

发货时间不告知,超时不发货,随意变更发货时间

# 一些电商平台“超长预售”让消费者花钱受气!

江苏省消保委发布《关于超长预售问题的企业合规指引》,指引企业改进

本报讯(记者黄洪涛)“6·18”期间,“超长预售”问题投诉量大幅增长,消费者反映花钱受气。”近日,江苏省消费者权益保护委员会(以下简称江苏省消保委)有关负责人对记者表示,目前“超长预售”问题已成为网络消费投诉的一项热点内容,并呈现出投诉量增长快、纠纷问题集中、消费隐患多与问题解决时效差等特点,目前江苏省消保委已发布《关于超长预售问题的企业合规指引》(以下简称《指引》),引导企业改进,进一步打造放心消费的市场环境。

2021年1月1日至2022年5月31日,江苏省消保委系统共受理“超长预售”相关投诉

5610件;2022年第一季度,“超长预售”相关舆情信息也有1507条。“6·18”期间,相关投诉又大量出现。

“‘超长预售’的有关投诉较多,反映出该营销模式下商家经营路线偏差的一些共性方面。部分经营者已习惯利用经营优势地位提前锁定消费者,转嫁市场风险,实质上构成了不公平交易行为。”江苏省消保委有关负责人说。

据悉,合同履行不到位是预售消费纠纷中最为严重的问题,直接影响着消费体验。部分商家由于库存、优惠活动不实、低价诱导等原因,使其不愿意承接过多订单量,不按时

甚至不提供尾款支付渠道。各大网络平台的预售时间集中分布在8天~45天之间,发货时间不告知、预售时间过长、超时不发货与随意变更发货时间等问题较为普遍。一些商家甚至已将“超长预售”作为普通商品的经营方式,将预售当作“众筹”来操作,先进行筹款拿订单,再视情况生产或告知无货。此外,定金退还、单方撤单或下架商品、商品质量等方面存在的问题也困扰着消费者。

此外,预售过程中还存在商家不正当宣传营销,格式条款涉嫌“霸王条款”、预售价格比现货购买更贵、“超长预售”消费纠纷解决时效性差等问题。江苏省消保委有关负

责人表示,此类问题是透支品牌信誉、破坏市场氛围的短视行为,希望商家能有所作为,找到预售利益与消费者权益保护的“最大公约数”。

该负责人建议,商家应结合《指引》,做好不公平格式条款的自查自纠,规范预售流程、严把品控服务关,电商平台应在健全预警机制等方面发力,做好合规经营,有效规避“超长预售”中的违规问题。同时,监管部门也将重点关注网络促销热门时间点的“超长预售”问题,以监督的“超长待机”来强化刚性约束力度,实现企业合规经营与消费者权益的维护。

## 甲醇汽车生产忙

6月21日,在位于山西省晋中市榆次区的山西新能源汽车工业有限公司(吉利晋中基地)总装车间内,工作人员在生产甲醇汽车。

近年来,晋中市将推广甲醇汽车作为促进工业转型升级的重要载体,通过和龙头企业合作,打造新能源汽车产业园区。据了解,2021年,晋中新能源汽车产业园区产值突破150亿元。 新华社记者 杨展光 摄

## 成昆铁路扩能改造工程小相岭隧道贯通

本报讯(记者李娜)记者从成昆铁路公司获悉,6月21日,历经2200多天的艰苦奋战,成昆扩能改造工程(以下简称新成昆铁路)最长隧道——小相岭隧道贯通。随着该隧道的贯通,在建新成昆铁路所有隧道全部贯通,正向着全线建成目标稳步推进。

小相岭隧道位于四川凉山州喜德县和越西县境内,穿越10条断层和2条褶曲,最大埋深1350米,全长近22千米。该隧道为新成昆铁路最长隧道,也是我国目前已修建贯通的第一长单洞双线山岭铁路隧道。

## 北京石景山举办科技工作者主题宣传活动

本报讯 6月22日上午,北京市科协“全国科技工作者日”系列活动之一“创新争先自立自强——2022年石景山区科技工作者主题宣传活动”,在见证冬奥精彩的首钢园北京国际云转播科技有限公司一楼展厅现场直播,“北京石景山”视频号、“北京市石景山”微博直播镜头里引来万人观看。

活动采取线上宣传展示等多种形式,传播科学理念,展示科技实力,点赞科技先锋。石景山区科协通过宣传展现参与和服务保障冬奥的部分科技企业及科技工作者风采,引导科技企业创新争先、自立自强,共同谱写石景山区高标准建设首都城市西大门的新篇章。(张金春)



## 前4月贵州农食产品出口快速增长

本报讯(记者李丰)记者日前从贵阳海关获悉,今年1月至4月,贵州出口农食产品14.8亿元,增长81.7%。其中,白酒10.9亿元,增长95.7%;茶叶9039万元,增长12.5%;鲟鱼1464.5万元,增长240%。目前,全省已有出口农食产品生产企业637家。

据悉,贵州农食产品企业在相关部门和政策支持下,积极拓展海外市场,开发对路产品,不断扩大出口规模和范围。在推动外贸

企业“走出去”过程中,贵阳海关积极发挥职能优势,主动作为,持续落实出口食品生产企业备案改革举措,将备案时长从原来的5个工作日压缩到3个工作日,加大出口水果、木制品等企业对外推荐力度,帮扶企业建立完善质量管理体系,增强国际竞争力,还针对茶叶专门研究制定《贵州海关进一步促进贵州茶叶扩大出口工作方案》。

同时,贵州还加大对物流行业人才、企业

的引入,加快实施发展冷链物流业助脱贫攻坚三年行动方案,有效扩大了农食产品销售半径。“凡是引进来的物流行业高端人才,我们都会发放人才绿卡,全力解决相关困难,以便留住人才。”贵州双龙航空港经济区人才办负责人对记者介绍说,目前该区正在加速推进国际邮件互换局、国际快件中心、保税物流中心(B型)、机场国际货运中心以及海关监管中心建设,着力提升物流、通关速度。

前5个月

我国与其他金砖国家进出口

同比增长12.1%

海关总署6月21日发布数据显示

2022年前5个月

我国与俄罗斯、巴西、印度、南非四个金砖国家双边贸易持续增长

进出口总值  
1.31万亿元

同比增长12.1%

出口

6560

亿元

增长18.1%

进口

6517.1

亿元

增长6.6%

新华社发(国海制图)

## 应急管理部与中国气象局联合发文——强化气象预警和应急响应联动

本报讯(记者王冬梅)为切实提升暴雨、台风、强对流等气象灾害防范应对能力,应急管理部与中国气象局日前联合印发《关于强化气象预警和应急响应联动工作的意见》(以下简称《意见》),要求强化气象预警和应急响应联动工作。

《意见》明确,要强化气象预警与应急响应信息横向互通。各级应急管理部门和气象部门健全气象预报预警信息共享机制,各级气象部门通过国家突发事件预警信息发布平台发布气象预警信息,应急管理部通过应急管理大数据应用平台接收中国气象局推送的各级气象部门发布的气象预警信息,地方各级应急管理部门通过省级应急管理综合应用平台获取气象预警信息,实现暴雨、台风、强对流天气等气象预报预警信息的实时共享。要强化气象红色预警县域防范应对指导。收到气象预警信息后,地市级以上应急管理部门及时指导相关县级防汛抗旱指挥机构启动或调整应急响应,并督促落实防范应对工作措施;对于已发布气象红色预警信息但未启动应急响应的县级防汛抗旱指挥机构,地市级以上应急管理部门要及时提醒督促其启动相应的应急响应。

《意见》规定,要强化气象预警与应急响应联动机制。各级应急管理部门在组织修订防汛抗旱应急预案时,要把气象预警纳入应急响应启动条件;收到气象预警信息后,应急管理部门组织灾害风险综合会商研判,及时报请本级防汛抗旱指挥机构依据预案启动应急响应;收到气象红色预警信息后,应急管理部门第一时间报请本级党委政府和防汛抗旱指挥机构进一步组织研判,提出“关、停”等强制措施实施意见,依据预案和会商意见果断执行。

## 努力做到“早发现、早打击、早治理” 全国打击“洗洞”盗采金矿行动取得进展

本报讯(记者杜鑫)自然资源部、生态环境部、公安部等7部门联合开展的全国打击“洗洞”盗采金矿专项整治行动取得积极进展,截至6月15日,全国29个有金矿开采活动的省份已制定印发实施方案部署推进专项整治行动,24个省份开展了金矿废弃矿洞排查工作,打击“洗洞”盗采金矿专项整治行动正在全国全面开展。

开展打击“洗洞”盗采金矿专项整治工作关系到人民生命安全、生态环境保护、矿产资源国家所有者权益,意义重大。专项整治行动部署开展以来,打击“洗洞”盗采金矿专项整治行动部际联席会议办公室各部门主动作为,合力推进专项整治工作。其中,自然资源部加强统筹协调,组建专班,统一金矿废弃矿洞排查台账等。公安部下发通知,要求各地公安部门加强对非法购买、运输、使用氰化钠的涉矿危险化学品违法犯罪线索摸排,对违规使用氰化钠等危险化学品“洗洞”盗采金矿犯罪行为做到“早发现、早打击、早治理”,坚决防止因盗采引发重大安全事故或人员伤亡。

据介绍,各地坚持从实际出发,认真谋划,统筹部署,力求实效,结合有关专项行动积极推进打击“洗洞”盗采金矿专项整治工作。打击“洗洞”盗采金矿专项整治排查工作已取得初步进展:截至6月15日,江苏率先完成已发金矿采矿权清单的排查,安徽完成98%,湖北完成62%,浙江、内蒙古分别完成60%。



## 强降雨侵袭沪昆线 南铁迅速组织抢险

6月21日,南铁鹰潭工务段职工在沪昆普速线上绕至广丰区间水毁线路抢险。

当日,沪昆普速线上绕至广丰区间上下行线路,不断出现水漫线路道床的险情,中国铁路南昌局集团有限公司迅速组织工务、建设、供电等单位近400余人抢险人员、20余台大型抢险机械赶赴水害现场开展抢险修复,尽快恢复线路正常运输秩序。 项梁 胡国林 摄

# 零售行业数字化运营向2.0时代升级

## 经济观察

本报记者 杨召奎

为帮助传统零售企业更好、更高效地实现数字化转型,中国连锁经营协会联合微盟共同开展研究,并于6月16日发布《2022零售品牌数字化运营研究及策略报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2022年是零售行业数字化运营的重要分水岭,零售数字化已由“渠道构建”和“业务数字化”为主的1.0时代向聚焦“数字化业务运营”“全面提升”的2.0时代升级。

中国连锁经营协会有关负责人表示,“数字基建、总部角色、导购角色、关键运营指标”四大维度成为零售数字化2.0阶段的核心内

涵和升级方向,企业和品牌方需要更加关注私域用户的差异化触达和精细化运营,以挖掘用户的生命周期价值。

近年来,伴随居民生活水平提高、消费升级,“Z世代”渐成消费主力,线上购物成为全民习惯等,国家出台了一系列政策推动零售行业数字化发展。在宏观政策、技术普及、平台互通特别是新冠肺炎疫情刺激等共同影响下,通过数字化升级布局数字商业,成为传统零售企业应对不确定性的标配能力之一和驱动增长的核心动力之一。

与此同时,在流量红利见顶、拉新获客成本高企的情况下,私域流量成为品牌在布局数字商业时性价比较高的选择。所谓私域流量,是指由个人或企业拥有完全支配权的账号所沉淀的粉丝、客户、流量,可以直接触达、多次利用的流量。

《报告》显示,58%的受访企业已开始布局私域,21%的受访企业计划布局私域。在已经布局私域的零售企业中,约43%的企业选择与SaaS(软件即服务)服务商合作,以获得更多流量,提高流量转化。

近年来,尽管新冠肺炎疫情对零售行业造成一定影响,但是一批已经在2018年提前布局数字商业的零售企业却实现逆势增长。在营收增速这一维度上数字化转型领军企业与其他企业的差距进一步扩大,数字化带来的行业“分水岭”效应明显,零售数字化也由1.0时代向2.0时代升级。

此次《报告》也对零售数字化发展阶段做出了清晰界定。零售数字化1.0时代即零售企业实施全渠道基建阶段,零售数字化2.0阶段的核心则在于企业从完善数字化基建升级到公私域精细化运营,从拓展数字化渠道到

## 国网兴化供电深化班组建设

员成为“多面手”。

网络化发令应用是典型的人机交互模式,通过调度员与电脑端、操作人员与手机端进行互动。App接受预令,解决了原先必须通过电脑端内网接票的问题;通过核对填写与操作项核对操作票,解决了原先现场人员普通话不标准的问题;通过现场签到功能,解决了调度台电话占线,操作电话进不来的问题。

兴化调控班接到网络化发令应用要求时,立即开展业务梳理,工作布置,责任到人。班组长组织班组内部学习能力较强的青年同志先行试用,总结心得,汇总问题,集中反馈。在内部试用完成后,组建微信群,群发操作演示视频,梳理操作流程,供班组

其他成员学习。经过初步学习之后,开展“班组微讲堂”,通过现场实际演示,角色变换等方式,教授班组成员进行网络化发令操作,同时就此邀请班组成员分享使用心得或提出合理化建议。截至5月30日,兴化调控班已实现发令网络化率由84.2%提升至100%。其间,班组成员向泰州调控中心提出4条优化建议,其中修改默认选项为网络人工、发令以操作票为单位,2条建议被省公司认可并完成开发更新。

国网兴化市供电公司调控班组通过“全员参与”的做法,让每一位一线成员都能成为主角,参与全局工作的思考,进而打破原来“各扫门前雪”的分工模式。班组成员从原来



国网兴化市供电公司工会开展无偿献血活动。

联系、确认、核对、记录、询问等按部就班的工作中解放出来,在大数据、云平台、人工智能等新技术支持下,成为调控业务价值创造的独立个体。迈入从“细胞群”到“生命体”华丽转身的第二阶段,使班组建设工作进入到一种强调自我创新、自我驱动的新模式。(陈丽 朱建玉) 广告