

55家中华老字号为何被“摘牌”?

55个品牌被移出中华老字号名录,73个品牌被要求限期6个月予以整改……近日,商务部联合相关部门公布中华老字号复核结果,引发外界关注。

此次被“摘牌”的中华老字号有许多是消费者曾经耳熟能详的品牌,比如天津“稻香村”、重庆“冠生园”、上海“西湖牌”等。这些老字号缘何被摘下“金字招牌”?

□新华社



优胜劣汰 老字号不能一“老”永逸

在被“摘牌”企业中,天津稻香村因与北京稻香村、苏州稻香村同名而备受关注。天津稻香村品牌历史悠久,可追溯至清朝年间,但因与北京稻香村商标冲突,目前仅有一个“稻穗”图形商标。

记者了解到,天津市稻香村食品有限公司目前由天津市和平区属国有企业天津汇旭贸易食品集团有限公司全资控股。公司一位负责人告诉记者,因公司改制、合并等多重原因,天津稻香村早已不再生产食品糕点,经营过一段时间餐厅也已停业,目前公司仅靠部分租赁业务在维持。

“此次未能通过中华老字号复核令人遗憾,因企业确实已不再生产相关产品,但公司并未彻底放弃‘稻香村’品牌,还会择机振兴该老字号。”这位负责人说。

55个被移出中华老字号名录的品牌

中,上海有17个。记者了解到,被移出名单的上海西湖饭店有限公司的“西湖牌”,其原有门店拆迁改造后数年间一直未能重开,实际已经不再经营;“钱万隆”酱油实际已经停产;还有的存在知识产权等历史遗留问题等,导致不符合申报“硬杠杠”。

记者走访上海、天津、重庆、安徽地区相关企业发现,长期经营不善,已经破产、注销、倒闭,或者丧失老字号注册商标所有权、使用权等,是这些品牌被“摘牌”的主要原因。

“有进有出” 动态监管确保老字号成色

值得一提的是,上海市商务委介绍,17个移出名额将被用于推荐其他优秀企业申报中华老字号。上海已从104个新认定的上海老字号中遴选,积极参与创建新一批中华老字号,争取“进”的数量大于“出”的数量。

“优中选优”“有进有出”是中华老

号复核工作一大特点。

为推动中华老字号顺应市场机制、持续健康发展,根据《中华老字号示范创建管理办法》,今年4月,商务部联合文化和旅游部、市场监管总局、国家知识产权局、国家文物局,部署开展中华老字号示范创建,坚持“优中选优”的工作原则,建立实施“有进有出”的动态管理机制,对已有中华老字号进行全面复核。

商务部有关负责人表示,此次将55个品牌移出中华老字号名录,是经过企业自查、地方初核、专家评审、社会公示等程序,由商务部联合相关部门公布的中华老字号复核结果。

除了上述被“摘牌”的55个品牌,五部门还对经营不佳、业绩下滑的73个品牌,限期6个月予以整改。

业内人士指出,此次商务部等部门开展的中华老字号示范创建工作,与2006年、2011年先后两批的认定工作相比,不单纯是体现保护与传承,更重要的是鼓励老字号老品牌做优做强,起到引领自主品牌发展的作用。

“这其实是对中华老字号更深的爱护。”中国商业联合会副会长张丽君表示,聚焦建立健全老字号保护传承和创新发展长效机制,推动老字号对标先进理念、顺应市场机制,加快守正创新发展,通过“有进有出”的动态监管制度,来确保老字号“金字招牌”的成色。

百姓期待 老字号也要紧跟时代节拍

对于被“摘牌”的老字号,不少消费者表示惋惜,但更多表达了支持。

“优胜劣汰是市场竞争的必然规律”“老字号也不能吃‘老本’”“消费者满意才是最高目标”……消费市场不断变化,消费者的反馈更加印证,老字号必须直面消费新趋势、新场景、新需求,在坚守优秀传统文化内核的同时,创新技艺、产品与管理模式,从而紧跟时代发展脚步。

调查显示,目前经商务部认定的中华老字号品牌,半数以上已经入驻电商平台。在刚过去的“双11”,一批老字号品牌“触网”转型,再度走红。更有上海凤凰、京瓷景泰蓝、福建片仔癀等越来越多老字号扬帆出海,推动中国品牌走向世界。

店训朗朗上口、店规过目不忘、产品物美价廉……老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,既有很高的经济价值,也有丰富的文化价值。目前1000个经营规范、发展良好的品牌仍继续保留。

商务部数据显示,2022年,中华老字号企业努力克服疫情影响,实现营业收入超1.2万亿元,近七成企业实现盈利。今年前三季度,营业收入已超过2022年全年水平,发展势头良好。

“一些老字号被‘摘牌’之所以引发全社会这么大的关注,其实反映出老字号在消费者心中的分量很重,也寄托着更高期许。要更好发挥中华老字号示范引领作用,带动更多相关市场主体高质量发展。”张丽君说。

我国加快建设 产品碳足迹管理体系

本报讯 我国正加快建设产品碳足迹管理体系。根据有关部门22日给出的时间表,到2030年,国家层面将出台200个左右重点产品碳足迹核算规则和标准。

国家发改委等部门联合印发的《关于加快建设产品碳足迹管理体系的意见》当天对外公布。这份文件部署了五方面重点工作,构建起产品碳足迹管理体系总体框架。

一是制定产品碳足迹核算规则标准。加快制定产品碳足迹核算基础通用国家标准,明确核算边界、核算方法、数据质量要求和溯源性要求等。组织有关行业协会、龙头企业、科研院所等制定重点产品碳足迹核算规则标准。

二是建设碳足迹背景数据库。行业主管部门可根据工作需要建立行业碳足迹背景数据库,为企业开展产品碳足迹核算提供公共服务。

三是建立产品碳标识认证制度。国家层面建立统一规范的产品碳标识认证制度,研究制定产品碳标识认证管理办法。鼓励企业按照市场化原则自愿开展产品碳足迹认证。

四是丰富产品碳足迹应用场景。充分发挥碳足迹管理对企业绿色低碳转型的促进作用,帮助企业查找生产和流通中的碳排放管理薄弱环节,挖掘节能减排潜力。鼓励消费者购买和使用碳足迹较低的产品。

五是推动碳足迹国际衔接互认。加强国际碳足迹方法学研究,充分发挥双边对话机制作用,加强与国际相关方的沟通对接,推动与主要贸易伙伴在碳足迹核算规则和认证结果方面衔接互认。(中新)

中消协:“双11”消费维权问题集中在——

手机广告“扰民” 直播带货乱象等问题

本报讯 中国消费者协会(简称“中消协”)22日披露的“双11”消费维权舆情分析报告显示,今年“双11”期间消费维权问题集中在直播带货乱象、商品质量问题、手机软件广告不良体验、促销价格争议等方面。

中消协对10月20日至11月16日期间相关消费维权情况进行了网络大数据舆情分析。分析显示,直播带货乱象方面,价格垄断、低俗带货、虚假宣传等问题较为突出,如靠审丑发迹主播正引发更多人反感。商品质量问题上,直播间假冒伪劣问题表现突出。手机软件广告诸多强制跳转方式也受诟病,不少用户在社交平台“吐槽”称“条条大路通电商”,手机常一不小心就会跳转到购物软件的“双11”专场,感到不堪其扰。促销价格争议上,消费者“吐槽”的话题主要为商家随意变更优惠政策、活动临近结束忽然降价、不保价、诱导消费者取消订单等问题。

综合分析监测期间的消费维权舆情和相关案例,中消协指出,今年“双11”舆情大多由“低价”引发,平台、主播、商家、消费者为获得最大利益进行博弈,创新求变。从变化上看,今年的平台、商家套路化繁为简,同归于“低价”,但也由此衍生出更多新的竞争。科技的进步、直播业态的发展,为消费者带来更多便利,但其管理上的粗放和漏洞也在一定程度上影响了消费者购物体验。

对此,中消协强调,规则简化不等于无规则,商家诚信意识和契约精神有待提升;随着越来越多新的平台和商家入场,政府和平台的帮扶和监管有待强化;引流广告应“便民”而非“扰民”,相关APP行为须加以限制与引导。(中新)

陆续披露的三季报显示:

互联网平台企业业绩保持快速增长

本报讯 近期,一些大型互联网平台企业陆续披露三季度业绩。从已披露的财报看,互联网平台企业业绩继续保持快速增长,引起市场各方关注。

阿里巴巴营收同比增长9%,利润同比增长34%;京东集团经营利润93亿元,为历史新高;腾讯控股营收同比增长10%;百度净利润同比增长23%……大型互联网平台企业延续今年上半年的势头,三季度业绩仍在快速增长。

今年以来,国家出台了一系列稳增长的政策举措,推动国内经济复苏步伐加快,也带动了互联网平台企业的业绩持续增长。

电商平台是互联网平台中颇具代表性的一个领域,招商证券商业互联网行业首席分析师丁浙川说:“当前电商渠道在整体消费中已经占据较高份额,电商平台企业业绩表现一定程度上可

以反映经济基本面的复苏情况。”

根据国家统计局数据,前10个月,全国实物商品网上零售额同比增长8.4%,占社会消费品零售总额的比重为26.7%,占比较上年同期提升0.5个百分点。

丁浙川认为,今年以来各大电商平台企业商品交易总额及收入整体均恢复同比正增长。一方面是经济持续复苏和物流快速恢复,另一方面是电商行业整体提高线上商品性价比,提升下沉市场用户渗透率及活跃度,为电商平台企业业绩增长提供新动力。

在企业三季报中,京东集团首席执行官许家印提到,京东集团三季度利润水平达到历史新高,这主要得益于企业在价格竞争力和平台生态建设方面的主动努力及供应链优势。阿里巴巴集团首席财务官徐宏透露,企业正优先对技术和创新进行投入,这为集团业务带来新增长。(新华)

小电机 “智启未来”

11月22日,由中国电子科技集团公司第二十一研究所主办的第二十七届中国(国际)小电机技术研讨暨展览会在上海新国际博览中心开幕。此次展会以“驱动发展 智启未来”为主题,会期3天,吸引全球近400家中外企业携前沿产品参展。图为参展观众在展会上观看展品。(新华社)



多家外资银行表示 将持续加码中国市场

据新华社电 近期召开的中央金融工作会议指出,稳步扩大金融领域制度型开放,提升跨境投融资便利化,吸引更多金融机构和长期资本来华兴业。在近日调研采访中,多家外资银行中国业务负责人告诉记者,他们切实感受到了中国金融领域的开放力度并从中受益,坚定看好中国发展前景,并将持续加码中国市场。

渣打银行(中国)有限公司行长、总裁兼副董事长张晓蕾说,中国连续多年都是渣打集团全球网络收入贡献最大的市场,2023年前三季度,渣打集团中国在岸及离岸税前盈利达10亿美元,同

比增长约3倍。从2022年到2024年,渣打集团将在中国市场投资3亿美元,用于数字化转型、网点建设、风控合规以及人民币国际化和财富管理等业务。

东亚银行(中国)有限公司执行董事兼行长何舜华告诉记者,东亚中国将服务粤港澳大湾区发展作为重要战略之一,并积极拥抱金融开放带来的多样化机遇。据悉,东亚中国明年将加大新增贷款投放力度,支持实体经济发展。

会议纪要显示 美联储将维持 限制性货币政策

据新华社电 美国联邦储备委员会21日公布的上次货币政策会议纪要显示,美联储将继续维持限制性货币政策,以确保通胀率恢复至2%的长期目标。

美联储于10月31日至11月1日召开货币政策会议,决定将联邦基金利率目标区间维持在5.25%至5.5%之间。

会议纪要显示,美联储官员需要看到更多证据才能确信通胀正明显向目标靠近。关于政策前景,与会者认为,“货币政策立场必须保持足够的限制性,以使通胀随着时间推移回归2%的目标”。

同时,美联储官员预计,美国第四季度经济增长将较上一季度“明显放缓”。与会官员认为,整体经济增长面临下行风险,而通胀则面临上行风险。

随着美联储此前大幅加息,美国通胀明显降温。美国劳工部最新数据显示,10月消费者价格指数(CPI)环比持平,生产者价格指数(PPI)环比下降0.5%。市场普遍预计,美联储将结束本轮加息周期,并可能于2024年5月起降息。

瑞银集团和摩根士丹利等金融机构预计,随着通胀逐步降温且经济增长停滞,美联储将在2024年大幅降息。高盛集团则认为,美联储虽将开始降息但降息力度较小。

机构观点

国盛证券:在人民币快速升值的利好背景下,周二市场并没有保持强势,活跃资金集中关注北交所个股,或是对超跌小盘股拉升阻力较小的特征给予青睐,市场或在小幅蓄势后继续上攻;技术面上看,短期市场或以震荡蓄势为主,沪指3050点上方谨慎看多。操作上,建议以逢低布局为主。

中原证券:当前上证综指与创业板指数的平均市盈率分别为12.26倍、34.73倍,处于近三年中位数以下水平,市场估值依然处于较低区域,适合中长期布局。未来股指总体预计将维持蓄势震荡格局,同时仍需密切关注政策面、资金面以及外部因素的变化情况。(红星 澎湃)

汇丰银行(中国)有限公司行长兼