

市场主体登记管理基础性制度确立了

日前,国务院颁布《中华人民共和国市场主体登记管理条例》(以下简称《条例》),自2022年3月1日起施行。《条例》是我国制定出台的首部统一规范各类市场主体登记管理的行政法规,对各单位法律法规中关于市场主体登记管理的相关制度进行了优化和统一,确立了我国市场主体登记管理的基础性制度。

近日,相关部门负责人在国务院政策例行吹风会上表示,《条例》的颁布实施,是保护各类市场主体合法权益、稳定市场预期和信心、促进创新创业的重要举措,也是巩固和拓展我国商事制度改革成果,推动完善更加成熟定型的市场主体登记管理基础性制度的迫切需要。

废旧立新与时俱进

市场主体登记管理制度是市场主体开展经营活动的基础性制度,事关市场主体合法权益保护、市场秩序维护以及营商环境持续优化。

司法部立法二局局长刘长春表示,改革开放以后,我国先后出台了《中华人民共和国企业法人登记管理条例》《中华人民共和国合伙企业登记管理办法》《农民专业合作社登记管理条例》等多部规范市场主体登记管理的行政法规,在推动经济发展、促进创新创业等方面发挥

了重要作用。与此同时,现行市场主体登记管理制度也日渐暴露出一些与新时期市场主体发展不适应、不协调的问题。

“为使立法更好地主动适应‘放管服’改革需要,更好地发挥立法对改革的引导、推动、规范和保障作用,迫切需要废旧立新,制定统一的《市场主体登记管理条例》。”刘长春说,《条例》明确在中国境内以营利为目的从事经营活动的公司、非公司企业法人、个人独资企业、合伙企业、农民专业合作社、个体工商户、外国公司分支机构等自然人、法人及非法人组织应当依法办理市场主体登记;规定了市场主体的登记类别和登记原则、登记和备案事项、登记程序以及监督管理具体要求;明确了登记机关履行职责相关要求;明确了违法行为的法律责任和处罚措施。

市场主体进退自如

市场监管总局登记注册局局长杨红灿表示,为了方便市场主体准入和退出,《条例》作出了一些新的制度安排。

在市场主体准入方面,《条例》对登记主体、登记程序、登记备案事项、登记规范等4个方面的内容进行了统一规定,有效提升登记注册便利度。比如,将市场主体普遍具有的名称、经营范围、注

册资本或者出资额等登记事项进行统一规定,并按照相关法律要求,结合不同市场主体类型的特点,补充规定了登记备案事项。

在市场主体退出方面,《条例》进一步完善了市场主体的注销制度,最大程度地解决市场主体反映的“注销难”问题,对释放社会资源,充分发挥优胜劣汰市场机制作用具有重要意义。比如,对个体工商户等无需清算的市场主体,可以直接向登记机关办理注销登记;未发生债权债务或者已将债权债务清偿完结的市场主体,在全体投资人书面承诺后,可以自主选择通过简易注销程序退出市场。

“《条例》对加强注销工作政府与法院联动作出规定,人民法院裁定强制清算或者裁定宣告破产的市场主体,有关清算组、破产管理人可以直接向登记机关申请办理注销登记。”杨红灿表示。

有望激发更大活力

值得注意的是,《条例》还建立了市场主体的歇业制度,明确因自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等原因造成经营困难的,市场主体可以自主决定在一定时期内歇业。

“考虑到部分市场主体因客观原因,

比如自然灾害、公共卫生事件暂时无法开展经营活动,但仍有较强的经营意愿和能力,为了降低维持成本,借鉴了国际经验,设立歇业制度。”国家市场监督管理总局法规司司长许新建说,市场主体可以自主决定歇业,歇业最长期限不能超过3年。

市场监管总局副局长熊茂平表示,八年来,商事制度改革取得了积极成效。到目前,我国登记在册的市场主体由2012年的5500万户增长到目前的1.45亿户,增长了将近1.6倍,市场主体的活跃度持续稳定在70%左右。今年上半年,全国新设市场主体1394.5万户,基本恢复到疫情前水平。

“《条例》突出展现了近年来我国商事制度改革的成功实践,巩固和拓展了改革的积极成果,保护和稳定了市场主体预期,对进一步完善市场主体登记管理制度提出了新的更高的要求,也为下一步持续深化商事制度改革,优化营商环境提供了基本遵循。”熊茂平说,监管部门将以《条例》的颁布实施为契机,全面做好《条例》实施的各项工作,持续推进商事制度改革向纵深发展,不断扩大改革成效,聚焦优化营商环境,促进各类市场主体发展壮大,为服务构建新发展格局、促进高质量发展提供有力支撑。

据人民日报

借助电商平台 “金红一号”猕猴桃畅销全国各地

8月下旬,正是猕猴桃大量上市的时节,在四川省乐山市沐川县沐溪镇富升猕猴桃合作社果园里,呈现出一片繁忙景象,一米多高的藤架错落有致地遍布山间,成熟的“金红一号”猕猴桃挂满枝头,负责人刘维富正与村民一道忙着采摘猕猴桃。

富升猕猴桃合作社是沐川县一家立足出口的专业合作社,2018年产品出口至“一带一路”沿线的德国、法国、瑞士等国家,去年以来因疫情影响产品未能出口,但通过电商平台产品销往全国各地。

8月24日,笔者走进猕猴桃果园,只见青山环绕,阳光充沛,棚架下,硕大的猕猴桃挂满枝头,惹人喜爱。眼下正值猕猴桃采摘期,刘维富正组织村民对猕猴桃进行采摘、分拣、包装。“果园面积有75亩,预计亩产量800斤。受天气影响,今年预计产量30吨左右,单价10元,预计收入60万元。”刘维富介绍,果园建设之初,我们立足于“出口”,按照国

际标准进行管护,采取喷灌浇水,施有机水溶肥,采用人工除草,从而保证猕猴桃的品质。

“相比普通猕猴桃,‘金红一号’猕猴桃果肉金黄,果心泛红,口感少了一份酸涩,多了一份香甜。”刘维富禁不住夸起自家果子,“金红一号”猕猴桃保存期长,便于采摘运输,吸引不少电商上门考察。

与往年“农户+果贩+消费者”传统销售模式不同,今年刘维富借助新媒体平台及电商平台,开拓县外市场,依托微信小程序“东红家庭农场”,采取“基地+电商平台+消费者”销售模式,20天时间,2吨猕猴桃已销往全国各地。

为更好地发展猕猴桃产业,刘维富开始尝试推广猕猴桃品牌,并注册了商标。谈到未来的发展规划,他信心满满地说:“接下来,继续做好果园管护和猕猴桃品质管理,提升口感和美誉度,打造出独特的猕猴桃品牌,带动更多的老百姓一起发展。”

费定才 通讯员 崔向东

日均业务量约3亿件服务用户超过5亿人次 快递包装如何“瘦”下去?

日均业务量约3亿件、日均服务用户超过5亿人次,随着我国快递业飞速发展,随之而来的包装浪费和环境污染问题也日益凸显。如何让快递包装“瘦”下去,成了行业对绿色包装的诉求。

据国家邮政局相关负责人介绍,在邮件快件包装中,纸箱的回收利用率很高,污染和浪费主要在快递塑料袋包装上。塑料袋、塑料胶带、快递内部塑料缓冲物,并称为快递业的“三大污染”。

以2020年快递包裹830亿件为例,根据有关调研报告,快递包裹40%是塑料袋,50%是纸箱,10%是文件封。据此估算,快递塑料袋共消耗聚乙烯48万吨,相当于耗资2000万吨石油。

“要真正减少快递过度包装所带来的环境污染,必须从源头减量,按规定使用环保材料。”国家邮政局市场监管司副司长管爱光表示,今年4月,国家邮政局正式启动过度包装专项治理,争取利用一年时间,有效遏制过度包装等违法违规行为,初步构建防止过度包装的长效机制。推动出台《快递业限制过度包装要求》行业标准,结合行业实际进一步细化过度包装的认定依据,方便全行业操作执行。

目前,全国电子运单使用基本实现全覆盖,电商快件不再二次包装率达75%,可循环中转袋全网应用率达93.8%,每年可替代传统的一次性塑料编织袋43亿条;45毫米以下瘦身胶带使用率达96.4%,相较传统胶带减少塑料胶带使用20%以上;共有9万个邮政快递网点设置了包装废弃物回收装置,年可回收使用包装箱2亿个。邮件快件包装绿色化、减量化和循环化均取得明显进展。

相关企业也在积极行动。2018年中国邮政集团有限公司率先启动“绿

色行动”,开展绿色包装。比如推广应用窄胶带,推广“一字”“十字”和“井字”科学打包法,避免胶带过度缠绕。2020年全年胶带使用量比2017年末减少5亿米,少用40亿张纸质面单,节约2万吨纸张。目前,苏宁物流共享快递盒投放使用量累计超过1亿次,生鲜循环箱在45个城市实现常态化应用,每天节省的泡沫箱超过5万个。

国家邮政局副局长赵民坦言,近年来,国家邮政局践行新发展理念,实施可持续发展战略,扎实推进快递包装绿色治理,在快递包装绿色化、减量化和循环化等方面取得积极进展,快递运单小了,胶带瘦了,纸箱薄了,油墨减了,可循环包装应用多了。但快递包装绿色治理还有一些亟待补齐的短板。例如,绿色供给相对不足,针对全链条的法治体系尚不健全,上下游协同治理的力度仍然相对不足,产学研衔接有待加强。

邮件快件包装涉及生产企业和用户等多方主体。加强邮件快件包装管理,需要多方协同共治。为推动公共机构积极参与绿色快递建设,促进绿色循环发展,国家邮政局近日联合国家机关事务管理局启动“绿色快递进机关”活动,旨在对推进全社会绿色低碳发展起到积极的示范引领作用。

赵民表示,要以“绿色快递进机关”活动为契机,推进绿色快递建设。一方面,要提升环保意识,提倡简约包装,对非环保快递包装材料说“不”,拒绝过度包装和随意包装;另一方面,要贯彻循环经济理念,优先选择使用可循环快递包装,设置快递包装回收设施,促进快递包装回收再利用。此外,还要加强宣传,影响和带动更多的人参与绿色快递建设行动。

据经济日报



桃子熟了 果农笑了

8月30日,在四川省内江市东兴区双才镇高屋村华俊种植专业合作社的桃园里,果农正在采摘已成熟的蜜桃。

近日,东兴区双才镇高屋村华俊种植专业合作社的30亩蜜桃迎来丰收季,果农们忙着采摘蜜桃保证订单供应,丰收的喜悦溢满了果农的笑脸。

近年来,内江市东兴区双才镇充分发挥城市近郊的区位优势,积极引导农民大力发展蜜桃、柑桔、果桑等特色果品产业,适时推出“乡村采摘游”活动,有效促进了当地农民增收致富。

特约记者 兰自涛 摄

潮动蓉城 乐驾非凡 千余款重磅车型亮相 2021 成都车展

□本报记者 马工 文/图

8月29日,2021成都车展在蓉城开幕。作为中国四大A级车展之一,据了解,本届成都车展展出规模达20万平方米,共吸引130余个汽车品牌携1600辆车型参展。车展首日有近60场汽车品牌发布会,累计带来近80款新车首发亮相,其中全球首发28款,全国首发41款。各车企纷纷展开下半年攻势,国内车市“金九银十”也将成都开启。

此次成都车展重点突出一个“潮”字,主题名也定为了“潮动蓉城乐驾非凡”,那2021年成都车展都在哪些地方呢?

就电动化而言,本次车展的规模不算小。发布的百余款新车中,新能源大约占去一半,据悉,此比重显著高于往届成都车展。参展的新能源车企,去年是7家,今年多出理想、哪吒、零跑、合创、智己、高合、岚图、极氪等新面孔,从花俏的QQ冰淇淋,到个性的欧拉芭蕾猫、樱桃猫,再到瞄准主流的比亚迪海豚和元PLUS,还有立足高端的上汽R汽车ES33、噱头十足的小鹏旅航者X2,类型丰富,花样百出。

得益于产品竞争力的不断增强,自主品牌销售开始持续回暖,成为上半年中国汽车市场整体增长的最强推动力,掀起一阵国货潮,本届成都车展,汽车市场上演了“国货崛起”。长安汽车旗下的UNI系列以打破边界的未来科幻外观设计赢得了一批又一批的消费者青睐。长安汽车在本届成都车展也带来了2022款UNI-T。2022款UNI-T在外观上延续了无边界的造型设计,但是却

新增了“机甲”元素,例如增加“机甲绿”车身配色,配备超感精致化运动包围,格栅内置“四叶草”隐藏式格栅灯等。同时,长城在本次车展也带来不少潮流新车,比如有号称“保定巡洋舰”的坦克500首发亮相。

随着三胎政策的开放,普通的五六座SUV已经远不能满足一个多口之家的用车要求,七座SUV或拥有更多乘坐位置的MPV成为市场宠儿,如今越来越多的汽车品牌也是注意到了这一空缺的消费市场,本次成都车展众多7座和MPV新车云集。本次成都车展广汽传祺就将带来第二代GS8,并在开幕日正式公布内饰。而本次成都车展中热度最高的MPV车型是丰田塞纳,如今丰田塞纳国产,据悉价格将会下探至30万级别。



四川省进一步加强携号转网服务监管 严肃内部问责

本报讯(记者 赵蝶)记者昨日从四川相关部门获悉,为践行“我为群众办实事”主题实践活动要求,落实好党中央、国务院的决策部署,坚决遏制携号转网违规乱象,提升携号转网服务水平,近日,四川省通信管理局召开全省电视电话会议,宣传贯彻《四川省通信管理局关于进一步加强携号转网服务监管的通知》精神,通报了近期携号转网等重点工作的检查情况及初步处理决定。

会议指出,携号转网是党中央、国务院的重要决策部署,是认真践行以人民为中心的重要举措,各企业一是要进一步提政治站位,结合党史学习教育和“我为群众办实事”主题实践活动要求,坚持携号转网是惠民服务的定位,坚决把携号转网服务办成人民群众的满意工程。二是要做好《四川省通信管理局关于进一步加强携号转网服务监管的通知》宣传和落实,确保携号转网“两升两降”(即:增加携号转网服务渠道、畅通办理流程;提高携号转网申请通过率;降低携号转网系统故障量;降低携号转网用户申诉量)重点任务全面完成。三是要持续保持高压态势,加强行业自律,严肃企业内部问责,坚决杜绝违规问题。四川将以零容忍的态度,针对重点问题市州,持续加强监管力度,采取服务、网络安全、工程建设等联合执法监管,对违规行为紧盯不放,穷追猛打,露头就打,确保问题乱象彻底整治。