



贯彻落实中央经济工作会议精神·出实招、办实事、求实效

多措并举稳定就业局势 深化社会保障制度改革

人力资源社会保障部负责同志就贯彻落实中央经济工作会议精神接受采访

新华社北京1月13日电 1月10日下午,人力资源社会保障部负责同志就贯彻落实中央经济工作会议精神接受了人民日报记者李心萍、新华社记者叶昊鸣、经济日报记者韩秉志的联合采访。

记者:中央经济工作会议将稳就业摆在“六稳”工作的第一位,凸显了做好就业工作的重要意义。请问如何看待当前就业形势?

人力资源社会保障部负责同志:习近平同志多次强调,就业是最大的民生。刚刚过去的2018年,各地区、各部门认真贯彻落实党中央、国务院关于就业工作的决策部署,扎实工作、努力奋进,就业工作取得积极进展,就业目标任务圆满完成,就业局势保持总体稳定。具体可以从三个方面来看:

一是新增就业情况较好。2018年城镇新增就业达到1361万人,同比增加10万人,已连续六年超过1300万人。二是失业率保持在低位。年末城镇登记失业率为3.8%,降至近年来的低位。三是岗位供给总体大于求职人数。根据100个城市的统计数据,2018年求人倍率(招聘岗位数与求职人数的比值)始终保持在1以上,四季度为1.27,表明1个求职者对应着1.27个就业岗位,岗位数量供大于求。

在经济增速放缓的情况下,我国就业形势总体平稳、稳中有进,不仅有力支撑了经济发展基本面,保障和改善了民生,也对维护改革发展稳定大局发挥了重要作用,成绩来之不易。根本在于以习近平同志为核心的党中央坚强领导,在于习近平新时代中国特色社会主义思想的科学指引。同时,得益于经济发展拉动就业的能力不断增强,得益于改革红利的持续释放,得益于积极就业政策效应的进一步发挥,也离不开社会各界的关心支持和广大劳动者的拼搏奋斗。

同时也要看到,我国依然是世界上人口和劳动力最多的发展中国家,解决就业问题具有长期性、艰巨性、复杂性。

记者:2019年在稳就业方面有哪些重点举措?

人力资源社会保障部负责同志:2019年,我国的就业总量压力不减,需要在城镇就业的新成长劳动力仍然保持在1500万人以上。

人力资源社会保障部 2019年在稳就业方面有哪些重点举措?

1月10日下午,人力资源社会保障部负责同志就贯彻落实中央经济工作会议精神接受了记者采访

人力资源社会保障部负责同志:

2019年,我国的就业总量压力不减,需要在城镇就业的新成长劳动力仍然保持在1500万人以上。特别是高校毕业生数量达834万人,再创新高。同时,结构性就业矛盾更加突出。各级人社部门将认真贯彻落实中央经济工作会议精神,突出一条主线,着力在四个方面下功夫,全力确保就业局势稳定

突出一条主线,就是突出实施就业优先政策这一主线,坚持把就业作为经济发展的优先目标,采取更加积极的就业措施,抓重点、调结构、守底线,推动实现经济发展和扩大就业的良性循环

重点在四个方面下功夫

- 一是在为企业减负增活力上下功夫
二是在突出重点群体精准施策上下功夫
三是在强化培训提高劳动者职业技能上下功夫
四是在保障权益兜牢底线上下功夫

新华社记者 陈聪颖 编制

上,特别是高校毕业生数量达834万人,再创新高。同时,结构性就业矛盾更加突出。中央经济工作会议针对今年的新形势新情况新变化,把稳就业作为“六稳”的首位,摆在突出位置,专门对做好就业工作提出明确要求。各级人社部门将认真贯彻落实中央经济工作会议精神,突出一条主线,着力在四个方面下功夫,全力确保就业局势稳定。

突出一条主线,就是突出实施就业优先政策这一主线,坚持把就业作为经济发展的优先目标,采取更加积极的就业措施,抓重点、调结构、守底线,推动实现经济发展和扩大就业的良性循环。

重点在四个方面下功夫:一是在为企业减负增活力上下功夫。企业有活力,就业就有保障。我们将加快研究降低社会保险费率

的实施方案。加大失业保险费返还的力度和幅度,对不裁员或少裁员的参保企业,可返还其上年度实际缴纳失业保险费的50%。提高创业担保贷款额度,将个人申请额度从10万元提高到15万元,小微企业申请额度从200万元提高到300万元。力争通过实质性措施为企业减负、增活力。二是在突出重点群体精准施策上下功夫。在做好上下就业工作的同时,突出重点,做好高校毕业生、农民工、退役军人等重点群体就业创业工作,实施有针对性的项目和计划,加强实名制管理和服务,组织开展春风行动等就业专项服务活动。三是在强化培训提高劳动者职业技能上下功夫。劳动者一技在手,终身受益。开展大规模职业技能培训,对培训合格的失业人员给予职业培训补贴,放宽企业职工申领技能补贴

做好“一促两稳三重点” 推动商务高质量发展

商务部部长钟山就贯彻落实中央经济工作会议精神接受采访

新华社北京1月12日电 1月11日下午,商务部部长钟山就贯彻落实中央经济工作会议精神接受了人民日报记者王珂、新华社记者于佳欣、中央电视台记者刘颖、经济日报记者冯其予的联合采访。

钟山表示,中央经济工作会议对做好新形势经济工作作了全面部署。商务部将深入学习贯彻中央经济工作会议精神,落实供给侧结构性改革“巩固、增强、提升、畅通”八字方针,落实“六稳”工作要求,着力做好“一促两稳三重点”,即促消费、稳外贸、稳外资,办好第二届进博会、妥善应对中美经贸摩擦,推进自贸试验区建设和探索自由贸易港等三项重点任务,促进形成强大国内市场,扩大全方位开放,推动由商品和要素流动型开放向规则等制度型开放转变,努力推进经贸强国建设,推动商务高质量发展。

记者:2018年消费升级步伐加快,同时消费增长承受一定压力。中央经济工作会议提出,促进形成强大国内市场。请问商务部2019年在促消费上将有哪些措施?

钟山:市场需求是全球稀缺资源,市场潜力大,成长性好是我国重要竞争优势。2018年,我国商品消费将突破38万亿元,增长9.1%左右,连续5年成为经济增长第一拉动力,稳步迈向第一商品消费大国。

2019年,商务部将从供给侧发力,继续深入实施消费升级行动计划:一是提升城市消费。加快首批11条步行街改造提升,推动便利店连锁化、品牌化发展,改造菜市场等社区商业网点,推动消费升级。二是扩大乡村消费。推动电子商务进农村、特色商贸小镇建设、农贸市场改造升级等工作,推动“工业品下乡、农产品进城”。推进电商、家政、对外劳务、产业和边贸五大“商务扶贫”,增加农民收入,带动农村消费。三是创新流通方式。优化升级千亿元商品交易市场,培育现代供应链,推动流通企业线上线下融合发展,促进供需有效衔接。四是发展服务消费。新建一批城乡便民消费服务中心,推动家政、餐饮等服务标准化,完善信用体系和产品追溯体系,让老百姓吃得放心、穿得称心、用得舒心,更好满足人民美好生活需要。

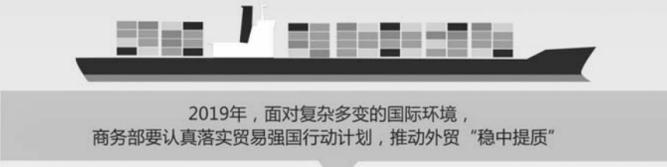
记者:2018年在异常复杂严峻的外部环境下,我国外贸仍然实现了较快增长。2019年将面临更多不确定性,稳外贸该如何发力?

钟山:2018年以来,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,商务部坚决贯彻党中央决策部署,推动外贸高质量发展。进出口创历史新高,前11个月达4.2万亿美元,增长14.8%,增量5400亿美元,超过我国2001

2019年商务部在稳外贸方面该如何发力?

1月11日下午,商务部部长钟山就贯彻落实中央经济工作会议精神接受了记者采访

钟山:商务部坚决贯彻中央决策部署,推动外贸高质量发展。进出口创历史新高,2018年前11个月达4.2万亿美元,增长14.8%,增量5400亿美元,超过我国2001年的进出口总额



2019年,面对复杂多变的国际环境,商务部要认真落实贸易强国行动计划,推动外贸“稳中提质”

一是深入推进“五个优化”

- 优化国际市场布局
优化国内区域布局
优化商品结构
优化经营主体
优化贸易方式



新华社记者 施耀珂 编制

二是抓好“三项建设”

- 建好外贸转型升级基地
支持国际营销服务网络建设
推进境外品牌展等贸易促进平台建设

三是发展服务贸易

- 推广服务贸易创新发展试点29条经验
建设数字服务、中医药等特色服务出口基地
提升服务贸易发展水平

年的进出口总额。高技术、高附加值产品出口稳步增长,比如汽车出口106万辆,金额136亿美元,成套设备出口1250亿美元。民营企业出口占比48%,对出口增长的贡献率为60.2%。前10个月服务贸易增长15%,达到6562亿美元,稳居世界第二。贸易大国地位巩固,贸易强国进程加快。

今年,面对复杂多变的国际环境,我们要认真落实贸易强国行动计划,推动外贸“稳中提质”:一是深入推进“五个优化”。优化国际市场布局,拓展30个左右重点市场,提升发达国家市场,拓展发展中国家市场。优化国内区域布局,提高中西部地区外贸比重。优化商品结构,支持装备制造等高质量、高技术、高附加值产品出口。优化经营主体,支持民营企业发展壮大,培育一批有实力、有影响力的大企业和跨国公司。优化贸易方

式,做强一般贸易,提升加工贸易,发展其他贸易,推进35个跨境电商综合试验区、14家市场采购贸易方式试点。二是抓好“三项建设”,建好外贸转型升级基地,支持国际营销服务网络建设,推进境外品牌展等贸易促进平台建设。三是发展服务贸易,推广服务贸易创新发展试点29条经验,建设数字服务、中医药等特色服务出口基地,提升服务贸易发展水平。

记者:在全球跨国直接投资持续低迷、国际引资竞争日益加剧的形势下,2018年我国吸收外资呈现稳中向好态势,2019年如何将这种势头保持下去,完成稳外资目标?

钟山:习近平总书记强调,中国利用外资产的政策不会变,对外商投资企业合法权益的保障不会变,为各国企业在华投资兴业提供

更好服务的方向也不会变。商务部始终保持政策的连续性和稳定性,积极有效利用外资。去年我国利用外资1350亿美元,增长3%。在全球外国直接投资去年上半年下降41%、发达国家下降69%的情况下,我国仍然是全球投资热点,世界银行将我营商环境上调了32位。上个月中美贸易全国委员会调查显示,90%的企业认为中国是最重要的市场之一,95%的企业表示未来一年将增加对华投入或保持现有投入水平。

2019年,商务部将继续实施外资促进行动计划,努力“稳外资”:一是放宽市场准入,继续缩减全国版和自贸试验区“负面清单”,允许更多领域实行独资经营。推进服务业扩大开放综合试点。二是优化外资结构,加快修订《外商投资产业指导目录》和《中西部地区外商投资优势产业目录》,鼓励外资投向制造业、高新技术产业和中西部地区。协调解决困难问题,推动重大外资项目落地。三是改善营商环境,推动尽早出台外商投资法,完善中央和地方外资投资处理机制,努力营造亲商安商富商的一流环境。

记者:进博会、中美经贸摩擦、自贸试验区和自由贸易港在国内外影响较大,有中央媒体把这三件事作为2018年的十大新闻。下一步商务部将如何抓好这三项重点工作?

钟山:中央经济工作会议对这三项工作作了部署。这是党中央交给商务部的重要政治任务,也是商务部今年工作的重中之重。我们将举全部之力,以钉钉子精神和绣花功夫,把这三项工作抓实抓细抓出成效。

精心办好第二届进博会。深入贯彻习近平总书记“办出水平、办出成效、越办越好”的重要指示,持续打造国际一流博览会。高规格办好主场外交。高水平办好论坛,提高虹桥国际经济论坛的国际影响力。高质量办好展会,展出更多优质商品、技术和服务,满足企业发展进步需要,满足人民美好生活需要。

做好中美经贸摩擦应对工作。2018年12月1日,中美两国元首在阿根廷成功会晤并达成重要共识。我们将按照中央统一部署,认真落实两国元首共识,推进中美经贸磋商谈判工作,深化对美州市、工商界、民间合作,维护中美经贸关系稳定,促进合作共赢。

推进自贸试验区建设和探索建设自由贸易港。赋予12个自贸试验区更大改革自主权,加快试点任务落实,力争取得更多制度创新成果。支持上海自贸试验区新片区扩容工作。推进海南全岛自贸试验区建设,加快探索中国特色自由贸易港建设进程,打造改革开放新高地。

新华社上海1月13日电(记者何欣荣、杨有宗、高少华)常吃外卖的你,有没有发现最近外卖涨价了,分量还不易察觉地少了“一丢丢”?记者调查发现,近期部分外卖平台上调了商户服务费率,涨幅从1到3个百分点不等,由此引发部分商户对终端产品的提价,消费者也不可避免要为此“买单”。专家指出,平台出于成本压力提高服务费率本无可厚非,但从长远看,应跳出“流量收割”思维,通过技术手段提高运营效率降低成本,进而实现平台、商家、消费者的多赢。

多家平台费率上调,中小商户“吃不消”

最近,上海市闵行区一家快餐店负责人马先生收到某外卖平台的新“合作方案”,每单费率从之前的18%上调至21%。这意味着,每卖出一单金额为100元的外卖,需向平台多支付3元。

马先生告诉记者,快餐店的毛利率在30%左右,在房租、人力成本不断上涨的情况下,外卖平台此举进一步加大了店铺的经营压力。“外卖订单占到总销量的一半左右,虽然不情愿,但也只能接受。”马先生说。

这家平台的做法并非个案。经营面包店的何坤表示,去年11月份,某外卖平台服务费率从此前的16%上调到17%,且30元以下的订单,每单服务费按5元收取。

记者调查了解到,外卖平台服务费率按店铺类型、客单价、订单数量、区域位置等参数设定。一般来讲,规模越小、客单价越低的商户,议价能力越弱。上海一家小吃店的店主徐先生指着刚刚被取走的外卖包裹说:“这一单七块五,平台扣两块三。”折算下来,服务费率在30%多。

对于费率上调,某外卖平台表示,商家可以根据自身所处阶段的不同需求,自由增减服务项目,并依据服务内容与合作协议,不同的服务类型对应不同的费率。例如,商户采用平台的配送服务,和商户采取自行配送的方式,合作费率会有很大差异。

尽管外卖平台在提高服务费率的同时,往往搭配更为优惠的配送方案,或给消费者发放更多该店铺的红包,但商户们仍普遍表示了担忧。“随着对外卖平台的依赖越来越大,以后费率会不会继续涨?”马先生说,从最初的“零费率”到5%、10%,再到如今的两成左右,中小商户在与外卖平台的博弈中处于相对弱势地位。

抬高价格或分量“打折”,商户多种方式“消化”成本

费率上调,成本增加,外卖平台上的商户也通过多种方式“消化”成本。

方法一:向消费者转嫁,价格贵了。上海市民王建说,以前点一份牛肉炒饭的花费在30元左右,最近每单花费达到35元。“商户将部分增加的成本转嫁给了消费者。”他说。

北京的消费者黄洁琳从2017年开始使用在线外卖服务。“现在点外卖,不仅优惠券、满减券少了,相应的配送包装费也增加了。如配送费一般5元起,远一点的要加2元。原来没有包装费,现在包装费一般要1至2元,贵一点的要4至5元。”

其实,同样一份餐食,外卖平台价格高于店内价格是常有的事。记者在上海市徐汇区一家商场调查发现,一份麦当劳劳板烧鸡奶茶套餐,在店内购买价格为37元,在外卖平台购买则需40.5元,尽管有满减优惠,但也需另付9元配送费。

方法二:餐食质量“打折”,分量少了。除线上、线下不同价外,一些商户也通过“特殊”手段消化成本。曾在广州一家熟食店打工的傅萍说,由于平台抽成的存在,相比于到店购买,外卖食品的分量通常会“打点折”。

方法三:“绕开平台”自己干。随着服务费率的上调,一些外卖平台上的商家重新给顾客发放联系卡,绕开外卖平台自行配送。此外,部分连锁餐饮品牌如肯德基,也开发了在线订餐和配送系统,减轻对外卖平台的依赖。

少一点“流量收割”,多一点“各方共赢”

根据相关市场机构的统计,2018年上半年,美团、饿了么在外卖市场的交易额占比分别为59%和36%。饿了么和口碑在去年10月份合并后,外卖市场“双寡头”格局进一步强化。

从公开的财务数据看,对入驻商家的抽成是外卖平台的主要收入来源。电子商务研究中心分析师陈礼腾表示,随着人力成本的攀升、物价水平的提高,外卖等生活服务行业的运营成本也呈现上升态势,过往的平台抽佣比例很难适用于今天的市场环境。同时,在消费升级趋势下,为了给用户提供更好服务,生活服务平台在技术、配送等环节不断加大投入,导致成本增大,而这也是各个平台纷纷提高佣金的原因。

“新的竞争者不断涌入,外卖市场并未形成垄断。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,外卖市场竞争相对充分,平台可以制定、提高服务费率,但不能滥用市场优势地位无限制提高费率,或者向平台内经营者收取不合理费用。“要防止‘店大欺客’的现象发生。”

业内专家表示,应通过数字化升级对商家“授之以渔”,而不是“涸泽而渔”。搞成本转嫁,收“流量税”,只会阻断行业和商家数字化升级的最好机遇。此外,除价格因素外,消费者更关注食品安全、品质、健康等因素,外卖平台也可以通过技术手段,不断提升配送效率、降低交易成本、提高服务品质,实现多方共赢。

价格涨了分量还少了,都是「流量收割」惹的祸? 部分外卖平台涨价动因调查