

开机还要“强迫”看广告?

——智能电视行业涉嫌侵犯消费者权益调查

何磊静 李继伟

打开智能电视,先得看 15 秒左右开机广告……这一让电视观众“默认买单”的现象,近日引起舆论关注。智能电视行业投放开机广告的行为,是否涉嫌侵犯消费者合法权益?记者就此展开调查。

开机广告网友“1 秒都不能忍”

江苏省消保委不久前通过公开数据收集、消费者问卷调查、征集志愿者收集信息等方式,对包括创维、海信、小米、海尔、长虹、夏普、乐视、三星、LG、索尼 10 家知名智能电视品牌的开机广告情况进行了摸排。

江苏省消保委公布的调研结果显示,除三星、LG、索尼 3 个品牌暂未发现开机广告外,其余 7 个品牌(创维、海信、小米、海尔、长虹、夏普、乐视)均存在开机广告问题,且时长 15 秒至 30 秒不等,大多不可关闭。

此前有业内人士在微博发起一个关于电视开机广告的调查投票,在 1 万余人参与的投票中,超过 80%的网友认为“绝不能忍,1 秒都不行”,近 14%的网友认为“10 秒以内可以接受”。一些消费者反映,曾向厂家投诉“买来后才发现有广告”“开机广告过长”等情况,相关品牌客服直接告知“无法取消广告”。

江苏省消保委分析认为,根据消费者权益保护法等相关规定,部分智能电视经营者销售时未告知消费者开机广告、或未能提供一键关闭功能、不能自主关闭等行为涉嫌侵犯消费者知情权、选择权和公平交易权。



广告植入成电视行业赚钱“香饽饽”

近年来,智能电视因自带操作系统,方便自行安装和卸载各类应用软件等功能受到越来越多消费者的青睐。但记者以消费者身份走访多家商超卖场发现,几乎没有销售人员主动告知“该款电视含有开机广告”。记者询问之下,有销售人员称“现在都有广告的,就靠广告赚钱。”

广告已成电视厂商的重要盈利点。据家电行业调查机构奥维发布的《2019 年中国 OTT 发展预测报告》,2018 年 OTT(互联网应用服务)激活设备超 2.14 亿台,2019 年预计上升至 2.4 亿台。预测 2019 年 OTT 广告规模将达到 109 亿元,其中以开机广告为代表的系统层广告收入约为 26 亿元。

业内人士表示,近两年彩电行业整体不景气,卖开机广告已成电视厂商重要的利润来源。因此,消费者想让厂商取消开机广告是很难的。

中国电子商务研究中心特约研究员董毅

智律师说,投放广告已成智能电视行业重要的盈利模式。要看消费者是否知情,是否愿意买单,如果消费者知情并有充分选择的权利,这种现象也是可以理解的。

行业亟须监管细则 部分企业已被约谈

根据广告法第四十四条规定:利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。

专家表示,智能电视开机广告显然是利用互联网发布广告,但很多却无法一键关闭。江苏省消保委有关人士称,经营者应当在商品购买或其他渠道公示具体的买卖合同或条款、在销售时以显著方式向消费者明示开机广告的功能,在未取得消费者同意时不得强行植入开机广告,不得限制消费者拒绝开机广告的权利。同时,消费者同意播放广告后,在智能电视播放广告页面应提供一键关闭广告的功能。

“相关监管部门应尽快制定并细化这个细分市场的监管细则,在保护消费者的同时,给行业发展提供规范的指引,尽量避免一刀切。”董毅智说。

江苏省消保委秘书长陆惜春表示,这种开机广告是一种网络“牛皮癣”,目前江苏省消保委已约谈上述 7 家出现问题的电视企业,对于不予配合、不予整改的企业,不排除运用公益诉讼等法律手段,维护消费者合法权益。

中国陶瓷在开放学习中走向“微笑曲线”上端

阳建

醴陵的釉下五彩瓶,唐山的手绘陶瓷象棋,潮州的黑檀木瓷板画,深圳的“西湖蓝”夫人瓷……在中国陶瓷主产地之一——湖南省醴陵市举办的国际陶瓷产业博览会上,精致绚丽的中国陶瓷,仿佛让人置身艺术的殿堂。

在这个国际陶瓷业界交流平台上,中国的陶瓷产品与来自英国、意大利、日本等 21 个国家的陶瓷品牌同场“竞技”。

中国是传统的陶瓷生产大国,但过去由于机械化程度低、技术更新慢、产品同质化严重,产品附加值不高。相比之下,一些西方发达国家陶瓷产品因技术、工艺、质量更好,而占据了生产链的高端。

近年来,中国陶瓷产业正在加速转型升级,产品质量、品牌附加值都在逐步提升,整个行业不断向“微笑曲线”上端迁移。

“以前,有国外经销商反映,卖一个日本盘子的收入相当于卖一个货柜的中国瓷器。”深圳国瓷永丰源股份有限公司总监邹惠红说,过去,中国陶瓷的附加值整体偏低,大部分利润被国外品牌商赚走。现在,这种现象正在改变,中国陶瓷的高端产品越来越多,技术、品质上来了,价格也慢慢上来了。

醴陵是釉下五彩瓷原产地,是中国“国瓷”“红官窑”所在地。为了改变陶瓷产业“弱、散、小”的局面,醴陵陶瓷探索走开放融合、创新之路,一方面吸收国外的自动化、信息化技术,另一方面加强文化创意,提升陶瓷的品质与附加值。

据了解,过去几年,醴陵建立了 6 个陶瓷技术创新公共服务平台,成立了 23 个陶瓷产品研发中心。如今,当地陶瓷产值增加到 700 亿元,产业科技创新实力明显增强,其中湖南华联瓷业已拥有 130 多项核心技术专

利,产品器型近 6 万种、花面约 3 万款、釉色近 2 万种。

在 5 号展厅,硕大的特高压柱式绝缘子引人注目。“我国高压绝缘子产品市场占有率居世界第一,ABB、西门子等国际巨头都采购了醴陵的电瓷产品。”湖南阳东电瓷电气股份有限公司市场开发部部长李启建说,通过近几年的技术改造,该公司电瓷产品的国际竞争力显著增强,即使在贸易战阴云下,产品出口依然保持稳定增长。

英国 Wedgwood 等国际一流陶瓷品牌,也高度认可中国陶瓷产业的“脱胎换骨”。“从行业整体而言,中国陶瓷以前更多是做量,而如今进步巨大,从器型到配套再到品牌,都在不断改进。”Wedgwood 客户经理周骥海表示,近年来,中国陶瓷行业主动引进新设备、学习新技术,借鉴新理念,技术水平不断提升。

除了瓷器,全自动数控滚压成型生产线

等陶瓷生产设备,也是本次瓷博会的一大亮点。生产设备向自动化、智能化升级,保证了陶瓷产品质量的稳定性,被认为是中国陶瓷产业在“微笑曲线”爬升的重要支撑。

“我们最初是引进日本企业的陶瓷生产装备技术,之后不断学习与突破,研发了更适合中国本土陶瓷企业的自动化生产设备,已拿到 60 多项技术专利。”佛山市南海鑫隆机械机械有限公司营业事务部部长曾丽涓表示,既要学习国外先进技术,也要有自己的突破创新。

附加值的高低,决定了一个产业的前景。受访业内人士反映,中国陶瓷在技术、品质改善的同时,仍需品牌培育、提高定价权等方面努力,只有产业链每个环节都有突破,才能让这个中国传统产业稳固地向“微笑曲线”上端延伸。

除了瓷器,全自动数控滚压成型生产线

医疗、交通、物流……

京津冀逐步形成完整大数据产业链

正在河北石家庄举行的 2019 中国国际数字经济博览会上,《京津冀大数据与实体经济深度融合发展白皮书》发布。白皮书显示,京津冀大数据产业集聚逐步显现,逐步形成了完整的大数据产业链。

顶层设计上,三地政府分别制定并发布了相关指导意见,为京津冀大数据产业的协同发展提供保障,位于天津的“京津冀大数据协同处理中心”已成为京津冀大数据协同处理的重要基础设施,在廊坊建设的“京津冀大数据感知体验中心”已投入使用;管理体系上,京津冀在各自区域内推动建立数据资源管理体系,推进公共基础信息共建共享,北京市六里桥市政政务云、天津市统一的数据共享交换平台、“云上河北”建设的投入使用,实现了政务资源的共享整合;基础设施上,初步形成了张家口、承德、廊坊等环京大数据基础设施支撑带,京津冀地区移动高速宽带网络基本实现全面覆盖,并从多个方面开展适应 5G 网络的升级工作。

白皮书还对京津冀大数据在工业、医疗、交通物流、旅游等领域的典型应用进行了分析。建议京津冀三地进一步强化数据连接整合、推动数据开放共享、促进数据深度应用、完善区域协调机制。(秦婧)

现场签订和意向售机 141 架 6 万人次到场观展

天津直博会落下帷幕

第五届中国天津国际直升机博览会 10 月 13 日在天津空港经济区落下帷幕。为期 4 天的展会期间,现场签订和意向销售直升机 141 架,销售额超百亿元,吸引世界各地的 6 万人次到场观展。

据主办方透露,参展企业数量有 400 余家,包括空客、俄直、贝尔、西柯斯基、莱昂纳多、航空工业等全球 6 大直升机主机生产企业,以及法国赛峰、加拿大普惠、美国柯林斯宇航、法国泰雷兹等全球知名发动机及配套企业悉数到场。

国产 AC313 消防型直升机、AC312E 救援型直升机、AC311A 医疗救援型直升机等均出现在展会上。作为博览会主要看点之一,6 场飞行表演精彩纷呈,备受关注的国产多用途直升机直-20 亮相,带来了三机通场的飞行表演。国产应急救援“四卫士”AC311、AC313、AC312E、AC311A 联合上演综合应急救援演练,充分展示了国产直升机在处置突发事件过程中的优越性能。

天津直博会由天津市人民政府、中国航空工业集团有限公司和中国人民解放军陆军共同主办,天津市滨海新区人民政府协办。

天津直博会每两年举办一届,已成功举办五届,是我国唯一的国家级国际直升机专业展会,并成为全球第二大直升机专业展览,对推动国际直升机产业合作,促进我国直升机产业科技进步和核心竞争能力提升有重要意义。(宋瑞 毛振华)

创新驱动,复兴中国制造业

周德文

9 月 20 日,2019 世界制造业大会在合肥举行,习近平主席致信指出,当前,全球制造业正经历深刻变革,要把握新一轮科技和产业革命机遇,增强制造业技术创新能力,推动制造业质量变革、效率变革、动力变革。习近平强调,中国高度重视制造业发展,坚持创新驱动发展战略,把推动制造业高质量发展作为构建现代化经济体系的重要一环。

制造业是中国实体经济的主体,承载了中国经济社会高质量发展,全面赶超欧美发达国家,实现中华民族伟大复兴的重大历史使命。制造业强则经济强,经济强则人民富足,人民富足则国家强,要实现中国的富强文明,必须振兴制造业,铸造中国经济繁荣发展的根基,中国才能长久屹立于世界强国之林。

制造业是所有国家延续和发展的基础,任何个体和家庭生活,社会经济活动,以及国家层面的行为,都离不开制造业所生产和提供物质的支持。一个国家或地区,即便达到了非常富裕文明的程度,一旦离开了本国民族制造业的支撑,制造业出现空心化,一切物质产品都要通过其它国家和地区进口,则国家和民族的命脉将不再被自己所掌握,处处受制于人,国家和民族的富强文明终究是空中楼阁,缺乏根基,在外力干涉的情形下很容易出现一朝崩塌的局面。因此,拥有先进、强大、高质量的制造业是任何国家和民族长期延续和发展的基础。

制造业事关国计民生,除了要供应老百姓的日常生活所需之外,更是解决就业的主要载体。我国 GDP 达 90 万亿元,其中制造业创造的 GDP 占比约 30%,按照 GDP 占比进行简单平均,制造业创造的直接就业机会非常庞大,如果把和制造业紧密关联的各类服务提供商、社区配套商业设施、贸易分销及零售商包括进去,则制造业所创造的就业机会远高于 30% 这个比例。从这个现实的角度来看,制造业就是国计民生的命脉,必须牢牢地把握在自己手中,必须要在制造业领域迅速赶超欧美发达国家,这也是近期习近平主席指出“一定要把我

国制造业搞上去”的深刻背景和原因。

众所周知,2008 年金融危机以来,中国制造业,特别是出口导向的劳动密集型加工制造业出现了较大面积退潮,而后 2011 年出现的民间借贷危机,2018 年的企业债务危机,以及中美贸易争端持续发酵,所有这些,都给中国经济带来了沉重压力。从事低附加值、低技术含量、劳动密集型企业更是经济下行压力的最直接承受方,大量中小民营陷入了债务危机,企业危机地方社会经济传递,又对局部地区的经济发展、人员就业、社会稳定等产生了不同程度的负面影响。

形成鲜明对比的是,部分从事高端制造的企业,如华为、中车、三一重工等企业,却在经济下行压力加大的环境下逆势飞扬,获得了持续快速发展,成长为各自领域的世界级龙头企业。这些高端制造龙头企业有一个共同特征,那就是长期投入巨资进行技术研发,掌握了各自领域的核心技术,并在产品研发和经营模式上不断进行创新,企业获得了高质量发展,因此打造出了各自独特的核心竞争力,从而在国际市场竞争中所向披靡,获得了市场的认可和尊重。

培育出高端制造业世界级龙头企业,无疑给中国制造业的复兴带来了希望,探索出了一条可持续发展的成功道路。但中国制造业的全面复兴,仅仅有个别企业成长为世界级龙头远远不够,占据了制造业绝大部分的中小企业获得高质量发展,建立在国际市场上的核心竞争力,中国制造业的全面复兴才算成功完成。

只有当代表了中国制造业主体的中小企业实现转型升级,掌握了核心技术,以创新驱动企业发展,中国经济才能获得整体的产业结构优化和转型升级,才能实现充分就业,老百姓才能同步实现生活富足,社会才能长治久安,中国才能实现真正的富强文明,中华民族的伟大复兴才能实现。

最后,我就如何提高企业创新能力,复兴中国制造业提出以下几点建议:

一、制造业要和人工智能及互联网经济实



现深度融合

未来,科学技术将出现日新月异的飞速发展,其中人工智能及互联网将是科技发展演变的一个重要基础分支,制造业必须和人工智能及互联网实现深度融合,制造业的技术和商业模式才能保持持久的领先型和竞争力,制造业复兴的成果才能得到维持和发展。

二、鼓励企业从事芯片、关键零部件、新材料等领域的基础研究

从当前中国制造业在国际市场参与竞争的实践来看,中国企业特别是已经成长为世界级龙头的企业,由于已经威胁到了某些发达国家,因而会在芯片、关键零部件、新材料等领域遭遇围追堵截,必须提高在芯片、关键零部件、新材料等领域的基础研发实力,中国企业的命运才能把握在自己的手中,中国制造业才能真正获得复兴。

三、行业协会发起中小企业联合投入进行技术创新研发

中小企业是制造业复兴的主力军,但由于中小企业的资金实力问题,中小企业独立进行

有关领域的技术创新及研发存在很大障碍,由有关行业协会进行牵头,发起中小企就某些行业领域普遍存在的重大技术课题进行技术攻关研发,创新研发项目获得突破后,则在全行业内进行推广,迅速提升中国制造业整体在国际上的技术研发优势。

四、建立制造业创新促进体系,批量改造和培育创新型企业

中国已经建立起了全球最为完备的制造业体系,但相对欧美发达国家而言,低端制造业占比仍比较高,整体国际竞争力仍然不强。建立制造业创新促进体系,批量改造制造业领域的优秀企业,提高企业的创新能力,同时培育新兴领域的创新型中小企业,通过创新驱动全面提升中国制造业的核心竞争力,才能促使中国制造业实现脱胎换骨。

五、持续改进中国制造业营商环境,保障创新型企业发展

中国制造业的中小民营企业占比最多,要复兴中国制造业,首先要复兴中国民营企业,全面提升民营企业的盈利能力和发展潜力。当

前,民营企业仍然在行业准入、金融服务、行政管理等多方面实质上存在了和国有企业不对等的地位。中国企业的营商环境仍存在不少系统性问题,营商环境的提升空间还非常大,特别是对创新型企业的权益保障和支持方面,需要做出更大的提升,促进创新型中小企业,特别是创新型中小民营企业的健康发展。

六、积极参与“一带一路”,地方政府牵头帮助企业开拓国际市场

由地方政府牵头,引导中国制造业领域的企业积极参与“一带一路”建设,促进“一带一路”沿线地区企业之间的深入和广泛合作。通过“一带一路”合作共建,中国制造业将面临一个前景广阔的“一带一路”朋友圈新市场,借助“一带一路”各国互联互通、共商共建共享的协议和机制,为原有产品开拓新的市场,并开发出创新产品满足新的市场需求,从而为企业转型升级争取到更多的时间和机会,而有关地区经济也将在“一带一路”经济合作的框架和机制下,推动当地进行产业重构,实现产业结构优化和转型升级,加快中国制造业的复兴进程。

七、推进“中国制造 2025”战略落地实施,全面复兴中国制造业

为了应对日新月异的科技革新,实施制造强国的战略,中国政府早在 2015 年就制定了“中国制造 2025”规划,推动高端技术装备制造领域的发展已经上升为国家战略。

未来,随着人工智能、大数据、云计算等技术的飞跃式发展,几乎所有工业制造领域都将发生深刻的变革,靠模仿式的技术研发将彻底失去市场竞争力,要振兴中国经济,必须从根本上提升中国企业,特别是中小民营企业的技术研发和创新能力。

为了应对全球经济衰退和国内经济下行,推动产业转型升级,拓宽国际发展空间,实现中国制造业的全面复兴,“中国制造 2025”规划,是全面振兴中国经济最基本的方针和战略,必须坚持不懈地落实和执行。

(作者系经济学家、民进中央经济委员会副主任、中国管理科学研究院信用管理研究所名誉所长、上海中和正道集团主席)