来华人员等群体在文旅领域多元化的支付服务需求。

通知要求,各地文化和旅游部门、文物主管部门会同当地中国人民银行分行加强协调联动,确定重点文旅场所,明确重点商户,制定工作方案,从持续完善境内外银行卡受理环境和现金使用环境、提升移动支付便利度、加强宣传推广等方面,细化工作措施,做好供需对接和评估督导,共同提升文旅领域支付便利化水平。

通知明确,三星及以上旅游饭店、国家5A级和4A级旅游景区、国家和省级旅游度假区、国家级旅游休闲街区要实现境内外银行卡受理全覆盖。重点文旅场所相关经营主体应保留人工售票窗口,支持现金支付,保障消费者支付选择权。积极推进在外籍来华人员较多的文旅场所布设外币兑换业务网点,提升外币兑换服务水平。持续完善移动支付服务,优化业务流程,丰富产品功能,提升文旅场所线上、线下场景移动支付便利化。

记者了解到,下一步,中国人民银行、文化和旅游部、国家外汇管理局、国家文物局将与地方政府密切协作,督促指导金融行业及文旅行业各方共同努力,推动通知各项举措落到实处,持续优化老年人、外籍来华人员支付服务,更好服务社会民生,优化营商环境,促进高水平对外开放。



陕建安集团:西北首个被动式超低能耗社区交付

本报讯(李璇)近日,陕西建安集团有限公司承建的西北地区首个被动式超低能耗社区——高新·天谷雅舍项目顺利交付。被动式建筑是仅依靠建筑物本身蓄热蓄冷隔热保温措施,就可达到室内冬暖夏凉效果

的建筑。高新·天谷雅舍项目位于西安高新区,总建筑面积13.7万平方米,通过提高建筑的保温、隔热、气密性和新风系统的结合运用,综合节能率可达90%以上,实现恒温、恒湿、恒氧、恒静、恒洁的“五恒”居住品质。

陕西黄金集团营销公司:开展主题党日集中观影活动

本报讯(通讯员 王琪)4月7日,陕西黄金集团营销有限公司党委组织开展主题党日集中观影活动,全体党员集体观看了党史题材纪录电影《我们的七月》。

影片真实再现了扶眉战役的全过程,刻画了人民解放军战士英勇顽强、不畏牺牲的光辉形象和光荣事迹。通过观影,激励全体党员从革命前辈不怕牺牲的英雄气概和革命精神中汲取奋斗力量,在履职尽责中传承红色基因,在担当作为中赓续红色血脉。



4月10日,陕西华山三特索道有限公司举办运营28周年庆祝活动。

28年来,该公司为2799万游客提供了安全、便捷的乘坐服务,累计实现营业收入23.31亿元,成为当地经济发展的重要支柱企业。因为工作人员与抽到索道票的游客合影。

通讯员 王柯菁 摄

(上接第一版)

——从企业发展看,3月份,制造业PMI在连续5个月收缩后升至50.8%,其中,中、小型企业PMI分别升至50.6%、50.3%,均是12个月以来首次升至扩张区间,显示市场信心稳步回升。

更多指标传递企业运行向好信号:3月份,技术创新型企业经营活力指数同比增长27.9%,创业企业经营活力指数同比增长14.6%……

“从最新一期渣打中国中小企业信心指数看,中小企业几乎在所有项下都处于扩张区域。”渣打集团行政总裁温拓思表示,对中国经济中长期前景非常乐观。

内生动能积蓄增强 发展活力不断彰显

车站机场人头攒动,餐馆门口排起长龙,热门景区一票难求……刚刚过去的清明假期,国内旅游出游1.19亿人次,国内游客出游花费539.5亿元,按可比口径较2019年同期分别增长11.5%、12.7%。南来北往、东行西进,热闹火热的出行消费场景,释放出中国经济内生动能加快修复的浓浓暖意。

看交通物流,人享其行、物畅其流,“流动的中国”迸发生机——

重回扩张区间——3月份,中国物流业景气指数为51.5%,较上月回升4.4个百分点。“随着复工复产加速推进,供应链上下游活动趋于活跃,带动物流需求恢复加快,业务总量指数、新订单指数等指标有所回升。”中国物流与采购联合会总经济师何辉说。

交通物流是经济循环“大动脉”。今年以来,交通物流行业多项统计指标实现正增长。前2个月,营业性客运量同比增长27.4%,货运量增长7.5%,邮政行业寄递业务量增长25.1%。

“随着经济内生动能逐步修复,人流、物流要素流动更加活跃,有利于经济循环逐步改善。”国家统计局新闻发言人刘爱华说。看消费市场,服务消费潜力释放,新消费业态活力涌现——

今年以来,从“尔滨”冰雪游火热,到甘肃天水麻辣烫“火爆出圈”,一个个IP涌现,消费场景持续上新。

消费引擎强劲。前2个月,社会消费品零售总额同比增长5.5%。从消费新增长点看,数字音乐、节能洗衣机和滑雪装备等数字、绿色和健康类商品分别增长95.1%、167.5%和66.4%。

在消费需求较快增长带动下,价格企稳回升。2月份,全国居民消费价格指数同比由上月下降0.8%转为上涨0.7%;环比上涨1.0%。3月份,中国大宗商品价格指数环比上升0.6%。

根据国家统计局测算,一季度,线下商圈人流热度指数、生活服务消费热度指数同比分别增长9.9%和超30%。这些直观反映经济运行态势的“高频指标”显示,消费稳中向

好态势持续巩固。

新加坡《联合早报》近日援引有关专家分析称,中国国内供需有所改善,企业信心正在恢复,消费和投资意愿不断增强。

大市场“磁吸力”持续释放 为世界提供新机遇

3月24日上午,北京钓鱼台国宾馆,聚焦“中国持续发展的动能与前景”的中国发展高层论坛2024年年会首场专题研讨会举行,会场内座无虚席。

首次参加中国发展高层论坛的新加坡总理李显龙表示,中国是新加坡过去10年来全球增长最快的市场之一,此次参加年会就是希望寻找人工智能等未来产业技术创新和人才培养合作新机遇。

近期,从博鳌亚洲论坛上中国发展新机遇成为关注焦点,到“投资中国”首场标志性活动吸引140余名企业家和外国在华商协会代表参加,再到苹果公司首席执行官蒂姆·库克等百余位跨国公司负责人密集到访中国、美国财政部长耶伦访华,中国市场“磁吸力”持续释放,有力提振全球发展信心。

越来越多的跨国企业加码在华投资。如阿斯利康宣布投资4.75亿美元在无锡新建小分子药物工厂,苹果公司将扩大在上海的应用研究实验室。

在去年同期高基数基础上,今年前2个月,我国实际使用外资金额2150.9亿美元,虽有所下降,但仍处于近10年第三高位。引资结构持续优化,高技术产业引资714.4亿元,占实际使用外资金额比重高达33.2%。

“随着经济内生动能逐步修复,人流、物流要素流动更加活跃,有利于经济循环逐步改善。”国家统计局新闻发言人刘爱华说。

看消费市场,服务消费潜力释放,新消费业态活力涌现——

今年以来,从“尔滨”冰雪游火热,到甘肃天水麻辣烫“火爆出圈”,一个个IP涌现,消费场景持续上新。

消费引擎强劲。前2个月,社会消费品零售总额同比增长5.5%。从消费新增长点看,数字音乐、节能洗衣机和滑雪装备等数字、绿色和健康类商品分别增长95.1%、167.5%和66.4%。

在消费需求较快增长带动下,价格企稳回升。2月份,全国居民消费价格指数同比由上月下降0.8%转为上涨0.7%;环比上涨1.0%。3月份,中国大宗商品价格指数环比上升0.6%。

根据国家统计局测算,一季度,线下商圈人流热度指数、生活服务消费热度指数同比分别增长9.9%和超30%。这些直观反映经济运行态势的“高频指标”显示,消费稳中向