

推动更多企业“扬帆出海”

特区论坛

□丁煥松

近日,“高新智造,扬帆出海”2023年珠海高新企业南美市场交流会(第一期)智利专场活动成功举行,借助线上视频+线下座谈交流相结合的方式,搭建资源对接交流平台,“屏对屏”“面对面”展示珠海高新区企业发展成果,介绍智利等国海外市场需求,助力企业扬帆“出海”,“抢滩”南美市场。

高新区面向发展潜力看好的南美市场,举办智利专场活动,旨在为辖区

企业“走出去”牵线搭桥,深入了解当地的政策条件、市场行情和产业需求,积极挖掘潜在商机,努力扩大对外出口,推动中智企业合作共赢。

对外贸易是我市经济高质量发展发展的“支撑点”,也是拉动区域经济增长的“强引擎”。作为传统的外贸强市,我市对外贸经济依存度高。下半年以来,面对外部不确定因素增多和外贸需求走弱,如何顶住压力,巩固外贸企稳回升态势,既是挑战,也是机遇。在强化与欧美等“老客户”经贸往来的同时,要充分利用RCEP政策红利,深化国际经贸合作,吸引和结识更多“新朋友”;完善与“一带一路”沿线国家交流合作机制,抢抓东盟国家建设发展机遇,推动出口市场分散化和多元化;开拓中东、南美、

非洲等新兴市场,持续扩大外贸“朋友圈”,形成新的经济增长点。

加强科技创新,既是推动外贸出口结构调整的关键,也是提升产品国际竞争力的“法宝”。从这次交流活动也可以看出,加快构建现代高端产业体系,做大做强新能源、新材料、智能制造等重点产业,对于推动外贸出口、经济结构升级和可持续发展至关重要。为此,要大力提升“珠海制造”的含金量,增强新能源、新材料、智能制造等产业领域的综合实力,努力提升外贸发展质量与“双提升”,为出口持续增长打下良好基础。当前,跨境电商作为外贸新业态,在全球贸易中的作用日渐凸显,要引导传统企业通过跨境电商渠道拓展海外业务,使更多

中小微企业走向国际大市场。

企业“出海”是项系统工程,不仅需要市场主体全力以赴,也离不开政府部门的大力支持。要想帮助外贸企业稳客户、拓市场,在国际竞争中占得先机、站稳脚跟,除了搭建交流对接平台之外,有关部门要主动帮助企业了解国际贸易知识、关税政策和出口国的政策法规、社会文化等情况,指导企业利用RCEP规则降低交易成本;更要加大金融支持力度,提高通关速度和效率,提升贸易便利化水平,为企业“出海”创造更多有利条件;还要加强知识产权保护和企业诚信体系建设,完善重点行业进出口管理和竞争自律公约机制,通过打造一流营商环境,激发市场主体创新发展活力,为企业“走出去”保驾护航。

让更多“放心菜”直达港澳居民“菜篮子”

今日快评

□孙维国

珠海作为港澳鲜活农产品的重要供应地,越来越多的新鲜蔬菜从这里“走出”,不断充实着港澳居民的“菜篮子”。数据显示,珠海供港澳蔬菜加工配送中心2022年共出口蔬菜超6.8万吨、超1.3万车次。今年1-8月,该中心供港澳蔬菜超4.8万吨、9379车次,同比增长8.23%。(本报9月11日01版)

近年来,珠海供港澳农产品物流园一直在不断发展壮大,以满足港澳居民日益增长的农产品需求。在这个充满活力的物流园内,各种新鲜蔬菜和水果好象拥有魔法一般,以最快的速度运往港澳市场,让港澳居民能够尽情享受来自大陆的高品质农产品。

让速度更快,是珠海供港澳农产品物流园的一大亮点。随着港珠澳大桥蔬菜供港通道的开通,供港效率得以提升,蔬菜从珠海装车到达香港市场仅需一个半小时,到达澳门市场更是只需半小时。这一高效的供应链让港澳居民能够更快地品尝到新鲜的蔬

菜,同时也降低了食品的运输成本。

让数量更多,为港澳居民提供更多选择。在蔬菜品种上,除了产自珠海本地的蔬菜外,还有来自广东其他地市以及云南、宁夏、甘肃、山东等地的蔬菜种植基地和合作社的供应。这意味着,不同品种、不同口味的蔬菜都可以在港澳市场上找到,满足了不同消费者的需求。

让品质更高,确保港澳居民吃上“放心菜”。农产品质量是食品安全的重要源头,珠海供港澳水果包装厂和蔬菜加工配送中心都设有现代化的农产品检测实验室,对进出厂的农

产品实行严格的检测,确保产品质量安全。这种“逢进必检、逢出必检”的制度不仅提高了产品的质量,还提高了出口业务的效率。另外,供港澳蔬菜加工配送中心建立了产地追溯和自检自控体系,从种植、收购到加工、出口各环节都有严格的质量监控,保障了产品的安全可追溯性。

让速度更快、让数量更多、让品质更高的农产品供应,不仅提升了港澳居民的生活品质,也促进了珠海农业产业发展。期待更多的“放心菜”直达港澳居民“菜篮子”,为港澳居民带来更多的美味和健康。

中药酸梅汤虽好,但绝不能贪杯

街谈巷议

□赵志疆

“1元钱的酸梅汤我也买到了”“20元钱抓了可以喝一周的酸梅汤”“8元钱抓了一副酸梅汤的方子”……在酱香拿铁刷屏朋友圈的同时,一帖只要1.34元的中药版酸梅汤,也悄无声息地占领了多个社交平台,相关话题接连登上热搜。

近日,众多博主晒出自己在浙江省中医院仅花1.34元就配得一帖酸梅汤的经历,吸引了大量年轻网友纷纷效仿。9月4日,因此走红的浙江省中医

院通过微信公众号发文称,因下单量暴增,目前酸梅汤处于断货状态,医院正在紧急补货中。此外,该院还推荐了一系列秋季茶饮方,称可以明目润眼、平肝降脂、利咽生津、健脾理气。

酸梅汤生津解渴,但真的是人人皆宜吗?随着中药版酸梅汤的走红,近日已有多名医务工作者出面进行提醒。浙江省中医院发表示,仅提供在线配浙江省中医院内协定方剂,“这些处方适用于特定人群,并非适用于每个人。因此,在开具之前,医生会进行评估以确定是否适合您的情况。”

不难看出,中药版酸梅汤虽然离网友口中的“奶茶”相去甚远,受到广

泛追捧也并非是因为什么治病的功效。但需要明确的是,中药版酸梅汤是一款功能性中药茶饮,其本质上依然是中药,不仅有明确的适用人群,而且也有相应的服用要求。基于这一特性,中药版酸梅汤的口味注定会有些特殊,未必适合所有人“尝鲜”,更不是“多多益善”。对此,各平台、医院都需要做好科普,提醒购买者遵循医嘱,谨慎跟风消费。

近年来,各地中医院、中药房都推出了种类繁多的中药茶饮,其中不少商品都备受好评。中药版酸梅汤之所以火爆出圈,一方面是因为公众对中医药的信任和喜爱,另一方面则在于其低廉划算的价格。健康饮品也好,

中药茶饮也好,各大医药企业、中医馆能否抓住这股风潮,充分考虑消费者需求并开发出真正让人放心的高质量产品?让民众在养生这件事上不只有“酸梅汤”一种选择,或许才是最终应当追求的。

中药茶饮真的能打败奶茶店吗?这个问题的答案其实无需赘言。但实际上,有人提出这样的问题本身就暴露了一个问题——尽管公众越来越重视健康,并且越来越愿意为此买单,但不少人的健康素养仍有待进一步提高。中药茶饮虽好,但绝不能贪杯,更不该被滥用。以中药版酸梅汤的走红为背景,有必要加大宣传引导力度,帮助公众树立科学的健康理念和用药意识。

隐私快递单理当全面推广应用

□史洪举

9月8日,国家邮政局、中央网信办、公安部三部门联合召开邮政快递领域隐私运单应用工作推进会,会议强调,各部门各企业要提政治站位,以解决人民群众痛点为己任,迎难而上,主动作为,持续抓好推广应用隐私运单工作,不断提升技术手段,持续完善用户个人信息安全保障措施。(9月10日澎湃新闻)

所谓隐私快递单,主要指快递单表面上收件人的地址、手机号等关键信息以特殊符号替代。这样以来,消费者的电话、地址等个人信息被快速渠道泄露的概率将大大减小。可以说,这是科技发展在保护个人隐私方面的创新应用,相关部门有必要下大力气全力推广应用。

快递实名制自2015年底推行以来,如何保护个人隐私的探讨一直没有停息。之前,一些人在填写收件地址或寄送信件包裹时,为防止隐私泄露,可以填写虚拟的名字,这样的话,即便手机被泄露,他人也无法精准地锁定到具体的个人,对消费者危害不大。但快递实名制及网络实名制实施以来,真实姓名、公司或家庭地址与手机号码一同泄露的话,等于毫无保留地曝出了消费者隐私,为诈骗分子、各类推销人员提供了精准的信息。

故非常有必要采取隐私保护措施,以平衡实名制和信息泄露之间的矛盾,免除消费者的后顾之忧。在快递单上隐去相关信息,让快递员无法查看完整信息,只能通过相关软件扫描快递单上的条形码后方能联系收件人。相当于给消费者的个人信息装了一把安全锁。

早在2017年,就有快递企业开始推行隐私快递单,并取得了不错的效果。且随着多年来的技术发展,活动规则完善,隐私快递单已经形成了较为成熟的操作运行模式。不过,目前的隐私快递单还有改进空间,如有的快递企业为了避免派件员或消费者找不到快件,派件员用机器扫描订单号就能在内部系统看到客户的完整信息,这等于可能窃取隐私者留下了“后门”。还有一些规模较小的快递企业、物流企业并未使用隐私快递单,依然采取全面曝光消费者隐私的传统快递单。

保护消费者隐私,显然不应留存“隐秘的角落”,因为任何疏漏都可能导致消费者的隐私遭遇泄露。特别需要注意的是,消费者隐私保护就像一条链条,其他环节再严密,只要有一个环节出现批漏就会让所有努力都白费。譬如,无论其他快递企业做的多好,只要有一家快递企业或一名快递员泄露了收件地址或寄送信件包裹时,为防止隐私泄露,可以填写虚拟的名字,这样的话,即便手机被泄露,他人也无法精准地锁定到具体的个人,对消费者危害不大。但快递实名制及网络实名制实施以来,真实姓名、公司或家庭地址与手机号码一同泄露的话,等于毫无保留地曝出了消费者隐私,为诈骗分子、各类推销人员提供了精准的信息。

由此,全面推广应用隐私快递单,必须夯实快递企业和网络平台的责任,做好源头治理和全链条治理。首先应在店家、客服与消费者之间构建屏蔽机制,隐藏消费者关键信息,并与快递企业做好对接。消费者下单后,自动生成相应单号,通过快递企业的程序读取信息后,才能得知该订单号送往何处。这样以来,无论是入驻电商平台的商家还是快递员,都无法掌握完整的消费者个人信息,进而大大减少隐私泄露风险。同时健全保护机制,不留“后门”和疏漏,确保将消费者隐私装入用科技手段武装的“铜墙铁壁”,让人们在享受网购红利的同时免除隐私泄露隐忧。

工业遗产“变身”文化新地标

彰显创新活力

□王小梅

刚刚过去的暑期,北京首钢园迎来了天南地北的游客。以敦煌飞天壁画为设计灵感,宛如丝带滑过的首钢滑雪大跳台是游客不能错过的打卡第一站,搭乘国内首屈一指的斜行电梯,抵达出发区48米平台,便可感受运动员起跳前的同款视角。之后,游客还可以到冷却塔里拍照留念,感受工业建筑的独特魅力。首钢滑雪大跳台向社会开放以来,目前参观游客已超过100万人次。(9月10日《经济日报》)

始建于1919年的首钢,是中国十大钢铁企业之一,也是北京工业的骄傲,参与和见证了新中国钢铁工业从无到有、从小到大、从弱到强的历史跨越。为配合北京夏季奥运会,还首都绿水蓝天,适应首都城市功能定位,2005年,国务院批准“首钢实施搬迁、结构调整和环境整治”方案。但为保留城市特色,避免大拆大建,首钢园区借力2022年北京冬奥会的重大机遇,通过创新,首钢大食堂如今摇身一变成为供应西餐、烧烤的休闲餐饮空间;昔日的料仓、筒仓变身为首奥组委办公区;存储煤料的工业厂房、精煤车间变身成为冰壶、花样滑冰、短道速滑、冰球及配套设施等国家冬季项目训练场地;老厂房改造而成的滑雪大跳台更是众多游客网红打卡地。

因冬奥而生、因冬奥而兴,冬奥会后的首钢园,不仅发挥冬奥品牌影响力和特色工业风貌吸引力,还通过山水与人文深度融合,历史文脉与现代文明交相辉映,开启了从“工业锈带”到“生活秀场”的华丽转变,更好地服务人民美好生活。也正是为首钢园区既留住了百年首钢的北京记忆,又为新时代首都向“高精尖”发展主动作为,成为实现工业遗产保护与改造利用双赢的典范、城市复兴新地标。

正如专家分析所说:工业遗产承载着社会经济发展重任,见证了新中国工业成长变迁,是宝贵的物质遗产。况且,有不少工业遗产更蕴含红色基因,体现着艰苦奋斗的拼搏精神、永不懈怠的进取精神、躬耕不辍的实干精神。妥善保护具有较高历史、社会、文化价值的工业遗产,合理利用老工业厂房等打造公共文化空间,能够向公众展现工业遗产的壮美,更是开展爱国主义教育、人文科普、特色旅游的良好载体和契机。

“一花独放不是春,百花齐放春满园。”近年来,全国有不少地方的工业遗产在保护基础上,通过创新实现了活化利用,以创意园区、城市公园、博物馆等文化场所的形式重回公众视野,释放着时代活力,既温润了大众心田,也丰富市民文化生活。如在陕西宝鸡市,依托红花岗航天六院旧址建设成的国家级航天精神文化区,已成为陕西省爱国主义教育基地;在四川乐山市,通过对旧址进行修缮改造,还原“时代楷模”彭士禄事迹陈列馆,中国第一代核潜艇研发实验基地正成为集教育、科普研学、文物保护和文旅旅游于一身的科技文旅小镇。青岛啤酒在百年老厂房内建起啤酒博物馆,吸引游客前来“打卡”;上海杨浦废弃的旧仓库被改造成网红美术馆,“工业锈带”变身“生活秀场”……近年来,一座座老厂矿、工业区在保护利用中悄然蜕变,化身成亮眼的城市“新地标”。

管好用好国家工业遗产,是推动历史文化遗产保护传承的重要组成部分。创新可以成为工业遗产的保护和利用插上腾飞的“翅膀”,推动文化与科技融合发展。随着时代的发展、社会的进步,未来可以尝试更多可能。期待各地进一步总结成功经验,因地制宜探索符合本地实际的保护利用工业遗产模式,不断提升中国工业软实力和文化影响力。

帮助未成年人远离“盲盒陷阱”



锐角

□苑广阔

□然玉

近期,“为什么现在住酒店退房不查房了”“为什么现在酒店都不收押金了”的话题接连登上微博热搜。有媒体记者随机拨打了10家酒店电话,咨询订房是否需要交押金、退房是否需要查房,其中有6家酒店表示“不需要交押金,退房时也不用查房”。

酒店行业服务模式升级,不收押金、不查房,确乎是大势所趋。这种变化是悄无声息的,住客在不知不觉间,已然习以为常。直至最近,与之相关的话题成为热搜,很多人才有后知后觉、恍然大悟之感。在一片“果然如此”的感叹中,如何给这一现象进行解释与归因,引发了很多网友的兴趣。当押金、查房渐渐从酒店行业的经营流程中删除,不仅是入住体验少了些卡顿多了份丝滑,更折射出技术进步与信用成本的降低,之于市场交易效率的极大助力。

为什么现在酒店越来越倾向于不收押金、不查房了?一个很直接的回答是,原先的做法不再必要、不再合算。基于行业经营经验反馈,“顺手牵羊”“物损遗失”的酒店客人已经越来越少。在此背景下,当为“收押金”“查房”而多投入的人力成本,不足以冲抵由其“损控”所带来的收益,那么酒店业者自然会做出调整。营商者对于利益最大化的追求,决定了其必然会选择一种“费效比”最高的方式开展业务。

任何商业业态中,信用成本始终是交易成本的重要组成部分。以往酒店普遍要收押金、要查房,就是因为个体的诚信意识与双方的互信基础相对欠缺,于是不得不建立一种货币化的“信用担保”机制。但时至今日,现实显然发生了深刻变化。一方面,社会整体诚信基本面极大提升;另一方面,一套动态的、全覆盖的“信用评价体系”使得每个人都更加爱惜自己的羽翼——得益于每一次交易行为中买卖双方互评机制,得益于第三方平台的“信用分”测算累积与差异化福利——在这套“越诚信,信用分越高,越便利”的运行规则内,所有人都知道什么才是对自己最有利的选择。

最近,《文化和旅游部关于实施文化和旅游市场“信用+”工程的意见(公开征求意见稿)》发布,向社会公开征求意见。该意见强调着力促进信用消费。酒店不收押金、不查房,尽管只是信用消费的一个微小的场景实践,却是对“越诚信,越便利”精髓的生动演绎。我们相信,随着信用成本越来越低,类似的便利只会越来越多。

盲盒质量差,许多还是“三无”产品……9月7日,记者从湖北省天门市检察院获悉,针对家长反映的校园周边盲盒乱象,该院通过制发检察建议促监管,保护未成年人合法权益。(9月11日《楚天都市报》)

进入9月份,全国绝大多数中小学都已经如期开学,沉寂了一个假期的校园周边经济,又开始变得热闹红火起来。然而,在孩子们纷纷选购各种文具产品的时候,无处不在的“文具盲盒”,也引起了很多家长担忧。

“文具盲盒”,顾名思义就是把一些铅笔、橡皮、铅笔刀、水性笔等文具装在盲盒里进行售卖。很多人觉得这不过是改变了卖文具的一种方式,无伤大雅,其实这是对“文具盲盒”只知其一,不知其二。

其一,很多“文具盲盒”的厂商,为了吸引孩子们购买,人为地推出了所谓的“隐藏款”文具,由于这样的文具比较稀少,需要孩

子们购买很多个“文具盲盒”才可能会碰到一个,这就导致一些孩子为了买到“隐藏款”文具而大量购买“文具盲盒”。其二,本来一些很普通的文具,被放到“文具盲盒”里面以后,就身价倍增,购买者自然是多花了冤枉钱。其三,家长们发现,孩子们通过“文具盲盒”买回来的很多文具,既没有生产厂家,也没有生产日期,属于典型的“三无产品”,其安全性难以保障。

此外,根据国家市场监督管理总局的规定,盲盒经营者应当将抽取规则、限定商品投放数量、抽取概率等关键信息进行公示,而一些文具店主并未遵守规定,反而通过种种手段诱导孩子购买“文具盲盒”。对于缺乏分辨能力、自控能力的未成年人来说,自然是难以招架。而一些文具被买来以后根本用不完,只能长期闲置在那里,既浪费了金钱,也浪费了资源。与此同时,那些厂商刻意营造的“隐藏款”文具,会在孩子们当中形成攀比之风,不利于他们身心的健康成长。

这样一来,所谓的“文具盲盒”,也就变成了一种损害未成年人和家长利益的“盲盒陷阱”。对于这种不正常的现象,湖北省天

门市检察院召开检察建议公开宣告送达会议,就如何进一步加强盲盒市场监管提出建议,无疑是值得肯定的。此举有利于强化未成年人合法权益保护,推动各方依法充分履职,以“我管”促“都管”,形成未成年人合法权益保护的合力,共同为未成年人健康成长营造良好环境。

珠海市人民政府关于2023年试鸣防空警报的公告

为贯彻落实《中华人民共和国人民防空法》,增强市民的国防观念和防空意识,我市定于2023年9月16日10时10分至10时33分试鸣防空警报。届时,全市所有防空警报器和珠海广播电视台两套电视节目(一频道、二频道)以及三套电台节目(87.5兆赫、91.5兆赫、95.1兆赫)将同步通过图像、声音发出防空警报信号。请市民了解防空警报信号鸣响规定,注意听辨,听到防空警报信号时不要惊慌,照常工作和活动。现将本次防空警报信号试鸣具体规定公告如下:

- 一、10时10分至10时13分试鸣“预先警报”:鸣36秒,停24秒,持续3分钟。
- 二、10时20分至10时23分试鸣“空袭警报”:鸣6秒,停6秒,持续3分钟。
- 三、10时30分至10时33分试鸣“解除警报”:连续鸣响3分钟。

珠海市人民政府
2023年8月25日