

# CPI连续5个月处于“2时代”

## 鲜果类价格已有所回落

■ 劳动报记者 邵未来 摄影 王陆杰

本报讯 国家统计局最新公布的数据显示,7月我国居民消费价格指数CPI同比上涨2.8%,创17个月新高。涨幅较上月扩大0.1个百分点,连续5个月处于“2时代”。其中,鲜果价格上涨39.1%,涨幅比上月回落3.6个百分点;猪肉价格上涨27%,涨幅扩大5.9个百分点。

记者昨天走访了沪上多家超市卖场和水果商店发现,水果和猪肉价格确实“并不便宜”。在一家水果店,摊主向记者介绍的三款苹果价格都超过10元/斤,而新上的一款则卖到7元/斤。据了解,7月中旬以来,随着大量新鲜时令水果上市,苹果价格已经出现了回落。商家表示,之前价格最高时接近15元/斤。

在沃尔玛超市,记者看到,部分猪肉也打着黄色的折扣标签。一位阿姨表示,价格和之前差距不是很明显。而在水果区域,消费者则更愿意选购单价相对较低的西瓜、桃子等水果。沃尔玛方面表示,今年以来,超市全渠道售卖的水果价格整体保持持

对平稳,近期新上市的早酥梨、宾川红提、夏季主打水果水蜜桃和压砂西瓜等销售出现明显增长,居民生活水平逐步提高后,对进口水果也更为青睐,进口的加力果、香蕉,特别是进口苹果,今年以来全渠道销售额已实现同比超一倍的显著增长。

面对物价上涨的压力,国家发改委价格司司长岳修虎表示,影响物价总水平的主要是结构性因素,随着水果、蔬菜的价格回落,然后夏粮丰收,农产品稳产增产,工业品供应充足,我国物价总水平有望继续保持基本平稳运行态势。

国家发改委方面表示,日前出台了财政、金融和土地等多项扶持政策,重点支持种猪场、规模养殖场恢复和扩大产能。同时,积极引导肉鸡等养殖行业扩大生产,增加替代品供应。据有关部门定点监测,今年上半年,肉鸡出栏量大幅增加,同比增幅达到15.8%。同时肉牛和肉羊出栏也明显增加,整个肉类蛋白供应总体平稳。



## “中国互联网100强”出现新面孔

### 蚂蚁金服、字节跳动进入前十强

本报讯(劳动报记者 陈宁)一年一度的互联网百强榜单又有新面孔。昨日,中国互联网协会、工信部网络安全产业发展中心联合发布“2019年互联网企业100强榜单”,阿里巴巴、腾讯、百度继续领跑前三的同时,蚂蚁金服、字节跳动首次进入前十强,分别位列第五、第八名。其中蚂蚁金服首次参与评选。

工信部相关负责人解读,2019年互联网百强企业互联网业务收入高达2.75万亿元,占我国数字经济比重达8.8%,对数字经济的贡献率达14%。

数字经济时代,互联网公司服务对象的广度和深度都在不断扩大,以蚂蚁金服为例,旗下支付宝过去一年新增用户中,半数以上来自三四线城市,而旗下大病互助计划相互宝所有成员中,56%来自三线及以下区域,农村和县城的成员占到了32%。在全球市场,蚂蚁金服和合作伙伴共同服务的用户达到10亿级。

此次榜单除了考虑公司的营收情况之外,创新和社会责任也是重要考量因素。据了解,蚂蚁金服上榜考量包括相互宝、蚂蚁森林等品牌和服务,其中,相互宝作为一款网络互助现象级产品,在过去10个月帮助8000万人建立了一份全新健康保障;蚂蚁森林3年带动5亿人参与低碳环保,已种下1亿棵真树。

作为中国领先的科技公司,蚂蚁金服不仅赢得权威部门点赞,也得到国际机构和资本市场的认可。互联网女皇玛丽·米克尔发布的2018《互联网趋势报告》,列出全球TOP20互联网科技公司排行榜,蚂蚁金服名列第9。

世界银行2019年3月发布《2019年世界发展报告》,将蚂蚁金服评为全球最有价值的金融科技公司。此前,蚂蚁金服曾披露,公司技术岗员工占比超过50%,蚂蚁金服海归技术专才超过公司总人数8%。

## 腾讯音乐遭大规模反垄断调查

本报讯(劳动报记者 陆燕婷)因与环球音乐、索尼音乐和华纳音乐等唱片公司签署具有反竞争效果的独家版权协议,腾讯音乐娱乐集团(简称“腾讯音乐”)正在遭受国家市场监督管理总局大规模反垄断调查。

随着消费者从购买唱片或下载音乐转向使用在线音乐服务,流媒体服务在全球范围内的受欢迎程度大幅上升。中国反垄断监管机构对全球三大唱片公司环球音乐、索尼音乐、华纳音乐提出了问询,原因是它们与腾讯音乐签署了涉嫌排除、限制竞争的独家版权协议。

据了解,此项史无前例的全行业调查于今年1月正式启动,涉及了超过十家公司,包括苹果、阿里巴巴、百度、网易和华为,均受到国家市场监

督管理总局的协助调查传唤。

这是国家市场监督管理总局具有重要意义的一步。因为这是它首次对互联网巨头开展正式反垄断立案调查,标志着中国反垄断机构一改对互联网行业的高容忍度,决心加强对该行业市场竞争的保护。

国家市场监督管理总局认为,腾讯音乐通过长期独占三大唱片公司和其他音乐公司的独家版权,以限制网易云音乐、阿里巴巴的虾米音乐和中国移动的咪咕音乐等竞争对手获取全球最受欢迎和最具有价值的音乐资源,可能损害了市场竞争。

据悉,国家市场监督管理总局还约谈了苹果、百度、华为、小米和字节跳动等公司的代表,以协助调查。

## 中消协:支持对上海迪士尼的诉讼

### 经营者应把消费者需求排在首位

本报讯(劳动报记者 陆燕婷)因禁止游客携带食品入园且要翻包检查,大学生把上海迪士尼告了!这一新闻登上热搜的同时,该事件在持续发酵并引发广泛热议。中消协昨发声,支持对上海迪士尼的诉讼。

在今年年初,上海华东政法大学大三的学生小王携带零食进入上海迪士尼乐园时被园方工作人员翻包检查,并加以阻拦。小王认为园方制定的规则不合法,导致自己的合法权益受到侵犯,便一纸诉状将上海迪士尼乐园告上了法庭。对于“禁止携带食品入园”这一规则,上海迪士尼度假区的答复是:关于外带食品与饮料的规定,与中国的大部分主题乐园以及迪士尼在亚洲的其他目的地一致,如果游客自己携带食品或饮料,可以在乐园外的休息区域享用。

中消协法研部主任陈剑认为,上海迪士尼“搜包”,如果建

立在维护经营者自身利益的角度上,则是损害消费者人身权益的行为。“如果该行为实质是为限制消费者自带食品,那就是假借公共利益为由,对一己私利进行保护。”

中消协副秘书长、新闻发言人董祝礼在接受媒体采访时表示,“禁带外食”的规定其实并不新鲜。从过去曾引发广泛争议的饭店“禁止自带酒水”规定,迪士尼“禁带外食”的自定规则,是否符合法律规定始终是争议的焦点之一。董祝礼认为,经营者的经营行为可以从法律与诚信两个维度上判断。“法律只是底线,很多行为从法律角度看可能并未明显违法,但是否符合诚实信用原则,是否能赢得消费者的信任,这是经营者应当考虑的。”

业内人士指出,上海迪士尼为什么要限制游客自带食品呢?真正的原因是园区内的食品价格和园区外的食品价格有高价差,如果允许游客自带食

品,会影响其经济收益。对于消费者质疑上海迪士尼餐食定价偏高的问题,董祝礼认为,企业经营者的自主定价权是有条件的,经营者的自主权是有条件的。“有两个维度需要考量。第一,定价和它的成本比例是否合理,是否有暴利成分;第二,自主定价是否影响到了公平公正的市场秩序。”

“这次的大学生对上海迪士尼提起诉讼,是消费者行使自己监督权的行为,既维护了个人利益,也维护了公共利益,对此我们是大力支持和提倡的。”董祝礼表示,经营者应把消费者的需求排在首位,树立这种价值观的企业发展才能长久。

“消费者是推动消费者权益保护水平进步最强大的力量。”董祝礼说。针对消费者维权,有律师建议,由于经营者损害众多不特定消费者,不仅仅是小王一个人,可由相关的消费者权益保护组织发起公益诉讼。

上海市民政局2012年评 上海市人民政府2015年评 上海市绿化委员会2011年评

广告

**瀛新园**

园区特推出传统 双人墓59800元

上海市一级公墓  
上海市花园单位(2011年)  
上海市文明单位  
标准化、现代化、规范化公墓  
沪上经典的生态园林式陵园

免费接送 购墓客户,请提前预约,有多条公交车到达陵园,详情请咨询  
免费电话:4008206827,网址:www.shyxgy.com

市区总部地址:上海市成山路451号 详情咨询瀛新园  
总部电话:021-68708192 陵园电话:021-59376000  
营销部地址:场中路2842号 电话:021-66207226  
陵园地址:上海市崇明区新河镇草港公路3188号