

从“屏蔽”到联网 以“破冰”谋新局

打破壁垒 电商平台竞争进入新阶段

▶ 本报记者 李洋

10月14日20点,“双11”年终大促正式开启,再度拉长大促时段。在提振消费信心的大环境下,电商平台的补贴和优惠力度创下历年之最,且在支付与物流方面进一步增强了互联互通。“双11”前夕,阿里和腾讯在支付领域结束了长达11年的相互“屏蔽”重新“联网”;除了支付层面,淘宝天猫还首次接入京东物流,平台商家将能够选择京东物流作为服务商,而京东快递也接入了菜鸟系统。

史上最长“双11”

据了解,天猫的“双11”预售活动比去年提前整整10天;京东“双11”于10月17日20点进入抢先购阶段;拼多多“双11”活动从10月14日0点开始,比去年提前了一周时间;抖音“双11”先享好物节从10月8日开始,无缝衔接国庆节长假;快手“双11”于10月16日进入预热期,开启好物抢先购。

根据不同电商平台公示的时间可知,今年“双11”或将达到26-34天,而2023年的“双11”为22-24天。从时间上看,今年的“双11”堪称史上最早“双11”及跨时最长的一届“双11”。

“拉长大促时间,可以让消费者有更

多的时间挑选商品,减少因时间紧迫而导致的冲动消费,同时也缓解了物流压力,避免短时间内订单激增带来的服务质量下降。政府补贴的加入则可能进一步刺激消费,带动整体销售额的增长。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇认为。

除活动周期延长外,各电商平台也相继亮出“撒手锏”。

例如,天猫官方宣布,今年的“双11”将会是补贴力度最大,红包最多的一次。除了投入百亿元促增长,还将投入百亿元为商家全面降低运营成本,特别是淘宝商家。针对商家高资金成本问题,天猫在“双11”向商家提供零手续费极速回款服务,凡“双11”期间成交的订单,只要商家发货,即可马上收回货款。

互联互通成趋势

近年来,市场监管总局多次召开规范网络经营活动行政指导座谈会,明确互联网领域“二选一”和“独家交易”行为是《电子商务法》明确规定禁止的行为,并对“二选一”垄断行为严格处罚,进一步促进市场有序发展。

在此背景下,电商平台间开始有所松动。2022年1月,百度联合美团、小红

书、顺丰、携程等十余家企业宣布开启互联互通深度合作;2023年“双11”前,淘宝商家可以通过阿里妈妈投放微信广告。更关键的“双11”备战,在今年9月的“互联互通”中,已拉开序幕。

9月,淘宝天猫全面接入微信支付。10月29日,京东商城开通支付宝付款选项。

物流亦在破冰。10月16日,京东物流与淘天集团达成合作,京东物流将全面接入淘宝天猫平台,淘宝天猫商家将能够选择京东物流作为服务商。京东物流的一体化供应链解决方案,京东快递、京东快运等诸多业务将为淘宝天猫商家服务,涉及仓储、快递、快运等供应链全流程。

“电商平台之间的壁垒被打破,为消费者提供了更多元、便捷的支付方式选择,这无疑会促进交易量的增长,并激发市场的更大活力。”短视频与电商直播“新农人”培育计划组织者之一袁帅表示。

政府补贴叠加大促优惠

消费者最关注的还是商品质量、价格优惠、物流速度以及售后服务等。今年的“双11”活动,政府补贴首次实现与电商平台优惠活动的结合。

不少消费者表示,政府补贴叠加

“双11”大促优惠和商家让利,使得平台上的众多热销商品到手价创新低。比如,在政府20%补贴力度+天猫品类券+品牌官方立减15%的多重优惠叠加下,家电将创下史无前例的低价,低至6折。

商务部全国家电以旧换新数据平台显示,截至10月15日,2066.7万名消费者申请,1013.4万名消费者购买八大类家电产品1462.4万台,带动销售690.9亿元。

近日,刚刚入手了某款笔记本产品的李女士表示,使用政府补贴优惠券又叠加平台补贴,直接节省了近2000元。“这种叠加补贴的方式大大降低了购买成本,增加了消费体验。”

“政府补贴不仅为消费者提供了更多的实惠和福利,也促进了消费市场的繁荣和发展,这种政府与市场共同推动的促销模式,有望进一步提振消费信心,推动经济持续增长。”袁帅说。

袁帅认为,这些变化有望推动电商市场格局的新一轮调整,促使电商平台在服务质量、用户体验等方面的进一步提升。“在年终大促中,电商平台想要吸引流量,关键还在于提供优质的商品和服务,以及创新的营销策略和个性化的用户体验。”

码上读报

扫码阅读全文

地球观测产业的“蛋糕”有多大

地球观测能为人类生产生活源源不断地提供时空信息数据要素,创造巨大市场机遇。

今年5月,世界经济论坛发布的报告显示,地球观测潜在经济价值有望从2023年的2660亿美元增长至2030年的超7000亿美元;欧盟空间计划局今年年初发布的一份报告显示,地球观测和全球导航卫星系统的全球收入预计将从2023年的2600亿欧元增长至2033年的5900亿欧元。

两份报告统计方法和结果虽然有所不同,但都预示着地球观测产业拥有广阔前景。

目前,我国地球观测产业正在快速增长,但与成熟的发达国家市场相比,仍有不小差距,产业做大做强之路依然任重道远。

专家表示,在地球观测技术和市场快速发展的当下,政府政策、市场机制、企业决策均需要及时调整,以适应新技术的突破、新业态的崛起和新模式的演进。例如,相关部门要做好顶层规划和设计,推进数据要素试点示范;科研院所应注重在产业组织理论指导下的原始创新和成果转化,为产业发展提供理论指引和科技助力;企业应更加关注跨区域市场需求和微观信息服务,在全球范围提供跨区域应用服务、对个人用户提供全种类微观信息的服务。

《科技日报》2024.10.31
李林旭

跨境电商助力中国品牌出海

通过跨境电商平台,直接接触海外用户;利用人工智能生意助手,快速生成商品信息;不断提升合规水平,适应国际市场消费需求……今年以来,我国电商企业积极运用新技术、适应新趋势、培育新动能,跨境电商发展势头向好,为品牌出海提供了新机遇。

海关总署不久前发布的数据显示:今年前三季度,我国外贸进出口总值历史同期首次突破32万亿元,其中跨境电商进出口1.88万亿元,同比增长11.5%。作为以科技创新为驱动,积极运用新技术、适应新趋势、培育新动能的外贸新业态新模式,跨境电商已经成为我国外贸发展的有生力量,为全球消费者提供了更多元化的购物选择。

专家表示,随着跨境电商在全球范围的影响日益扩大,中国电商企业要提升在产品标准、贸易规则、竞争政策等方面的合规水平和合规意识,适应不同市场的不同要求。要进一步提升跨境电商与产业链供应链之间的融合水平,从传统的订单生产模式向“小单快反”、多品类、小批量转型,促进传统外贸企业与跨境电商发展的同频共振,推动更多适合跨境电商出口的产品和厂商更好发展。

《人民日报》2024.10.30
罗珊珊

电信业对外开放迈出新步伐

近日,工业和信息化部组织召开增值电信业务扩大对外开放试点工作座谈会,正式启动北京、上海、海南、深圳四地增值电信业务扩大对外开放试点工作。此次扩大开放将丰富信息通信市场的产品和服务供给,激发企业主体的创新活力,为消费者提供更多选择,提升行业的服务水平和国际竞争力,标志着我国电信业对外开放迈入新阶段。

此次试点启动,是对扩大电信市场开放的进一步探索,充分展示了我国电信业通过开放,主动对接国际高标准经贸规则、激发经营主体活力、巩固外资在华发展信心、与全球共享中国数字经济发展红利的态度与决心。

专家建议,试点地区批复发放后,要进一步做好试点落实工作,持续优化外商投资环境。一方面,要做好政策解读、试点申请指导工作,强化信息共享和交流协同,合力推动试点措施落实落地;另一方面,定期总结跟踪试点成效,总结先进经验、模式和案例。在此基础上,适时扩大试点地区范围,探索更成熟、系统化、可复制、可推广的经验模式,推动形成更大范围、更深层次的开放格局。

《经济日报》2024.10.30
赖奇春 黄鑫护航低空经济“高飞”
低空互联网迎多方布局

近日,工业和信息化部表示,将探索建立通感一体的低空经济网络设施,此外,三大电信运营商及业内企业也展开积极探索,利用5G、低轨卫星、宽带通信网等技术,加快构建具有通信、监控、服务功能的低空互联网。

业内人士认为,建设以低空互联网为代表的数字化、智能化低空融合基础设施,推进北斗、5G、人工智能等多种技术深度融合,有助于进一步促进低空经济创新应用,激发低空经济潜能。

在加快网络创新布局的同时,网络安全同样重要。低空飞行和管理要求高可用性、高稳定性和高安全性。集合系统安全、网络安全和通信安全的一体化安全防护体系是低空新基建的重要保障。需加强低空经济领域网络和数据安全技术研究能力集聚,通过自主计算底座、网络安全、数据安全等,保障飞行活动有序、高效。

《经济参考报》2024.10.31
郭倩

宣扬“震虎价”被诉 京东养车是否应担责?

▶ 孙立彬

近日,国内养车行业两大连锁品牌途虎养车与京东养车商誉纠纷一案正式开庭审理。途虎养车称京东养车“震虎价”涉及不正当竞争,要求京东养车立即停止使用“震虎价”品牌。目前受理此案的上海市闵行区法院暂未作出判决。

今年年初,京东汽车在年货节期间专门打出口号:“春节不打烊,震虎价不停”“养车震虎价,省心又便宜”。并且京东APP、京东养车APP、京东汽车微信公众号与视频号、京东汽车抖音官方旗舰店、京东汽车微博以及相关直播间都有“震虎价”相关宣传。

此后,上海途虎信息技术有限公司(途虎养车主体公司)向上海市闵行区区人民法院提起诉讼,请求判令包含北京广行信息技术有限公司(京东养车主体公司)在内的3家被告赔偿500万元。起诉缘由系此前京东养车曾推“震虎价”对原告商誉造成影响,途虎主张被告在全渠道删除“震虎价”相关表述。

京东养车相关负责人当时回应称,养车市场存在价格虚高、维修过度、标准缺乏、服务参差不齐等诸多影响人们体验的“拦路虎”,“不存在针对某一家企业的情况。”

那么,此次争议中,京东养车是否该承担责任?

关键在于商誉是否受损

网经社电子商务研究中心特约研究

员、浙江泽大律师事务所律师付勇勇表示,京东养车“震虎价”品牌是否构成不正当竞争,关键在于是否违反《中华人民共和国反不正当竞争法》,涉及是否存在“混淆”行为。依据该法,若“震虎价”确实让消费者产生混淆,误以为该品牌与途虎养车存在关联或认为京东养车的服务等同于途虎养车的服务则可能构成不正当竞争。

评判依据包括:首先是品牌识别度,如途虎养车在消费者中具有较高的品牌辨识度,那么“震虎价”是否会导致公众误认或混淆;其次是名称使用情况,即京东是否利用途虎品牌的市场地位吸引流量或抢占市场;第三是商业行为意图,京东在使用“震虎价”时,是否存在攀附或借助途虎知名度进行市场推广的意图。此外,“震虎价”名称是否明显模仿“途虎”名称的音形义也是考量因素之一。如果法官认为这种模仿行为足以让消费者误认为两者存在某种关联性,则不正当竞争的可能性较高。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼认为,判断经营者的行为是否构成虚假宣传及商业诋毁,主要是从4个构成要件进行分析认定:首先,经营者之间具有竞争关系;其次,行为人具有编造、传播虚假信息或者误导性信息的行为;第三,行为人的行为可能或者已经造成对他人商誉的损害;第四,行为人主观上具有损害竞争对手商誉的故意或者过失。

侵权将面临顶格赔偿

付勇勇认为,如果法院判定京东养车“震虎价”构成不正当竞争,京东养车可能面临的责任包括:立即停止侵权行为,京东养车需立刻停止“震虎价”品牌的使用,以避免进一步混淆公众;赔偿经济损失,途虎养车可要求京东赔偿因不正当竞争行为所造成的经济损失。赔偿金额一般依据途虎的实际损失、京东的获利情况以及法院的自由裁量而定;刊登声明消除影响,京东或许还需通过公开声明澄清品牌关系,消除市场混淆。

李曼表示,若途虎养车胜诉,京东养车将承担包括停止违法行为、赔偿损失在内的民事责任。

对于有关损失赔偿的数额,《反不正当竞争法》第十七条规定:因不正当竞争行为受到损害的经营者赔偿数额,按照其因被侵权所受到的实际损失确定;实际损失难以计算的,按照侵权人因侵权所获得的利益确定。经营者恶意实施侵犯商业秘密行为,情节严重的,可以在按照上述方法确定数额的1倍以上5倍以下确定赔偿数额。赔偿数额还应当包括经营者为制止侵权行为所支付的合理开支。经营者违反本法第六条、第九条规定,权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权

人因侵权所获得的利益难以确定的,由人民法院根据侵权行为的情节判决给予权利人500万元以下的赔偿。

企业应尊重品牌商标权

付勇勇表示,利用“名称”进行竞争本身并无不妥,因为合理的品牌名称或宣传语会吸引更多用户关注。但需避免不正当竞争嫌疑:一是避免混淆性模仿。企业在选择名称时,应确保与已有的知名品牌保持明显差异,避免让消费者误认为存在品牌关联。二是尊重品牌商标权。不要借用对方品牌标志性元素,如拼音、外形等,尤其是知名品牌的相似字样。三是合法合理的竞争策略。企业可以通过优化产品、提升服务获得市场,而不是以近似名称或低价策略模仿对手获取关注。

“这种商标纠纷也反映了在商业竞争中的品牌保护意识。企业在创建品牌和宣传口号时,应慎重评估可能产生的法律风险,并重视品牌的独特性,以维护公平的市场秩序。”付勇勇说。

李曼认为,利用“名称”进行竞争是商业实践中常见的营销策略,但是被用在商业营销中的“名称”往往带有贬损性或误导性,如满足上述构成要件,可能存在被认定为不正当竞争行为的风险。因此,如需利用“名称”进行竞争的商业行为,必须在法律允许的范围内进行。



近日,海油工程天津智能制造基地二期工程在天津滨海新区正式投产,标志着国内首个海洋油气装备“智能工厂”全面建成。

据了解,海油工程天津智能制造基地占地面积约57.5万平方米,分两期进行建设,一期工程于2022年6月投入运营,二期工程于2023年7月开工建设。二期工程投产后,基地4个智能生产车间、8个生产辅助中心、16个总装工位及适合大型船舶停靠的码头等核心设施全面建成,生产能力可实现翻倍。

左图:海油工程天津智能制造基地(无人机照片)。右图:工作人员在海油工程天津智能制造基地制管作业车间调试一款焊接机器人。

新华社记者 赵子硕/摄

