



《国家积极应对人口老龄化中长期规划》印发 多举措稳步增加养老财富储备

为积极应对人口老龄化,按照党的十九大决策部署,近日,中共中央、国务院印发了《国家积极应对人口老龄化中长期规划》(以下简称《规划》)。《规划》近期至2022年,中期至2035年,远期展望至2050年,是到本世纪中叶我国积极应对人口老龄化的战略性、综合性、指导性文件。

《规划》指出,人口老龄化是社会发展的趋势,是人类文明进步的体现,也是今后较长一段时期我国的基本国情。人口老龄化对经济运行全领域、社会建设各环节、社会文化多方面乃至国家综合实力和国际竞争力,都具有深远影响,挑战与机遇并存。

《规划》强调,积极应对人口老龄化,是贯彻以人民为中心的发展思想的内在要求,是实现经济高质量发展的必要保障,是维护国家安全和社会和谐稳定的重要举措。要按照经济高质量发展的要求,坚持以供给侧结构性改革为主线,构建管长远的制度框架,制定见实效的重大政策,坚持积极应对、共建共享、量力适度、创新开放的基本原则,走出一条中国特色应对人口老龄化道路。

《规划》明确了积极应对人口老龄化的战略目标,即积极应对人口老龄化的制度基础持续巩固,财富储备日益充沛,人力资本不断提升,科技支撑更加有力,产品和服务丰富优质,社会环境宜居友好,经济社会发展始终与人口老龄化进程相适应,顺利建成社会主义现代化强国,实现中华民族伟大复兴的中国梦。到2022年,我国积极应对人口老龄化的制度框架初步建立;到2035年,积极应对人口老龄化的制度安排更加科学有效;到本世纪中叶,与社会主义现代化强国相适应的应对人口老龄化制度安排成熟完备。

《规划》从5个方面部署了应对人口老龄化的具体工作任务。

1. 夯实应对人口老龄化的社会财富储备

通过扩大总量、优化结构、提高效益,实现经济发展与人口老龄化相适应。通过完善国民收入分配体系,优化政府、企业、居民之间的分配格局,稳步增加养老财富储备。健全更加公平更可持续的社会保障制度,持续增进全体人民的福祉水平。

2. 改善人口老龄化背景下的劳动力有效供给

通过提高出生人口素质、提升新增劳动力质量、构建老有所学的终身学习体系,提高我国人力资源整体素质。推进人力资源开发利用,实现更高质量和更加充分就业,确保积极应对人口老龄化的人力资源总量足、素质高。

3. 打造高质量的为老服务和产品供给体系

积极推进健康中国建设,建立和完善包括健康教育、预防保健、疾病诊治、康复护理、长期照护、安宁疗护的综合、连续的老年健康服务体系。健全以居家为基础、社区为依托、机构充分发展、医养有机结合的多层次养老服务体系,多渠道、多领域扩大适老产品和服务供给,提升产品和服务质量。

4. 强化应对人口老龄化的科技创新能力

深入实施创新驱动发展战略,把技术创新作为积极应对人口老龄化的第一动力和战略支撑,全面提升国民经济产业体系智能化水平。提高老年服务科技化、信息化水平,加大老年健康科技支撑力度,加强老年辅助技术研发和应用。

5. 构建养老、孝老、敬老的社会环境

强化应对人口老龄化的法治环境,保障老年人合法权益。构建家庭支持体系,建设老年友好型社会,形成老年人、家庭、社会、政府共同参与的良好氛围。

《规划》要求,坚持党对积极应对人口老龄化工作的领导,坚持党政主要负责人亲自抓、负总责,强化各级政府落实规划的主体责任,进一步完善组织协调机制。推进国际合作,推动与“一带一路”相关国家开展应对人口老龄化的政策对话和项目对接。选择有特点和代表性的区域进行应对人口老龄化工作综合创新试点。建立健全工作机制、实施监管和考核问责制度,强化对规划实施的监督,确保规划落实。

据央视新闻



开机广告被视为“新型商业模式”,江苏约谈7家电视厂商

开机先看广告 智能电视你换了吗

高高兴兴买回智能电视,却发现一开机就被广告包围:这些短则10多秒、长则近1分钟的广告,无法关闭、跳过或快进,给人带来困扰,一些消费者因此对多家品牌智能电视发起投诉。今年10月,江苏省消费者权益保护委员会就智能电视开机广告问题,约谈了海尔、创维、长虹、夏普、小米、海信、乐视7家厂商。“开机广告”引起哪些问题?何以成行业通病?怎样有效治理?记者对此展开调查。

开机先看广告 商场导购不会主动说

李先生热衷于看各类球类比赛。可是,家里的智能电视却让他的看球体验有些不愉快。“有一次着急看球,结果打开的时候三十几秒已经过去了,球也已经进去了。”据李先生介绍,之所以要等30多秒才能看到电视节目,是因为开机的时候需要看一段广告才能切换到节目画面。

记者多地调查发现,消费者选购时,难以对开机广告情况充分了解。在卖场开机后是主界面,买回家开机后却蹦出广告。记者以消费者身份走访了北京、南京、盐城等地几家卖场,TCL、创维、海信等品牌导购无一人主动提起有开机广告的情况。某电子商务平台小米官方旗舰店中,在不显眼的位置处用较为模糊、颜色较浅、字号很小的字标注了小米电视的开机广告政策。

“电视是显示设备,消费者按标价付款购买电视机硬件,硬件中不应在消费者不知情、不同意的情况下包含开机广告等这些无关功能。”江苏省消保委秘书长陆惜春表示,智能电视机制造商发布开机广告应征得消费者同意。

“新型商业模式” 没有广告可能涨价

多家智能电视厂商负责人向记者表示,开机广告已成智能电视行业普遍现象,甚至被视为“新型商业模式”。

“当前,开机广告是智能电视行业重要的利润来源,如果禁放商业广告,会让企业受损很大,并直接影响消费者利益。”四川长虹电器股份有限公司广告产品总监邵巍说,智能电视的低售价相当于向消费者让利,但如果失去开机广告收入,消费者就要面临涨价的结果。

多名业内人士向记者透露,2017年时电视机行业净利润估算已不足1%,当前形势并不比当时好。多家智能电视厂商负责人称,受品牌价格战等多种因素影响,智能电视行业利润枯竭,只能通过“开机广告”增加收入。根据某智能电视厂商公布的数据,开机广告收入曾达170万元/天。

还有些品牌厂商告诉记者,智能电视开机需要几十秒自启时间,消费者“闲着也是闲着”,不如让消费者看看广告。某品牌副总裁卢伟冰曾公开表示,几十秒的开机广告相对消费者几小时的观看时间,占比极小。

专家: “一键关闭”应入国标

中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌认为,智能电视标价和厂商盈利策略不可混为一谈。电视机可以自主定价,消费者是否购买由消费者自主决定。商家无权通过强制广告来向消费者转嫁成本。而且所谓用开机广告收入“贴补”消费者的说法,具体信息既不公开又不透明,难以取信消费者。

江苏省消保委投诉部主任傅铮介绍,经营者有义务向消费者明确告知智能电视开机后加载并播发广告的情况,否则涉嫌侵犯消费者知情权。

“如厂商将必须接受无法自主关闭的开机广告作为购买智能电视的条件,这对消费者显然不合理不公平。”江苏苏源律师事务所律师张明明介绍,广告法规定,在互联网页面以弹出形式发布的广告应确保能一键关闭。不能自主关闭的开机广告,无偿占用消费者的时间资源,侵害了消费者权益保护法规定的公平交易权。

“当前开机广告带来的短期利益无助于智能电视行业创新发展,反而可能让行业继续陷入‘低价血拼’的死循环。”家电行业分析师梁振鹏等多名专家均认为,

相关部门应加强监管力度,加速出台政策标准,规范市场行为。陆惜春等业内人士还建议,应将智能电视开机广告可“一键关闭”列入智能电视生产经营国家标准或规范性要求,根除智能电视“开机广告依赖症”。

据记者了解,海尔、创维、长虹、夏普、小米、海信、乐视7家企业均在被约谈后提交的整改方案中表明:在履行告知义务和投诉机制方面尽快改善,但对于消费者最关心的“一键关闭”功能调整仍需时日。

大数据

96.4%的消费者家中智能电视存在开机广告

45%的消费者家里电视开机广告在15秒-40秒之间

36.21%的消费者家的电视开机广告在15秒以下

9.65%的消费者反映开机广告在40秒以上

创维、海信、小米、海尔、长虹、夏普、乐视等品牌有开机广告

据江苏省消保委对10家智能电视品牌调查结果。 据新华网