

推动协定红利持续释放

全国贸促系统已签发RCEP项下原产地证书超20万份

新华社北京4月26日电 记者从中国贸促会26日举行的例行新闻发布会上了解到,2022年1月至2023年3月,全国贸促系统签发RCEP项下原产地证书20.17万份,涉及出口金额84.1亿美元,预计为我国产品在RCEP进口成员国减免关税约1.26亿美元。

2022年1月1日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效实施。中国贸促会新闻发言人王琳洁说,自RCEP实施生效以来,中国贸促会指导和支

持各地、各行业和广大企业抢抓机遇,扩大与RCEP成员国的贸易投资合作,推动协定红利持续释放。目前全国贸促系统共举办RCEP各类论坛和培训200多场,惠及数十万人次。

“随着RCEP即将对15个成员国全面生效,RCEP原产地证书受到越来越多企业的欢迎,也为我国外贸企业‘出海’稳订单拓市场带来了实实在在的好处。”王琳洁说,今年一季度,全国贸促系统RCEP原产地证书签证金额共计16.39亿美元,同比增长46.76%;签证份数共计4.57万份,同比增长

105.54%。

今年1至3月,全国贸促系统累计签发原产地证书、ATA单证册、商事证明书等各类证书133.63万份,较上年同比增长11.32%。

“从一季度全国贸促系统商事认证数据看,我国外贸进出口呈现开局平稳、逐月向好的发展态势。我国外贸经营主体的活力显著增强,‘一带一路’沿线国家、RCEP成员国成为外贸新的增长点。相信随着我国经济运行持续整体好转,外贸向好势头有望进一步延续。”王琳洁说。

五部门发文要求 做好网约车聚合 平台规范管理工作

新华社北京4月26日电 记者26日从交通运输部获悉,为做好网约车聚合平台规范管理工作,交通运输部办公厅、工业和信息化部办公厅、公安部办公厅、国家市场监督管理总局办公厅、国家互联网信息办公室秘书局近日发布关于切实做好网约车聚合平台规范管理工作有关工作的通知。

根据通知,各地有关部门要加强对网约车聚合平台经营行为的监督指导,不得接入未在当地取得网约车经营许可的网约车平台公司,提供服务的驾驶员和车辆均应办理相应网约车许可。

通知指出,要督促网约车聚合平台在APP及相关网页显著位置展示合作网约车平台公司名称、网约车APP名称、网约车经营许可、投诉举报方式等信息。督促网约车聚合平台及合作网约车平台公司如实向乘客提供车辆牌照和驾驶员基本信息,及时妥善处理乘客和驾驶员的咨询投诉。乘客因安全责任事故受到损害并要求网约车聚合平台承担先行赔偿责任的,网约车聚合平台要承担相关责任。

通知要求,对存在违法违规行为的网约车聚合平台及合作网约车平台公司要公开曝光。要督促落实明码标价等要求,网约车聚合平台不得干预网约车平台公司价格行为,不得直接参与车辆调度及驾驶员管理。

通知强调,各地交通运输主管部门应主动定期公开本地网约车平台公司经营许可发放情况。网约车聚合平台及合作网约车平台公司按照有关规定,向网约车监管信息交互系统实时传输有关网约车运营信息数据。要严格数据安全保护和管理,采取有效措施防止驾驶员、约车人和乘客等个人信息泄露、损毁、丢失。

业内人士认为,网约车聚合平台不直接指派驾驶员和车辆,不参与网约车平台的价格制定,因此,网约车聚合平台提供的服务只是信息服务。网约车平台直接使用车辆和驾驶员,并提供客运服务,应当承担承运人责任。

近年来,网约车聚合平台发展迅速,为出行服务提供了新的选择。

亲子共相伴 运动乐无边

4月27日,在济南市市中区山望幼儿园,家长和儿童在做亲子互动游戏。

当日,山东省济南市市中区山望幼儿园举行“亲子共相伴 运动乐无边”亲子运动会,孩子们在亲情呵护下体味运动带来的欢乐。

新华社发



土特产上“云端” “新农人”成主播

——“数字”助力福建乡村产业振兴

“只要我们抓住电商的风口,大山里的土特产也可成为‘网红’产品,我们‘新农人’也能成为‘网红’。”在直播间里推销菌汤包的田小宇说,她的抖音号“小田姑娘专营店”已拥有400多万粉丝,去年直播带货销售额超过3亿元。

大学毕业后,田小宇跟着丈夫回到了福建省宁德市屏南县罗沙洋村,一个大山里以种植菌菇为主的村落。鉴于当地村民打不开菌菇销路,田小宇萌生了直播带货的想法。

学习直播的过程并不容易。田小宇说,为表达流畅,她时常要一遍又一遍地练习直播讲话。为确保每个镜头视觉最佳,她一个动作要练上几十遍。抖音直播间开播后,为了让网友们了解菌菇,她对菌菇种植进行了全程跟踪,带着网友们参观菌菇的生长环境、村里的菌菇大棚和菌菇采摘的过程。如今,她的一场直播能卖出60多万包菌菇。

当乡村搭上网络直播的快车,藏在深山的土特产驶向更广阔的市场。记者在福建采访了解到,一大批“新农人”化身主播,利用网络直播、短视频推介农村美景和土特产,

带活了山里经济。

对龙岩市连城县的杨天吉来说,一口客家米酒的滋味就是记忆中的乡愁。因此,当了解到家乡的客家米酒面临本地无人传承、外地无人知晓的困境时,他辞去工作回到家乡,与老师傅一起把传承当地米酒制作技艺当成事业来做。

为了让客家米酒走出大山,杨天吉创立了“酒狐”品牌,通过电商平台扩大销量。抖音直播间里,木架上摆满鲜榨米酒作为背景,主播杨天吉向观众介绍客家米酒的历史故事和创新口味。

“现在每天能接一两千单,营业额超过5万元。”杨天吉说,他还带动家乡的亲朋好友将姜糖、地瓜干、白鸭等土特产搬进直播间。有网友购买后写下“满满的故乡味,赞”的留言评论,让杨天吉更坚定了将米酒酿造工艺和文化传承下去的决心。

目前在福建,“销农货,找电商”已成为许多村民的共识,越来越多的土特产融入电商链条,直播带货成为农民增收的新风口。

“傍晚是一天中最忙的时候,忙着打包发货。”记者找到漳州市云霄县的“枇杷姐姐”吴素华时,她正被

几百个待发包裹“包围”着。

吴素华所在的梭树村种植了枇杷1500多亩,年产枇杷150万公斤。几年前,吴素华开始直播带货,帮助村民销售枇杷,被村民们亲切地唤作“枇杷姐姐”。

“授人以鱼不如授人以渔。”吴素华说,她正在开展电商销售培训,让更多的乡亲掌握电商销售方法,把家乡的枇杷果、枇杷膏、枇杷花茶、枇杷酒等销往全国各地。

在闽北武夷山,许多人都知道这里有一位深山里的“网红”沈枝丹。她以“乡愁”为昵称发布农村生活视频,在抖音平台吸引近2400万粉丝关注。“我是大山的女儿,农村成就了我,我也将扎根在农村。”在她的直播间里,挂着从村民手中收购的茶叶、豆腐乳、笋干等土特产。

为了更好地推动农村的土特产出村进城,近年来福建实施了“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程。2022年,福建开展农产品相关电商直播12.1万场,全省农村网络零售额达2588亿元,其中农产品网络零售额为454.6亿元,同比增长27.3%。

新华社福州4月27日电