

我省公布10起消费侵害行为典型案例

7起与侵犯消费者个人信息有关

本报讯 记者羊茉江报道 记者从省市场监管局获悉,为期3个月的全省“亮剑2020”保护重点领域消费安全综合执法行动近日收官,该行动重点针对房地产及物业管理、教育培训、母婴行业、汽车销售服务、互联网等五大领域存在的各类侵害消费者权益的违法乱象,从严执法,严厉查处了一批侵犯消费者个人信息、价格欺诈、虚假宣传、违法广告等各类侵犯消费者权益的违法案件。

据了解,在综合执法行动中,省内各级市场监管部门,与公安、检察等部门密切协作,相互配合、协同打击,共同形成执法高压态势。全省共立案查处各类侵害消费者权益案件1239起,罚没2019.48万元,涉及消费者个人信息50.13万条,移送司法机关15件。

省市场监管局对外公布的10起侵害消费者权益典型违法案例,其中7起都与侵犯消费者个人信息有关,其余3起分别是虚

假宣传、违法广告、价格欺诈。

丽水市市场监管局查处丽水某建材公司等4家违法主体侵害消费者个人信息系列案。经查,2017年至2020年4月15日期间,丽水某建材公司作为某卫浴品牌丽水市代理商,为发展其经营的卫浴品牌产品业务,其公司直接负责的主管人员丁某芳(公司法定代表人)通过同行分享的方式长期非法获取丽水市莲都区、开发区新交付小区业主信息,包括小区业主姓名、地址、联系电话、身份证号码等内容,收集的信息交由公司通过打电话或者利用“云通讯平台”软件群发营销信息的方式发展业务。截至案发,该案相关人已非法获取消费者个人信息共计31089条,群发营销信息51292条。涉案的丽水某建材公司、某物业经理樊某明、丽水市某装饰工程设计公司因涉嫌犯罪,移送公安机关处理。丽水某建材公司丁某芳等6名犯罪嫌疑

人被公安机关以侵犯公民个人信息罪,移送检察机关审查起诉。7月16日,丽水市市场监管局根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十九条第一款的规定,对丽水某涂料商行作出责令改正、警告并处罚款2万元的行政处罚。

台州市黄岩区市场监管局查处某房地产开发有限公司虚假宣传案。台州市黄岩区某房地产开发有限公司在售房过程中宣称购买该公司开发某楼盘的房子凭购房合同即可就读相应学区学校,而实际上并不能读对应的学区学校,涉嫌虚假宣传,侵害了消费者合法权益。当事人对楼盘相关情况进行虚假宣传的行为,违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定,属于对商品作引人误解商业宣传的违法行为。义乌市市场监管局对当事人作出没收在案侵权物品并罚款20万元的处罚决定。

杭州市余杭区市场监管局查处浙江某电子商务公司实施价格欺诈案。浙江某电子商务公司在某网络平台上开设的某旗舰店

为并处罚款70万元。

义乌市市场监管局查处某贸易公司销售侵权汽车配件案。4月3日,义乌市市场监管局执法人员对义乌某贸易公司仓库进行检查,发现标有“MERCEDES BENZ”字样和“Audi”字样的汽车刹车盘、刹车片、空气滤清器若干。经查,当事人在明知是商标侵权的情况下从杭州汽配城的流动商贩处购进上述汽车配件,并将上述商品存放在经营场所内,准备销售给某中东客户。上述涉案零部件价值80160元,案发被查获时,尚未售出。当事人行为违反了《中华人民共和国商标法》规定,属于实施价格欺诈的行为。杭州市余杭区市场监管局对当事人作出没收在案侵权物品并罚款10万元。

此外,还有温州市市场监管局查获温州市某通讯运营商侵犯消费者合法权益案,长兴县市场监管局查处陆某非法向他人提供消费者个人信息案等。

“疫情期间,我在线上卖出15万个垃圾桶”

——传统产业上“云”记

新华社上海7月29日电 “海外订单还在的时候,我们的人没回来;等我们工人回来时,海外疫情起来了,外贸订单要么被取消、要么被搁置。”台州黄岩华萍生活用品有限公司总经理周挺,描述了今年遭遇的尴尬。

时至今日,海外的很多订单依然没有恢复,但这家过去以外贸为主的“中国制造”企业,已经通过及时调整策略,加强“上云”售卖的方式,恢复了元气。今年上半年,公司各类产品在电商平台同比销量翻倍,带动营收同比增长30%,外贸类比重降到25%左右。

华萍成立于1992年,早期生产日用塑料制品,如今产品已经覆盖厨房用品、垃圾桶、电蚊拍等二十余类、上千种。

“通过电商平台,我们建立了非常有粘性的用户反馈和评价系

统,既可以线上和消费者进行非常扁平化的实时沟通,又可以通过大数据分析用户画像,让产品可以及时创新。”周挺说,疫情刚一开始,就有消费者反映不能在垃圾桶加入杀菌功能,如今3款带智能杀菌的垃圾桶已经卖出去6000个左右。

今年5月20日,拼多多平台与台州市政府签订了战略合作协议,一起在电商上搭建了“台州制造优品馆”平台。在这个线上制造业展馆里,从汽配摩托到家纺服装,从苏泊尔锅具到吉利汽车应有尽有,最终将有不少于1万家台州制造企业实现“云上嗨购”。

周挺也是此次上“云”的受益者之一。通过区长带货,品牌的知名度和关注一下子提升,店铺粉丝从300多万涨到400多万,卖得最好的产品就是智能感应垃圾桶,上

半年电商上卖出去15万个左右。“未来的大消费者时代,消费者来决定他要买什么,然后工厂决定做什么;而不是工厂做什么、经销商去铺货,再由消费者买,国内线上线下市场是最重要的市场。”周挺说。

台州拥有21个产值超百亿元的产业集群,229个产品细分市场占有率国内外第一。“原先台州制造以线下为主、以外贸为主。民营企业有韧性、有灵性、有活力,希望未来通过电商平台,实现线上线下有机结合、内外贸与外贸并举,使这些企业走出困境,实现更大的发展。”台州市委书记李跃旗说。

上“云”两天,“台州制造优品馆”线上产业直播节、“台州制造优品”线上大型展销会累计吸引了1780万消费者浏览、围观和下单,

推动拼多多台州地区线上交易规模同比增长281%。

台州制造集体上“云”是中国制造产业带主动转型的一个缩影。“仔细梳理可以发现,中国的很多制造业都是成产业带发展的,在某一个地区融合了某类消费品的上下游链条。譬如说毛线衫基本都在桐乡,女装基本都在广州,家电基本都在佛山。”拼多多联合创始人孙沁告诉记者,过去传统行业不懂电商、不知道如何上星、怎么开快递单等,电商平台把一整套线上销售的能力赋予他们,打通一条“云路”。

3月18日,“拼交会”落地东莞虎门,直接带动虎门女士职业套装累计销售额超1600万元。截至5月底,拼多多已经先后联手广东、浙江、山东、江苏等16个省份政府及企业,深入推进“产业带复工复产大

联播”“拼交会”,助力中国制造企业“从线上到线下”“从外贸转内销”,直接带动相关成交额超过58.9亿元,其间,平台新人入驻外贸转内销企业超过11.3万家。

通过“拼交会”等线上大型展会的模式,帮助企业在复工复产时期进行产销模式与结构的双升级,数据库可以为中小企业精准锁定、长期经营自己的目标用户。这种模式让销售、购买行为足不出户,就能实现大规模对接,一方面满足了疫情防控需求,另一方面开辟了新的产销模式。

“中国外贸企业产能与消费者需求之间存在严重的信息不对等。”孙沁说,以数字技术可将“产能”升级为“智慧产能”,通过大数据支撑、研发建议、生产端智能化改造等,帮助产业带、外向型企业顺利转型。

“西湖牌”莲蓬开卖了



昨日上午8时半,“西湖牌”荷叶莲蓬今年首次在杭州柳浪闻莺微笑亭售卖。当天凌晨4时就有市民在微笑亭边排队等待,为确保更多的市民和游客能买到鲜嫩的莲蓬和荷叶,每人限购莲蓬3个、荷叶4张,提倡扫码支付。整个供应时间大约持续到8月中旬。

通讯员连国庆 摄

一颗茵红李铺就脱贫路

(上接第1版)

王金良来屏山传授新技术,李武光跟着学,以前修长的李树现在像盆景,小而酸的果子变得又大又甜又脆,很受欢迎,“去年落了近2万元钱!”

今年,李武光家的李树亩产4000多斤,客商上门收,每斤约2元,“我家茵红李转眼卖了3万多元!”茵红李不愁销,他又开农资店服务乡亲种茵红李,年收入也有2万元。

“以前不落钱,现在每年有5万多元!”李武光美滋滋地说,因为王金良来了,他从过去的“愁吃愁喝”快步进入“想吃啥吃啥,想穿啥穿啥”,“下一步就准备造新房啦!”

李武光算的这笔账,让王金良很高兴,黝黑的脸上笑容灿烂,“看果农赚了钱,我就很开心!”

屏山有12万亩茵红李,涉及果农2.5万户。王金良来之前,茵红李总产量10余万吨,年产值只有3.5亿元,有近4000户果农是贫困户。

王金良来后,茵红李品质优了,价格高了,市场大了!

去年,屏山茵红李总产量7万吨,产值5亿元,增收1.5亿元;今年迎来丰收,茵红李总产量约11万吨,总产值将突破6.6亿元。

“王金良带来的茵红李增收,已帮屏山近4000户贫困果农全部脱贫。”屏山县农业农村局局长陈斌说。

“农民不增收,我便不撤退”

王金良2018年10月到屏山时,已55周岁。

初来乍到,他就马不停蹄上山下乡高密度调研。脚受伤了,他全然不顾,每天天一亮,就踏着脚,忍痛翻山越岭走村入户,直至夜幕降临才返回。

入川10多天,他就摸清了茵红李丰产不丰收的症结,挑灯夜战,写出了实施茵红李提质增效的“六大策略”——创建高标准生产基地、组建农业专家服务团、编制控产栽培模式图、创新农技推广新模式、构建茵红李全产业链、开展茵红李品牌销售。

他用海盐提供的扶贫资金,建起6300亩高标准精品示范基地,制定“七统一”标准化生产技术标准,把“田间”当“车间”,对茵红李控产;他创新“农技推广零距离”模式,编写标准化栽培模式图,到田间地头演示,为开拓市场东奔西走……

他满腔热血地努力着,起初却并不被果农理解,有人甚至心存抵触。

“多个鸡婆多个蛋!多个果子总没错!”锦屏镇锦屏村党支部书记肖波坦言,起初他就很不理解控产,但王金良耐心解说打动

了他,他决定带头做,“产量少了,价格高,果子抢手,群众尝到甜头,争先恐后跟着干。”

转眼首次扶贫期满,王金良觉得“工程”才起步,此时回去会半途而废,“产业不提质,农民不增收,我便不撤退!”

第二次期满,屏山没摘“贫困帽”,他继续留守。

今年2月,屏山摘“帽”脱贫。4月归期再至,他觉得终于可以回家与亲人团聚了,但疫情下的水果滞销、价格跳水,又让果农忧心忡忡。

“不能让茵红李再滞销!不能让果农再回到贫困中!”第三次延期留守,他多渠道开拓市场——组织举办“走出去”推介会,仅嘉兴一场就签订万吨销售合同;精心策划“请进来”品鉴茵红李,一棵“树王”今年产的茵红李拍卖2.2万元;发动全电商、网络直播,让屏山茵红李美名远扬……

“本来,他的扶贫只有一期半年时间。”让陈斌没想到的是,王金良一头扎下去,就要把茵红李这颗小果子做成农民脱贫致富的大文章,“他已延续3期了!”

“如有需要,我想再留下来”

在屏山,王金良一直忙得团团转,时间总不够用,他满脑子想的都是茵红李。

前些天,妻女千里迢迢来看他,他却挤不出时间陪她们领略当地风光。“他忙惯了,其实身体还不好,开过刀,还有高血压!”在海盐机关单位工作的女儿哽咽地说,每次见父亲带着药匆匆外出就医,每次看四川自然灾害的新闻就担心。

10月,王金良第三次延期扶贫又将期满。

“想海盐吗?还会延期吗?”

“当然想喽!但如有需要,我想再留下来!”翠绿的屏山下,面对笔者的提问,他朴实得像个孩子。

“我生于农村,也挨过饿,恢复高考的第三年,我考入浙江农学院,后来一直搞农业,就想为农民多做点事!”望着灿烂如画的一片八卦田,他眼里泛着光,“这是我指导农户搞的茶李套种,你看多美,收成一定不错!”

金沙江与岷江在连绵起伏的群山间蜿蜒流淌,一颗颗茵红李在极优的生态环境和科学培育下青里透红,硕大饱满。

在王金良心里,一幅新的蓝图徐徐展开——

“继续做强茵红李,让果农再增收5亿元!”

“有了茵红李的探索,将全产业链转型经验用到屏山21万亩茶叶,15万亩竹产业上,可让农民尽快致富奔小康……”

1个月内多次高层会议接连部署,四部委明确23项降成本任务

企业降本减负将迎来更多红利

7月28日,国家发展改革委等四部门联合印发文件,明确细化2020年降成本23项重点任务。进入7月以来,包括国务院常务会议、国务院廉政工作会议、财税部门座谈会等多次高层会议均对进一步落实减税降费,为企业纾困作出部署,释放出下半年持续发力降成本的明确信号。记者了解到,相关部门正在酝酿包括减轻小微企业税费负担长效机制等在内的多项制度建设,下半年企业降本减负将迎来更多红利。

今年以来,为缓解企业发展面临的压力,助力企业渡过难关,“降成本”成为政策重要发力点。阶段性政策与制度性安排相结合,包括物流、房屋租赁、税费等方面减负的一揽子举措陆续落地。

进入7月之后,多次高层会议和相关部门会议更是加大了落实细的力度。7月8日召开的国务院常务会议指出,既立足当前,围绕保上亿市场主体,落实好已部署的财政、社保、金融等规模性纾困政策,又着眼长远,用改革的办法打造市场化法治化国际化营商环境,更大激发市场主体活力。

7月10日召开的财税部门座谈会强调,要落实落细减税降费政策,该减的要减到位,该降的要降到位。

其中,落实税收减免政策方面,将减免小规模纳税人增值税,免征公共交通运输、餐饮住宿、旅游娱乐、文化体育等服务增值税政策实施期限延长至今年年底。允许小微企业、个体工商户所得税延缓至明年缴纳。对除“两高一资”外所有未按名义税率退税的出口产品全部实现足额退税。

其中,落实税收减免政策方面,将减免小规模纳税人增值税,免征公共交通运输、餐饮住宿、旅游娱乐、文化体育等服务增值税政策实施期限延长至今年年底。允许小微企业、个体工商户所得税延缓至明年缴纳。对除“两高一资”外所有未按名义税率退税的出口产品全部实现足额退税。

除了国家部委的顶层设计和政策推进,各地方政府近期也进一步加大了推进降成本在地方落

地的力度。例如,河北省近期出台政策,进一步加大减税降费政策是为了更好地应对经济下行压力,对企业支持进一步落到实处。江西省也出台措施,聚焦企业的用工、用能、融资、物流等方面,进一步加大政策力度,优化环境,推进企业降成本。包括北京、上海、云南、海南、山东、江苏、浙江等地也出台政策,在金融、减税降费等方面加大降成本力度。

中国社会科学院中国经济战略研究院研究员蒋震对记者表示,目前落实落细减税降费政策是为了更好地应对经济下行压力,对企业支持进一步落到实处。江西省也出台措施,聚焦企业的用工、用能、融资、物流等方面,进一步加大政策力度,优化环境,推进企业降成本。包括北京、上海、云南、海南、山东、江苏、浙江等地也出台政策,在金融、减税降费等方面加大降成本力度。

进入7月之后,多次高层会议和相关部门会议更是加大了落实细的力度。7月8日召开的国务院常务会议指出,既立足当前,围绕保上亿市场主体,落实好已部署的财政、社保、金融等规模性纾困政策,又着眼长远,用改革的办法打造市场化法治化国际化营商环境,更大激发市场主体活力。

7月10日召开的财税部门座谈会强调,要落实落细减税降费政策,该减的要减到位,该降的要降到位。

除了国家部委的顶层设计和政策推进,各地方政府近期也进一步加大了推进降成本在地方落

地的力度。例如,河北省近期出台政策,进一步加大减税降费政策是为了更好地应对经济下行压力,对企业支持进一步落到实处。江西省也出台措施,聚焦企业的用工、用能、融资、物流等方面,进一步加大政策力度,优化环境,推进企业降成本。包括北京、上海、云南、海南、山东、江苏、浙江等地也出台政策,在金融、减税降费等方面加大降成本力度。

王志刚对记者表示,进一步减税降费等助企纾困政策是为了更好地应对经济下行压力,对企业支持进一步落到实处。江西省也出台措施,聚焦企业的用工、用能、融资、物流等方面,进一步加大政策力度,优化环境,推进企业降成本。包括北京、上海、云南、海南、山东、江苏、浙江等地也出台政策,在金融、减税降费等方面加大降成本力度。

李旭红也表示,下半年来看,对中小企业的减税降费覆盖面会更广,力度更大;对交通运输、服务业、电影行业等受疫情影响比

较大的行业,可能会进一步观察并及时给予相应的支持。此外,对于劳动密集型的行业需要出台针对性的政策,稳住就业;同时,加大对外向型经济的扶持,需要关注以自贸港、自贸区为代表的区域集聚的外向型经济将会享受到更大的税收优惠政策,发挥区域经济的带动效应。

值得关注的是,相关政策将从短期急救逐渐转向长效机制的建立。日前,工信部等17个部门联合发布《关于健全支持中小企业发展制度的若干意见》,明确提出建立减轻小微企业税费负担长效机制。

蒋震表示,下一步,要将减税降费和优化税制改革结合起来,中长期为税制改革优化提供坚实动力和基础。同时,一方面需要针对市场主体的“堵点”“痛点”,根据不同类型的企业推出差异化减负政策,精准施策。另一方面,也需要加强系统性,在减负的同时注重提升市场主体高质量发展能力的建设,同时综合考虑各级政府的财政收支压力,优化预算管理,完善支出结构,盘活存量资产,对减税降费形成稳定支撑合力。

据《经济参考报》

疫情给其带来的冲击很大,长效机制的建立是为了能让小微企业的税负能够保持在一个合理的水平下,稳定其发展预期,同样有利于稳定就业和社会稳定。

在李旭红看来,相比起短期应急政策,长效机制将会进一步稳定投资者的信心及预期,产生更为长久的效应。

当前我国需要对于短期政策与长效机制进行一个全面的梳理,随着我国下半年经济的逐渐复苏,一些短期性的政策可能淡出,而长效机制将通过法治化的层面去贯彻落实,与我国落实税改法定、建立现代税费的