

# 习近平和俄罗斯总统普京共同访问“海洋”全俄儿童中心

新华社符拉迪沃斯托克9月12日电 国家主席习近平12日在符拉迪沃斯托克同俄罗斯总统普京一起访问“海洋”全俄儿童中心。

习近平抵达时,受到普京热情迎接。两国元首参观反映当年中国地震灾区儿童在俄罗斯疗养情景的图片墙后,共同前往剧场,出席“海洋”全俄儿童中心接待汶川地震灾区儿童10周年纪念仪式。

在热烈的掌声和欢呼声中,两国元首分别发表讲话。

习近平指出,中俄是山水相连、同舟共济的好邻居、好伙伴,两国人民守望相助、患难与共,谱写了许多感人故事。2008年中国汶川特大地震发生后,俄方救援队第一时间赶赴灾区救援。应俄罗斯政府邀请,996名灾区中小学生来到“海洋”全俄儿童中心疗养,收获了终生难忘的“海洋”记忆。中俄关系发展史,也是两国青少年密切交往的历史。近年来,

中俄青少年交流日益密切,增进了相互了解和友谊。

习近平强调,青少年是国家的未来,是中俄友好的未来,是世界的未来。希望两国青少年一代珍惜青春,刻苦学习,积极进取,早日成为国家栋梁之材;加强交流,互鉴共进,齐心协力,做中俄友好事业接班人,让中俄世代友好的伟大事业薪火相传、生生不息;努力参与不同文明交流对话,为构建人类命运共同体贡献青春、智慧和力量。最后,习近平邀请中心教师和师生到中国做客,续写友谊新篇章。

普京表示,俄中已经形成相互信任、相互合作的友好关系。两国青少年友好交流将为两国关系奠定更加坚实基础,对俄中关系未来非常重要。我们有相互邀请对方青少年到本国疗养的传统。希望俄中青少年一代能把两国人民深厚传统友谊传承下去,发扬光大。

现场播放的视频片将两国元首和观众带回10年前大爱无疆和爱的海洋的日日夜夜。当地学生表演了热情洋溢的俄罗斯民间舞蹈《卡林卡》。当年在“海洋”中心疗养的少年如今已长大成人,他们中的代表今天重返曾给予过他们关爱的地方,和中心教职工合唱《感恩的心》,歌声中抒发了对爱的报答和对友谊的珍爱。2008年汶川地震后在中心疗养的席凌斐讲述了他和“海洋”中心的深厚情缘:当年,他在纸条上许下长大后来俄罗斯读书、为中俄友好做贡献的心愿,装有这一纸条的漂流瓶在大海漂流4个月后又回到“海洋”中心工作人手中。现在,他已经如愿以偿,成为远东联邦大学一名大四学生,当年的愿望已经成真。随后,来自中俄两国的青少年代表和中心教职工代表共同宣读《中俄青少年世代友好宣言》,誓言“团结协作,维护世界和平与发展,携手将中俄睦邻友好

世代相传,推动世界迈向更加美好的明天”。中心教职工还献上了充满活力的舞蹈《我们正年轻》。演出在全场齐唱中心园歌《“海洋”之歌》中落下帷幕。

习近平和普京来到教学楼,欣赏中国地震灾区儿童在中心疗养时制作的手工艺品,看望灾区青少年代表和当时参与接待工作的中心教职工代表。两国元首的到来使他们激动不已。两国元首同他们亲切交谈,高度评价中俄人民的深情厚谊,勉励大家做两国人民友谊的使者。普京对青少年代表说,今天我和习近平主席来到你们中间,意义重大,特别珍贵,2008年我们像对待亲人一样接待你们。现在你们眼中涌动的泪花,再一次证明我和习近平主席孜孜不倦所做的努力取得了成效,也反映出俄中两国人民巩固深化两国友谊的美好愿望。

习近平指出,今天的活动极为

不平凡,体现出中俄人民间的大爱已经生根、发芽、开花、结果。中国有句话,“滴水之恩,当涌泉相报”,而这里是“海洋”,你们要以无限的爱回报俄罗斯人民,回报自己的祖国。现场青少年和教职工听着两国元首的话,频频点头,热泪盈眶。他们纷纷表示,不会辜负两国元首期望,做国家的栋梁和中俄友谊的传播者。

“海洋”全俄儿童中心是隶属于俄罗斯联邦教育部的四个儿童中心之一。2008年中国汶川地震发生后,受俄罗斯政府邀请,来自中国四川、甘肃等灾区的近2000名儿童先后来到中心疗养。2013年,四川雅安地震发生后,来自灾区的299名儿童受邀到中心疗养。

丁祥祥、杨洁篪、王毅、何立峰等参加有关活动。

## 电商进村 行销天下

(上接第1版)与70多家本地生产企业和专业合作社签订了网上销售协议,成立农副产品产销联盟。2017年,东方伟达和金城乐购分别实现电商销售2000万元、400万元,有力地促进了我市农产品销售。今年,钟祥市供销社联手进鑫集团,组建了5000平方米的电商孵化器基地,已先后孵化电商企业102家,成为钟祥农产品销售的一支生力军。

为充分发挥好供销社在推进农村电子商务工作中的主导作用,我市制订了《市供销社

2018年促进农村电子商务发展实施方案》,启动了电子商务进农村建设工程。以东方伟达为龙头,以东方百货乡镇连锁店、1286个村级综合服务社和村党员群众活动中心为载体,加快实体店和电商平台相结合的农村电子商务服务站建设步伐。截至目前,全市系统发展农村电商服务站622家,其中,东方伟达建立农村电商服务站550家,在贫困村建站54家,占全市贫困村的25.7%。京山市社与金瑞物流合作,在村级综合服务社建立“村掌柜”72家。

### “村掌柜”的“微故事”

仙居的酱料、栗溪的熏肉……千万个“村掌柜”的“微故事”,每天在荆门各地上演。为毋庸置疑,物流贯通尤为重要。

东宝区作为全省电子商务进农村试点县和全市农村电商起步最早的地区,2015年下半年农村电商发展迅速,东方伟达电子商务公司在该区依托村级综合服务社建有47个村级电商服务站,但成效不明显。半年时间网上销售过5000元的服务站不到三分之一,销售产品以电器为主,一半以上站点沦为摆设,未实现零的突破,几乎无本地农产品在线销售。

实施“快递下乡”工程,解决农村快递发展滞后的问题。我市在东宝区开展试点,进行探索。目前,该区七个乡镇建立了6家快递中转站,日均收发快件300件以上。

据统计,在荆门城区从事快递业务的企业有17家之多,东宝区供销社选择几家知名企业进行了谈判,要求降低押金数额,首单售出桃子1500余箱,合计1万余斤,销售额8万多元,90%以上销往北上广深等大城市,单高出本地3元。

已从事快递业务的业主进行宣传。2016年4月12日,东宝供销社子陵快递中转站挂牌,整合了中通、申通、韵达等7家快递企业。随后仙居、栗溪、马河等乡镇相继挂牌。其中,仙居站共整合了15家快递企业。

虽然乡镇快递中转站建立迈出了快递下乡实质性一步,但要真正方便老百姓,必须快递到村。

今年,我市在子陵镇试点,通过四种方式实施快递进村,即中转运站送下去;由“村村通”客车司机带下去;村级服务社业主到中转运站取;社会车辆承包送件,村民到村级综合服务社领取。村民发快件则由村级综合服务社受理,同样按四种途径返回中转运站,发往各地。目前,仙居站已在全乡3个农村小集镇设立了接受点,方便群众收发件。

仙居站业主陈强在做好中转站的同时,更利用中转站的便利牵头成立了醉美居果树种植专业合作社。2016年5月网上销售出桃子1500余箱,合计1万余斤,销售额8万多元,90%以上销往北上广深等大城市,单高出本地3元。

### 打通“最后一公里”

农村电商,不单单只是销售农副产品,农资也涉及其中。2015年1月,市供销社与江苏和盛农资连锁有限公司合作,共同投资组建了荆门和盛农资连锁有限公司,培育起全市农资经营龙头企业,与全国最大最权威的、国家农业部唯一参与的农资电商平台——“农一网”联合,实施农资“互联网+”计划。通过“实体店+电商”形式,以“农一网”工作站及和盛农资连锁实体店配送服务为载体,建立线上线下农资配送、农技服务网络,做到线上下单、门店配送,打通农资电商“最后一公里”。

与此同时,按照统一规范的标准,与新型庄稼医院建设同步实施,通过开展网上诊断、技术咨询和测土配方等系列服务,打造“智慧农资”。2015年12月,市供销社与江苏和盛公司联合举办了“农资连锁+互联网高峰论坛暨和盛农资连锁华中店长冬训营”活动,共吸引150多名来自全国各地的农资经销商和相关企业负责人参加,国家、省、市多家媒体对这次活动进行了跟踪报道。会议推介了荆门和盛农资连锁有限公司的成功经验,和盛农资连锁模式得到业界

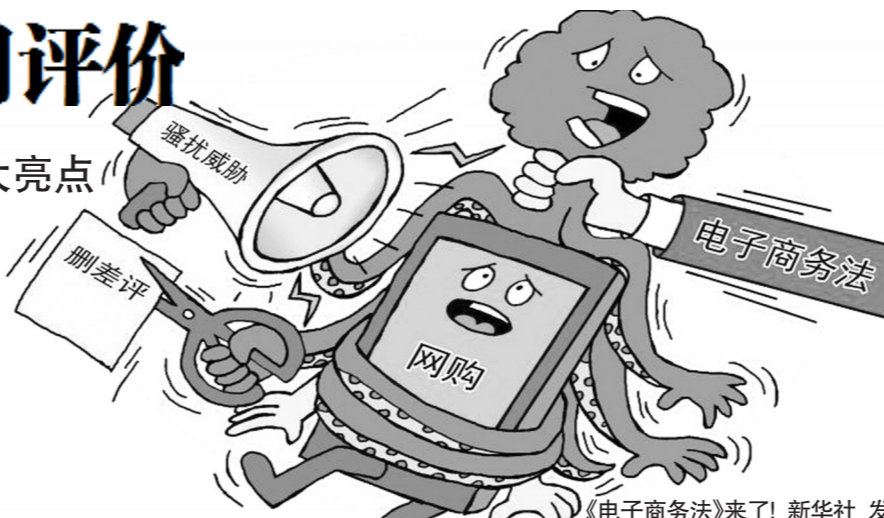
普遍认同。按照“可控制、可复制、可持续”的要求,截至目前,全市系统发展集和盛农资连锁实体店、农一网工作站于一体的农资连锁店43家,农村会员近8000户。

通过这些举措,大大方便了农民购物发送,积极推动了农产品进城,有力促进了农村电商良性发展。2017年4月10日,供销社集团项目中线调研组到我市调研指导供销社电子商务发展及东方伟达电子商务惠民工程项目建设工作,对我市供销社发展电子商务的做法给予肯定。12月11日,湖北省人民政府办公厅《政务要情》(第275期)以《荆门市东宝区积极打通农村物流“最后一公里”》为题,推介了东宝区供销社发展农村物流的做法。近年来,江苏扬州、湖南娄底、常德和荆州、十堰、武汉等地供销社先后到荆门学习考察我市供销社发展农村电商的经验。

众多的实例佐证了荆门农村电子商务发展得如火如荼。荆门农村电商把金山银山转化成现实的财富,让更多的农民、更多的家庭迈向致富奔小康的大道,引领农村经济发展模式新的变革。

## 微商和网络信用评价

——聚焦《电子商务法》两大亮点



《电子商务法》来了! 新华社 发

微商等电商形态纳入监管,利好差评将受重罚,平台责任被强化……8月31日,十三届全国人大常委会第五次会议表决通过《电子商务法》。自此,规范电子商务行为,保障电子商务各方主体合法权益有了一部专门法,这也是我国电商领域首部综合性法律。其中,针对备受各方关注的微商和网络信用评价,电子商务法举起法律之盾,既强化规范又明确保障,成为两大立法亮点。本文聚焦这两大亮点,梳理新法律对微商行业的有序规范,解析新规定对百姓生活的切实保障。

**亮点一:**本法所称电子商务经营者,是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织,包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

**亮点二:**电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度、公示信用评价规则,为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。

### 微商终结野蛮生长

面膜、减肥药……近年来,朋友圈等社交媒体平台逐渐成为电子商务新的集散地。《2018中国社交电商行业发展报告》显示,2018年中国社交电商市场规模预计达到11397.78亿元,从业者规模预计达到3032.6万人。

由于入门门槛很低,微商曾一度处在监管盲区,伪劣产品泛滥、售后服务缺失、涉嫌

非法传销等问题饱受消费者诟病。据中国消费者协会统计,2017年全国消协组织共受理远程购物投诉约4.1万件,其中以微商为代表的个人网络商家成为投诉热点。

《电子商务法》把微商列入电子商务经营者范畴,对主体登记、依法纳税、保护消费者合法权益等作出规定,将成为微商行业结束野蛮生长、走向健康规范的拐点。

### 微商乱象丛生 监管一度缺失

近日,山西太原的李女士从朋友圈微商手里购买了一款“减肥针”,使用一段时间后,她发现实际效果与宣传不符。经上网查询,李女士发现这款“减肥针”并无任何销售资质,也因效果不佳被不少网友吐槽。当她向卖家提出退货时,却发现自己已被对方拉黑。

记者调查了解到,由于微商多数没有实体店、无营业执照、无信用担保、无第三方交易平台,缺乏有效约束和资质认证,工商部门难以介入处理,一旦发生纠纷,卖家可能直接删除好友或更换账号,消费者维权难度大。

此外,一些微商的销售模式,已经涉嫌传销。一位在朋友圈卖面膜的微商向记者透露,他们的代理层层叠叠,组织化趋势明显,“我们每月的业绩并不以销售多少产品来

算,最重要的是看发展了多少‘下线’。”有专家指出,如果微商平台的人员计酬和返点是邀请加入的人员数量为基础,那么就符合传销的本质特征。

“和传统的电子商务模式相比,微商存在种类繁多、隐蔽性更强、商务关系不典型等特性,而且卖家大多是个人,依靠社交关系和特定的渠道传播。这些都成为监管和治理新难题,包括如何锁定当事人,如何界定其经营的性质和交易额,如何区分不同平台的责任和义务,如何取得有效的证据等。”中国电子商务协会政策法律委员会副主任阿拉木斯认为,在治理网络空间时存在的跨地域、虚拟性等难点,使得微商治理成为我国互联网与电子商务治理中新的挑战。

### 纳入法律监管 维权有法可依

近年来,为整治电商乱象,我国出台了若干相关法律法规,以保护消费者的合法权益,如修订《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》,出台《侵权责任法》《网络交易管理办法》,以及颁布《网络安全法》等。

然而微商是否适用于这些法律法规,一直有着不小的争议。

《电子商务法》第九条规定,本法所称电子商务经营者,是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织,包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

至此,微商作为电子商务经营者在法律上被明确。《电子商务法》中,对于电子商务经营者规定了多项义务,从依法纳税、主体登记、

开具发票,到按照约定退还押金、保护知识产权、保障消费者数据安全和交易安全、保护消费者合法权益等,覆盖电商经营活动的方方面面。这些规定实施后,微商等所有电子商务经营者的经营活动将得以进一步规范,各方权利义务将得以进一步明确。”阿拉木斯说。

为进一步规范微商行业,促进其健康发展,商务部中国国际贸易电子商务中心于去年开展“微商企业信用认证”工作,包括微商企业信用认证、微商诚信身份认证和微商产品追溯三部分,消费者可以在商务部中国商务信用平台和全国人员诚信信息查询平台进行查询。

如何界定微商中不同功能平台的责任和义务,或者分工不同的平台之间如何分担义务和责任……阿拉木斯建议,对这些问题予以细化规定,有助于进一步规范微商管理、保护消费者权益。

### 拒绝刷单炒信陷阱

“亲,给个好评可以获得5元返利。”不少在网上购物的消费者,会在包裹里看到这样的小卡片。通过网络水军刷单炒信,似乎也成了电商行业内外“公开的秘密”。

网购之前,根据购买评价决定是否下单,是大部分人的习惯。这也导致部分商家在用户评价上动起歪脑筋,试图通过刷好评、删差评等方式,提升自己店铺的信用水平。

### 推广好评有猫腻 刷单已成产业链

湖北武汉的吴倩倩酷爱网购,最近在某电商平台根据高销量和99.9%的好评率购买了“网红”吹风机。收货后却发现实物与好评内容严重不符。她按使用的真实感受给了吹风机差评,几天后却发现,自己的评价被删掉了。

除了被卖家擅自删除差评外,一些商品下面的好评大多也是卖家找专业团队“刷”出来的。近日有媒体报道,一种在网上专门收购用户商品评价的行业悄然兴起。用户将自己未评价的商品链接发送到一个APP,系统瞬间就能反馈给用户一段100多字的评论以及几张图片。随后,用户将自动生成的评价图文复制粘贴到商品评价中提交,并截图保存,再通过APP提交给收购者审核。审核通过后,用户即可收到收购者的佣金,一条评价的金额在2—5元不等。

### 平台责任更明确 惩治力度待加大

去年6月,全国“刷单炒信入刑第一案”宣判,嫌疑人李某某通过创建平台、制定刷单炒信规则与流程、组织会员刷单炒信,进而提升电商平台店铺的销量和信誉,欺骗买家,从中牟利超过80万元,被判处有期徒刑五年九个月,并处罚金92万元。

有专家指出,以往的一些法律针对电商经营中不实评价问题的表述较为零散,不够系统,惩治力度也不够,违法成本远低于违法收益,缺乏约束力和执行力。

《电子商务法》第十七条规定:电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。同时,第三十九条明确规定,电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度、公示信用评价规则,为消费者提供对平

内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。

“《电子商务法》不仅对电商有所约束,平台也承担相应的补充责任。除了罚款外,《电子商务法》还补充了记入信用档案的制裁手段,将恶意操纵评价的平台和电商纳入黑名单,让其一处失信,处处受限。”刘俊海说。

刘俊海建议,由于刷好评等行为涉及不正当竞争,还可补充适用反不正当竞争法、消费者权益保护法、侵权责任法等相关法律。政府部门应进一步细化法规政策,社会机构和消费者应加大监督,携手遏制不实评价,合力杜绝炒信之风,共同净化市场环境。

(据人民日报)

## 秋收全靠众人帮

(上接第1版)9月4日下午,大家把晒好的粮食装袋归仓。2小时后,1万多公斤粮食整整齐齐地堆放在黄何金家中。

“水稻收了,等他回来就可以卖粮了。”村民官德银带着满身灰尘和额头的汗水高兴地说。

“远亲不如近邻,谁有困难

大家都会帮。”

……

“这几天,我们急得不行,但又抽不开身。幸好有你们,要不然谷子要烂在田里。实在是太感谢了!”接到电话得知这一消息的黄何金激动万分,连声道谢。