



一线调研

聚焦长三角一体化协同创新实践④

从市场相连接到市场相融,致力于让长三角地区成为
投资创业、放心消费的首选地——

“邻居”变“伙伴”,融成大市场

■ 本报记者 彭园园

统一准入, 拆除市场无形“隔阂”

去年11月,人在江苏昆山的钱先生通过“长三角一网通办”窗口,在含山县成功注册了一家企业,主要生产和销售工业机器人。企业注册的流程规范快捷,含山县政务服务中心专窗工作人员网上接收到所需资料后,将办件信息推送到“企业开办”窗口,很快完成企业注册手续。营业执照文本和公司印章也同步制作完成,并邮寄给远在昆山的钱先生。1个工作日、零费用、不见面,钱先生就完成了企业注册。

曾经,市场准入不同、规则不统一,无形的“隔阂”横亘在市场中,异地开办企业困难重重;如今,越来越多的企业感受到同城般的便利。打破行政区划和地理边界的分割,长三角地区实现了跨区域“一网通办、异地可办、就近办理”,将企业登记“一网通办”扩展至长三角所有41个城市(地级市),并在所有县级以上城市设立长三角“一网通办”线下专窗,实现长三角地区企业登记无差别“全域通办”。

市场准入一体化,让“数据多跑路,企业少跑路”。“通过共建基础数据库,沪苏浙皖间的市场主体信息实现了互通,截至2020年底,一市三省归集基本登记信息、出资、电子执照等17类市场主体信息共1.5亿条,相互推送数据3亿条次。”省市场监管局有关负责人告诉记者,信息互通打破

了地域壁垒,进

一步提升企业办事效率、降低了办事成本,尤其在新冠肺炎疫情背景下,为“六稳”“六保”提供了有力支撑。

去年8月,一市三省市场签订《长三角地区统一应用电子营业执照合作协议》,推动电子营业执照在跨区域、跨部门政务服务应用,实现市场主体身份在线“一次验证、全网通用”,市场主体营业执照信息共享复用,进一步优化长三角营商环境。

针对国外投资者,共同探索登记注册文件共享简化,一市三省出台了《关于简化登记材料开展外国投资者主体资格证明文件互认的试点办法》,外国投资者在提交主体资格(身份)证明时,无需再办理公证、认证或者转递,企业商务成本大幅降低。坚持内外资一致原则,允许境内自然人按照平等互利的原则,同外国投资者共同举办外资企业。截至2020年底,一市三省新设境内自然人出资外资企业206户,注册资本8.85亿美元,民间投资热情有效释放。

联合监管, 促进竞争公平有序

一名上海消费者从网络购买的商品,有可能在安徽合肥生产、江苏昆山仓储、浙江杭州网络平台销售。随着长三角城市之间的合作越来越紧密,长三角产业布局从技术研发、集成制造、零件生产到产品销售,涵盖行业上下游全链条。一个投诉举报件、一个假冒伪劣案件、一项专项整治、一个突发事件,都可能涉及四地。发生跨区域违法情况,

该怎么办?

去年2月,合肥、杭州联动查处哄抬价格销售口罩案,合肥市庐阳区市场监管局在杭州市市场监管局支持配合下,通过“红盾云桥”平台取得网店交易记录,查明当事人违法所得16.4万元。最终对当事人处以没收违法所得并罚款4万元行政处罚。去年4月,滁州、南京联动查处特大制售伪劣肥料案,在南京市浦口区 and 滁州市全椒县市场监管局以及公安部门的密切配合下,成功捣毁位于浦口区和全椒县两处制售伪劣肥料窝点,抓获涉案人员23名,扣押现金25余万元、生产原料1642吨、伪劣肥料10吨、车辆3台,查封生产线两条。

优化长三角大市场秩序,近年来,一市三省在监管执法上不断加强合作,协同联动。“我们在多个领域达成执法信息互通及行动的协同。2020年,长三角开展跨地域联合执法,共立案查处33家涉嫌违法主体。”省市场监管局反垄断与反不正当竞争执法局局长郑文宝说。

线上经济快速发展,一市三省还加速网络监管一体化,成立全国首个网络市场监管领域跨区域协作联盟。促进网络经济规范发展,共同制定“长三角地区电子商务平台管理规范指引”,修改完善《长三角电商平台服务合同示范文本》,制定发布全国首个《直播电子商务服务规范》行业团体标准,对电商平台、直播平台、MCN机构以及带货主播开展合规评审。

市场互融, 共建“满意消费长三角”

在合肥银泰购买商品后想退货,在杭州的银泰百货可以直接退吗?可以。银泰百货相关负责人说:“银泰百货在沪苏浙皖四地的商场均支持异地退换货,顾客在60天有效期内可以在购买门店或者全国有相同专柜的银泰百货门店进行退换货。”

在长三角地区,这样的异地退换货正越来越广泛,让广大消费者感到贴心、便捷。打造线下无理由退货的“升级版”,目前,银泰百货、三只松鼠、天方茶业等67家企业加入“长三角实体店异地退换货联盟”,消费者在这些企业承诺的门店内购买的商品,符合企业公开声明退换货范围和规则的情况下,可在长三角地区其他该品牌承诺的门店内享受退换货服务。

依据一系列配套制度,一市三省从放心消费创建、消费信用体系、消费品质升级、放心消费电商平台、健全消费维权体系等11个方面深化放心消费建设,确定了区域示范领跑行动、网络订餐净网行动、退货承诺联盟行动、消费投诉协作行动、网络平台示范行动等5大重点行动,切实保障消费者权益,提升长三角区域消费服务品质。

截至2020年底,长三角地区已有25万家企业承诺线下7天无理由退货,培育放心消费单位30万家以上,发展2.5万家大型商超、跨店连锁、厂方直营店“七日无理由退货”。

长三角地缘相近、市场相连,维权渠道更要打通。一市三省消费者权益保护委员会共同签署消费维权一体化合作协议,推动联动监督和消费投诉纠纷化解,推进数据互通共享。

“我们致力于提供更具价值的消费指导,维护广大消费者的权益。”省消保委秘书长丁涛说,去年,长三角消保委联盟联合发布儿童平衡车比较试验结果,并制定团体标准。“在国庆、春节等消费高峰期时,长三角消保委联盟通过对数据和典型案件进行了汇总、整合、分析,发布消费提醒,能提升消费者自我保护意识,倒逼经营者诚信自律经营。”他表示,接下来,将在消费投诉纠纷化解上发力,推动长三角地区更多的市场主体建立消费纠纷处置绿色通道、先行赔付等快速反应和应急处置机制,对涉及长三角地区消费者群体性问题,特别是涉及消费者人身财产安全、生命健康的重大消费事件,开展联合调查、集体约谈,共同发布调查结果,形成联手化解消费纠纷的合力。



更多内容,扫描二维码

·调查·

安徽是全国13个粮食主产区和5个粮食净调出省之一,如何在国家粮食安全战略中发挥更大作用?

补短板 夯实粮食安全之基

■ 本报记者 冯珉

民以食为天。对于我国这样有着14亿人口的大国来说,解决好吃饭问题是头等大事。刚刚结束的全国两会政府工作报告提出,“提高粮食和重要农产品供给保障能力”“加强种质资源保护利用和优良品种选育推广,开展农业关键核心技术攻关”“提高高标准农田建设标准和质量”……

粮食安全是国家安全的重要基础,我省作为全国重要的粮食主产区 and 粮食净调出省,如何在国家粮食安全战略中发挥更大作用?近日,安徽经济研究院相关专家撰写相关报告,分析我省粮食安全的短板和弱项,以及下一步的建议与举措。

南方唯一粮食净调出省,粮食安全战略地位突出

新时代粮食安全,是指在确保产能的基础上,实现粮食的营养、绿色、多元和开放。也就是说,既要实现粮食数量安全,又要实现粮食质量安全,还要实现粮食生态环境安全和资源安全,以及粮食经济安全。报告执笔人之一,安徽经济研究院研究员夏兴萍表示,近年来,影响世界粮食安全的不利因素增多,国际冲突、极端天气以及新冠肺炎疫情,都对粮食生产和贸易产生叠加影响,加剧了全球粮食供给体系的不稳定性和不确定性。

从我国看,粮食产量长期维持较高水平。2004年至今,粮食生产实现历史性的“十七连丰”,2015年以来,粮食产量连续6年保持在1.3万亿斤以上,全国人均粮食达到480公斤,高于400公斤的国际粮食安全标准线,粮食供给总量有余,实现了“口粮绝对安全、谷物基本自给”。但是,我国作为世界上最大的粮食生产和进口国,粮食安全处于“高难度、低水平、弱安全”状态,粮食供需呈现为“紧平衡”态势,存在粮食产量高、进口高和库存高的“三高”局面。

从我省看,是全国13个粮食主产区和5个粮食净调出省之一,是全国南方唯一粮食净调出省。2020年,安徽粮食总产量达到803.8亿斤,位居全国第4位,平均每年调出粮食1000万吨左右,在全国粮食安全中战略地位突出。

粮食增产难度大,供需矛盾不容忽视

报告指出,当前我省粮食安全发展也面临一些短板,如粮食增产难度大、粮食质量供需矛盾加剧、政策激励空间有限等。

进入新世纪以来,我省粮食产量连年丰收,但持续增产难度加大。保粮食面积难度加大。随着工业化、城镇化进程加快,以及生态退耕和农业结构调整等,粮食种植面积进一步增加的难度加大,粮食增产后劲不足。同时,单产提高难度加大以及粮食生产优质劳动力缺乏都是当前的困境。

报告指出,粮食质量供需矛盾也在加剧。随着居民生活水平提高,居民的粮食消费不断升级,我省粮食供求结构性矛盾进一步凸显。对优质口粮(如低、高筋面粉,优质稻米等)、动物性产品以及饲料粮消费需求持续增长,表现为普通粮过剩与优质粮不足并存。

此外,我省粮食生态环境和资源面临严峻挑战。2019年,我省人均水资源量仅为全国平均水平的40%,在13个粮食主产区中排名第8位,不足排名第1位江西的1/5。我省粮食主产区的皖北六市,粮食产量占全省的54.7%,但水资源总量只占全省的13.5%,水资源分布和粮食产能不匹配,灌溉设施和技术落后也直接影响水资源利用率,长期我省粮食安全面临极为严峻的水资源制约。粮食经济安全矛盾突出,仍然存在“丰产不丰收”现象,种粮农民收入提高相对滞后。国内政策支持空间日趋收窄,这些对我省粮食安全发展造成影响。

落实最严耕地保护,强化科技支撑

报告指出,耕地是粮食安全的根本保障,鉴于当前我省粮食种植面积增长趋缓的严峻形势,我省要采取多种措施坚守耕地红线和提高耕地质量。一是落实最严格的耕地保护制度。采取“长牙齿”的措施,积极推进撂荒地复耕利用,加强皖北地区粮食生产功能区建设,确保皖北主产区粮食耕地面积稳定,严格皖江耕地占补平衡,推进皖西和皖南山区等粮食产区口粮田建设。二是积极推进粮食种植结构调整。扩大大豆、玉米等饲料用粮种植面积。同时积极推进高标准农田建设,向提高单产要粮食增产,支持粮食主产区积极创建高标准农田建设示范区。

耕地有限,科技无限,强化科技支撑是新时代我国粮食安全的着力点和必然选择。

夏兴萍表示,提高粮食产量的关键是良种,要发挥我省创新策源地优势,充分利用“五个一”创新主平台和“一室一中心”等平台,加大种源“卡脖子”技术攻关力度,优化生物育种领域重大科技攻关项目的布局。同时,突出粮食高产、高效、绿色技术集成。针对粮食消费结构升级、生态安全、效益提升的新需求,强化粮食生产、机械化、仓储等科技攻关,提升粮食生产的土地产出率、资源利用率及劳动生产率,提高粮食产业收益。发挥物联网、大数据等信息技术在应对自然灾害、病虫害等方面的作用,推广绿色储粮,探索建立粮食生产预警机制,促进粮食安全长期发展。

报告建议,以打造国家粮食安全产业带重要基地为契机,加快“粮食产业强省”建设。一是做大做强粮食生产经营主体。推进粮食家庭农场和农民专业合作社规范化标准化发展,支持各类农业支持政策向粮食规模经营主体倾斜。二是着力发展县域粮食加工集群。三是加快补齐粮食仓储物流短板。改造和建设现代化粮库,提升粮食仓储智能化、标准化和信息化水平等。

当前,我省粮食生产基础设施短板问题仍然突出,尤其是皖北粮食主产区。因此要改善提升粮食生产基础设施。加大水利设施专项资金投入,加强皖北等粮食主产区防洪抗旱薄弱环节提升等;

此外,还应充分发挥政府和市场在粮食安全中的作用。粮食产业作为弱势产业,除必须发挥好政府作用外,也需要市场机制的激励。要完善粮食主产区利益补偿机制,积极争取中央财政加大对粮食净调出省奖励支持。加大重大基础设施和民生项目对粮食主产区布局。同时,要创新市场化粮食支持方式。充分依靠多层次资本市场,利用中央增发专项债的契机,探索将粮食产业振兴专项债列入发行支持范围。设立粮食产业振兴基金,进一步发挥金融保险兜底保障网作用等,赋能粮食安全。

·经济快评·

如何迎接“宠物经济”新消费

■ 徐海

“能把我家的猫送到猫咖打工吗?”近日,知乎上一个标题聚集了超过1000条回复,引起公众对“猫咖”、“猫店员”的关注与热议。猫咖,实际上就是有猫的实体店,比如猫咪餐饮店、猫咪咖啡店。近几年,爱猫一族的新消费飞速增长,许多猫咖通过可爱粘人的猫咪招揽顾客,再靠餐食、猫咪用品等增值服务获利,一股宠物经济新消费力量崛起。以北京朝阳一家猫咖为例,每日客流量120人左右,一个月的营业额超过40万元。

它们不懂幸福,却能读懂你笑的音符;它们不懂忧伤,却能倾听你内心的痛。宠物市场往往折射社会现象。猫咖的

主要消费群体是分布在一二线城市年轻人。他们一般远离故乡,独自在外打拼,未婚单身且独居,工作压力大,初到社会感到彷徨和孤独,想要寻找情感的寄托。相较于其他宠物,猫咪高冷又粘人,谨慎又好奇,慵懒又敏捷的行为特征唤起他们的“冷启动触发特质”。年轻人通过与猫咪互动,可以安抚躁动不安的情绪,融化冰冷的内心,满足情感需求。并且在猫咖爱猫人与同样“志同道合”的其他青年相遇,形成现实中的趣缘群体,更容易产生情感共鸣。

宠物经济的持续火热一定程度上也反映消费群体个性化迁移以及消费思维的转变,人们在得到物质的满足之后,更加注重新精神需求。消费需求的升级促使

行业不断细分,宠物经济已经不再是简单的宠物食品、宠物医疗,如今猫咪变成参与服务的“打工人”,给消费者带来新的体验。宠物经济将随着人均可支配收入的增长和消费升级迎来发展契机,有望成为新的经济增长点。

但是,目前宠物经济还处在萌芽期,与宠物服务相关的制度不够完善,缺乏行业标准与规范,市场乱象丛生,如宠物携带传染病、宠物伤人、虐待宠物等问题层出不穷。而且,从业人员培养机制不健全、行业服务水平良莠不齐等都制约着宠物经济的长远发展。宠物经济的良性发展离不开制度的约束,需要全社会加大行业监管力度,健全制度法规体系,制定行业标准保障消费者与动物的合法权

益,明晰宠物所有人的责任与义务,促进宠物经济可持续发展,营造健康有序的市场环境。

除了制度的保障,还需整合宠物经济产业链,为宠物经济提供稳健发展的基础。宠物不仅能看家护院,更成为治愈心灵的“陪伴者”,人们需要花费更多的时间、金钱、精力来饲养宠物。宠物经济涉及宠物的整个生命周期,巨大的市场前景促使宠物产业链必须围绕宠物的“生、养、乐、病、死”全方位需求进行结构调整与升级,补足宠物产业链上下游短板,实现产业多样化、精细化。

宠物背后是人,做好宠物经济,仍然要以消费者为中心,分析他们的消费习惯与消费心理,利用互联网、大数据等新兴技术精准定位需求,拓宽营销渠道,提高用户消费体验,实现线上线下融合发展。全社会树立正确对待宠物的观念,关爱宠物,保护宠物,将宠物文明植入社会生活之中,才能确保宠物经济在良性的轨道上发展。