

政策送东风 发展正当时

——专家解读《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》

在今年冬季的第一个节气立冬即将到来之际，国务院办公厅日前印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》(以下简称《意见》)，为即将到来的冰雪季送来政策东风。

冰雪产业相关专家认为，《意见》高屋建瓴，有的放矢，相关举措直面冰雪产业发展面临的痛点、难点、堵点问题，为冰雪运动、冰雪产业的下一步发展指明了方向。

冰雪产业发展迎来提档升级

《意见》共提出8个方面24条举措，无论是持续推动冰雪运动发展、完善冰雪经济产业链条，还是完善基础设施和配套服务、促进和扩大冰雪消费，各条举措目标明确，指向性强。

在中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄看来，《意见》的亮点之一是给冰雪运动和冰雪产业的转型升级指出了方向。

“过去一个时期，我国冰雪产业实现了快速增长，在供给侧和需求侧解决了从少到多的问题，现在这个阶段是解决冰雪产业转型升级、高质量发展的关键问题。”王裕雄说。

国家体育总局“十四五”时期体育决策咨询专家、清华大学教授王雪莉认为，《意见》抓住了一个非常重要的关键词，就是“全产业链”。

《意见》的第三部分“完善冰雪经济产业链条”，从促进冰雪经济区域协调发展、传承发展冰雪文化、推进冰雪装备器材产业高质量发展、优化发展冰雪旅游四个方面提出了具体举措。

“从冰雪文化到冰雪旅游到冰雪装备，这里既包含了制造业，也包括了服务业，更重要的是把冰雪文化也纳入到全产业链中。”王雪莉说，运动文化是一个很重要的发展基础，对相关项目文化的推广、宣传、传播，有利于促进冰雪经济的全产业链发展。

王裕雄表示：“《意见》鼓励各地形成一大批融合性的业态，通过融合冰雪旅游、冰雪文化，来提升改造传统的冰雪经济产业，提升冰雪运动的附加值。”

政策送暖直面具体难题

国家体育总局副局长李静在政策例行吹风会上表示，《意见》在设施和服务方面提出了两方面措施，包括加强冰雪场地设施建设，提升配套服务水平。在要素保障方面，从

加强冰雪人才队伍建设、加大金融支持力度、强化冰雪用地保障3个方面提出了具体举措，夯实冰雪经济基础。

王雪莉对强化冰雪经济要素保障的提法印象深刻。“虽然‘带动3亿人参与冰雪运动’的目标已经实现，但整体来说，冰雪产业中的冰雪人才仍然短缺，毕竟我们原来的基础非常薄弱，而且人才培养需要周期。”

王裕雄说，冰雪产业属于资金密集型产业，而且资金回收周期较长、运营成本较高；《意见》提出要加大对冰雪企业信贷投放、有效降低冰雪企业融资成本等，对相关企业来说可谓“雪中送炭”。

“在供给侧，财政政策的支持能有效解决制约企业发展的痛点和难点。长期来看，还是要靠企业这一微观主体，根据市场环境，去创新、构建、培养商业模式。”王裕雄说。

王雪莉提到，过去在调研中也能看到，原有的政策与一些雪场在用地审批、使用、维护等方面的实践存在

着一些不适应；《意见》中对强化冰雪用地保障的提法，能够有针对性地解决一些冰雪产业发展过程中遇到的问题。

相关省区迎来发展机遇

《意见》提出构建冰雪经济“一区两带多节点”空间布局，即以内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、新疆为核心建设具有国际影响力的北方冰雪经济引领区，高质量建设京张体育文化旅游带和“冰雪丝路”，支持北京延庆、河北崇礼、黑龙江亚布力、吉林长白山、新疆阿勒泰和伊犁等地打造具有国际影响力的冰雪经济集聚区。

相关专家表示，《意见》四次提到内蒙古、吉林、辽宁三地，五次提到黑龙江和新疆，并非偶然。这些省区拥有冰雪旅游资源优势和冰雪文化底蕴，在促进当地将冬季旅游由淡季转为旺季方面，具有先天优势。

文化和旅游部资源开发司负责人宋奇慧表示，去年冬天以来，哈尔滨冰雪旅游火爆“出圈”，带动了当地

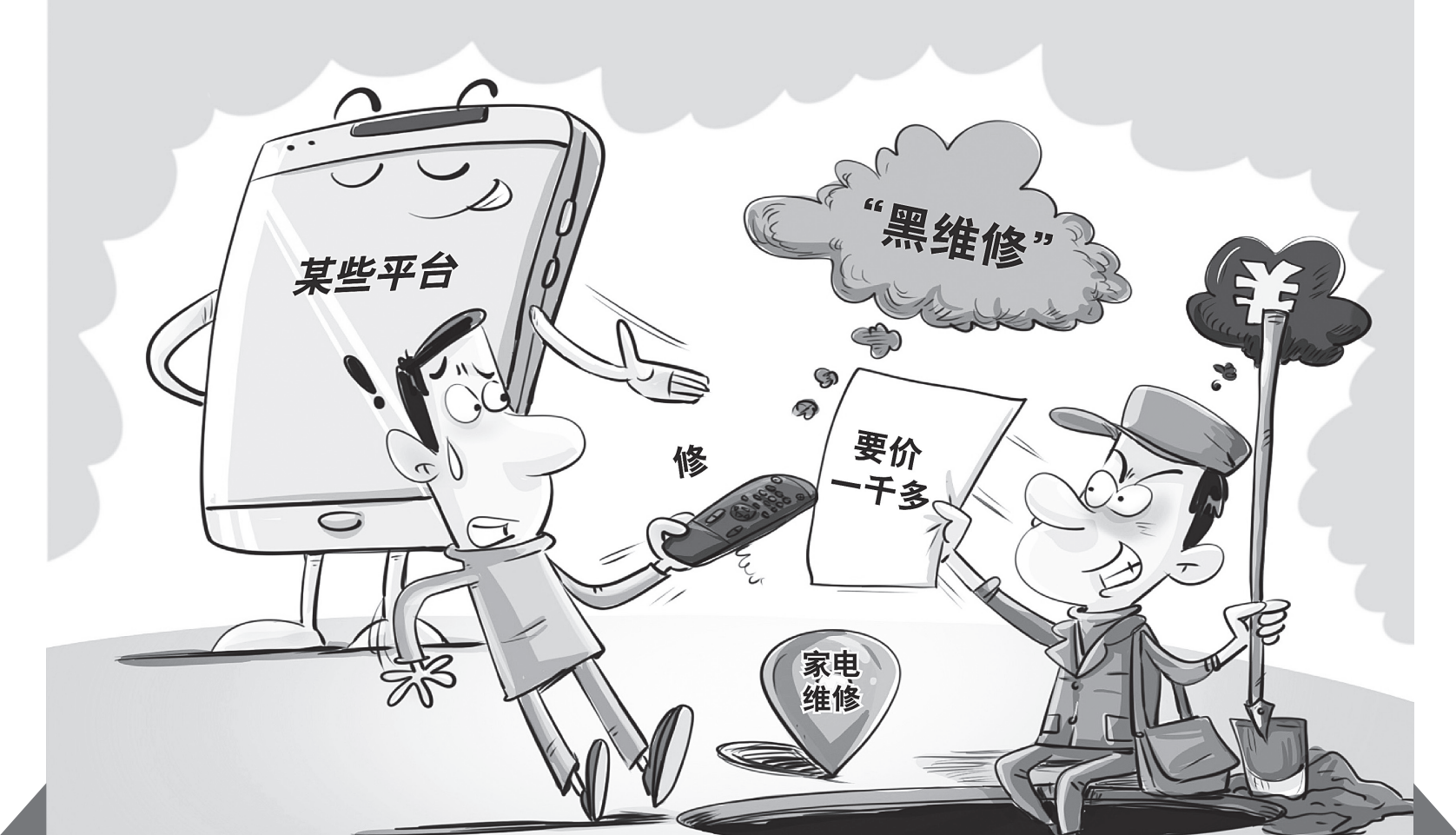
餐饮、住宿、娱乐、购物等相关产业的发展。2023—2024雪季，哈尔滨市共接待游客8700多万人次，同比增长300%，实现旅游收入1248亿元，同比增长500%，冰雪“冷资源”正在变成“热经济”。

王雪莉认为，冰雪经济对自然资源、气候都有明确要求，因此《意见》明确提出了某些省份要在冰雪经济发展中发挥更为重要的作用，这一做法非常务实。

沈阳体育学院经济学教授付宝森说，《意见》的发布，给包括东北三省、内蒙古、河北、新疆等地的冰雪经济都带来很好的发展契机。“马上进入冬季，各地都跃跃欲试，想要抢占先机。仅从辽宁来说，近几年在冰雪产业方面的投入逐年提高。”

王裕雄说，东北地区发展冰雪经济有资源禀赋、先天优势，如何把优势“变现”，把冰雪资源的生态价值，通过发展冰雪运动体现出来，需要进一步完善营商环境以及消费环境。

(据新华社)



修个遥控器一千多元 如何不落入“黑维修”陷阱？

近日有消费者反映，修理一个原价两三百元的电视遥控器，居然要价1700多元！如何寻找正规家电维修服务？需要留意哪些问题？记者采访了中国家用电器服务维修协会有关负责人和中国消费者协会有关人员。

平台应履行资质审核义务

家电出现故障，在网络平台寻找维修服务，是许多人的习惯。记者了解到，今年9月，上海市消保委针对某电子地图中家电维修入驻商户信息进行了现场核查，其中虚假信息占比超过40%。

中国家用电器服务维修协会副秘书长李凝介绍，消费者可通过多种方式查询正规家电维修企业：家电企业新产品上印有二维码，家电用户扫码查询；通过中国消费者协会“查验宝”小程序查询；通过家电品牌服务公众号、小程序、App查询；通过购买产品的渠道查询。

中消协律师团律师、中闻律师事务所律师李斌说，如平台以其名义对外宣称提供家电维修服务、对维修师傅的派单和收费都有决定权和管理职责，那么平台作为合同当事人，应对消费者承担相应的合同责任；如平台只提供信息发布、交易撮合、技术

服务，并不介入到交易中，仍应履行资质审核的义务。如果平台明知或应当知道入驻企业有侵害消费者权益的行为，仍然不制止、不屏蔽、不撤下链接、不采取相应的技术措施，那么平台也应承担连带责任。

有的平台企业借助互联网搜索引擎发布广告。李斌说，作为广告发布者的搜索引擎也负有一定的审核义务，如审核维修经营主体是否真实存在，有没有营业执照，是否得到品牌厂家的授权委托，广告内容是否合法合规等。

维修服务应明码标价

李凝介绍，根据《家用电器维修服务明码标价规定》，家电企业应向用户明示提供维修、安装等服务的收费价格。如通过公示栏、公示牌和收费价格手册等方式公示服务收费价格信息，上门服务前要主动向用户告知收费标准。服务完成后，应按约定付费，服务人员应出具合法票据并附结算清单。

根据国家规定，家电维修收费价格实行市场调节价，由家电企业根据服务成本核算服务收费价格。因此，价格由家电企业根据市场供求关系自主决定，但这不代表可以漫天要价。

李斌说，经营者应当明码标价，如提供所需更换零部件的费用清单以及上门费、检测费等收费标准，保障消费者依法享有的知情权和选择权。消费者也务必先询问收费标准，如果报价明显高于市场价格，比如两三百元的遥控器报价1700多元维修，远远超过了重置成本，不仅不符合市场规律，还可能涉嫌价格违法行为。

进一步完善 家电维修服务标准

“一个负面家电维修案例曝光后，可能会影响整个行业在消费者心中的口碑，需要有行业标准来约束，加强规范监管。”李斌说。中国家用电器服务维修协会

统计显示，我国家电服务业总体规模已达万亿元，其中售后安装、维修服务总体规模约4000亿元。家电产品保有量超过30亿台，维修服务有较大需求。

“家电产品不断推陈出新，售后服务也需要进一步完善。”李凝介绍，自2002年以来，中国家用电器服务维修协会已牵头起草了4项国家标准、24项行业标准、17项团体标准。2023年，协会经商务部批复成立家电维修行业标准化技术委员会，紧扣经济社会发展和家电维修业发展需要，进一步完善家电维修售后服务标准。

李斌表示，由于通过网络发布信息提供维修服务的经营主体众多，监管难度较大，如消费者发现被骗，应及时向市场监管部门投诉，有利于监管部门根据违法线索及时查处，还可以实施联合信用惩戒、曝光典型案例，倒逼家电维修行业依法合规经营。

(据新华社)

今年“双11”网络促销已拉开帷幕。针对近期消费者反映某些应用软件不明链接跳转导致的相关消费问题，中消协11月1日发布消费提示，敦促经营者切实落实广告“一键关闭”，不得无底线收集消费者个人信息。

点击链接后强制跳转

某些应用软件中，弹窗提示消费者付费提升音质品质等服务质量，点击后却显示更高价位套餐或续费会员；弹窗提示低价的内容，点击付费链接后，页面却以不明显、较小字体勾选了“将以正常价格自动续费”。

中消协有关负责人表示，消费者点击链接后跳转的界面与消费者的点击意图不符，是某些平台经营者不顾消费者需求而强制弹出无关链接的行为，损害了消费者自主选择权。尤其是在点击付款链接后，其实质付款内容与链接描述不符，启动弹窗欺骗诱导消费者，不仅违背消费者真实意愿，还有可能进一步导致消费者损失。

植入广告链接或无关链接

某些应用软件在开启页面推送广告时，没有关闭选项按钮，需要计时才能关闭或者默认手机晃动直接打开广告链接；某些购物软件或购票软件需要转发他人助力，点击链接后反复跳转到购物、返现等无关页面，且难以回到初始页面；某些阅读软件强制要求观看视频广告；个别支付软件利用领取优惠券，诱导点击弹出与本次支付服务无关链接。

中消协有关负责人表示，不论是强行弹出无关链接，还是无序设置弹出、难以实现永久关闭，都给消费者带来很大困扰。根据广告法、互联网广告管理办法，应用软件推送的广告链接不管以什么形式导致消费者无法一键关闭，都违反了法律法规的相关规定。平台经营者的互联网广告链接弹出应当探索良性发展模式，而不是以无视法律规定、牺牲消费者权益的方式牟取不当利益。

链接对个人信息进行过度索取

某些购物软件对消费者个人消费习惯进行分析，推送消费者可能感兴趣的购物链接，将推送信息狭窄化、标签化，形成“信息茧房”。

中消协有关负责人表示，根据个人信息保护法有关规定，应用软件无底线收集、搜索、分析消费者的上网行为数据，量身定制广告链接，强制提供个性化服务并进行精准推送，是对消费者点击习惯、兴趣爱好、网络跟踪的不法收集和高度聚焦分析。这涉嫌滥用消费者信息，限制了消费者视野和自由选择。

中消协建议，经营者遵守法律规定承担应尽义务和责任，保障消费者的知情权、选择权和隐私权。建议监管方建立完善、科学、合理的管控机制，针对不明链接跳转问题进行整治。

(据新华社)

不明链接跳转何时休

中消协敦促广告“一键关闭”