

申城首批电子发票本周六开出

4家电商平台在自营商品上将率先试点

本报讯 (记者 胡晓晶) 继电子账单后, 发票也能电子化了。今天上午, 市商务委首次发布申城电子发票试点公告。公告显示: 从本月28日起, 申城将首次开展电子发票应用试点。京东商城、1号店、易迅网、东方购物等4家企业成为首批试点单位, 可在其自营电商平台上面向个人消费者开具电子发票; 而待相关条件成熟后, 亦可向沪上企业买家开具电子发票。

据悉, 申城电子发票试点具体办法“落地”后, 个人消费者在试点企业的自营电商平台上购物, 即可自选纸质发票或电子发票, 两者在财务会计、消费者权益保护等方面具有同等效力。不过, 值得一提的是, 由于上述试点的电商平台上可分自营和联营两大类商品, 所以月底能率先开具电子发票的, 还只是自营类目的商品。

从具体流程来看, 如果消费者选择电子发票, 买家应正确填

写手机号码、电子邮箱等信息; 在支付货款、确认收货后, 系统将自动生成电子发票, 并通过短信、邮件等方式发送提示信息, 即可取得电子发票。电子发票按照税务机关规定的统一样式展现, 并具有下载、打印等功能。至于消费者在取得电子发票后是否还可以重开纸质发票, 公告明确表示仍可要求卖方换开。

据悉, 电子发票的企业试点范围, 未来还有望扩大。公告显示:

试点企业在办理电子发票开户登记后, 应通过上海市国家税务局确认上线运行的电子发票系统, 按照相关规定进行电子发票申领、开具、保存、报送等事项。电子发票开具后, 如发生开票错误、销货退回或销售折让等, 应开具红字电子发票。至于电子发票的真伪信息, 可在上海市国家税务局网站 (www.tax.sh.gov.cn) 查询验证, 消费者有权拒收查验不符的电子发票, 并可拨打纳税服务

热线12366举报。

数据显示: 今年1-11月, 申城实现电子商务交易额9181亿元, 同比增长29.7%。其中, 网络购物(包括商品和服务)交易额1738亿元, 同比增长71.7%。预计到今年年底, 上海全市的电商交易额将突破1万亿元, 规模和发展速度依旧处于全国领先行列。而伴随电子发票开具细则的“落地”, 今后将有更多网购买卖双方用上更便捷、更绿色的电子发票。

中消协调查结果显示

手机终端成信息查询主要手段

本报北京今日电 (驻京记者 杨丽琼) 今天上午, 中国消费者协会发布的“信息消费调查结果”显示, 在京、沪、穗、深等我国12个大城市, 以互联网信息消费为媒介的受访者普遍担心个人信息泄露、支付诈骗以及电脑账号被窃; 手机终端越来越成为“信息查询”的主要手段。

今年第四季度, 中消协通过“定向定量在线”的调查, 对12个城市的消费者参与信息消费的程度、对信息消费的期待和需求, 以及对于以计算机(含移动互联网终端)作为载体, 以互联网信息消费为媒介的信息消费安全软件、操作系统以及电商服务和浏览器使用情况进行了调查。

调查显示, 受访者每天参与信息消费时长集中在1.5-3.5小时。年龄越小, 每天参与

信息消费的时间相对越长。“网购”“工作(处理邮件等)”“视频及音乐下载”为信息消费主要目的的消费者, 多用电脑, 而“阅读”“社交”则多在手机上进行,

相比通过电视、报刊获取信息的消费者, 主要通过互联网获取信息的消费者对信息安全满意度更低。学历越高对个人信息泄露、个人网络行为泄露、位置信息泄露的关注度越高, 打造安全健康的信息消费环境已经成为目前推动信息消费快速发展的关键。

相比一线城市, 二线城市经常使用淘宝网以及天猫的消费者更多, 而一线城市使用京东商城购物的消费者比例高于二线城市, 收入越高使用天猫、京东商城、亚马逊购物的消费者比例越高。

屈臣氏中国版图再延伸 建成1600店覆盖290城



长江实业集团有限公司创始人、董事局主席李嘉诚先生近日在接受内地媒体专访时说, “我的家在香港, ‘长和系’的基地在香港, 永远不会离开香港。我再强调, 即使日后出售业务都只是商业考虑, 跟‘撤资’没有关系。”

对于日前广受关注的全球最大连锁零售品牌屈臣氏母公司和记黄埔集团将从国内撤资的报道, 李嘉诚先生的这一表态也成为坚定而有力的反证。

而作为和黄集团旗下零售业务旗舰品牌屈臣氏, 截至11月, 屈臣氏中国店铺数量已超过1600家, 覆盖290多个城市, 较今年7月公布的1500店有明显增长, 基本以每天一店的速度扩张。

显然, 作为保健及美容产品零售业翘楚, 屈臣氏在中国的步伐还在不断加速。

3000店目标的背后 终端向三四线城市下沉

在2016年底, 在中国内地店铺数量达到3000家, 是屈臣氏一早设立的战略目标。对于新的一年, 屈臣氏方面这样表示: “未来屈臣氏会将终端继续下沉, 开拓更多消费潜力的三四线城市, 这也屈臣氏2014年最为重心的战略部署。”屈臣氏

强调, “满足消费者需求, 为他们提供更好的产品与服务, 是屈臣氏永远前进的驱动力”, 而正是更多更热烈的中国消费者需求, 推动着屈臣氏将新的店面扩张大旗指向了内地广阔的三四线城市市场。

完成地面网络铺设 深化全方位零售体系

增设分店不是撒网捞鱼, 对屈臣氏来说, 其开店理念依然是立足于消费者日益增长的需求, 为他们带来更便利更丰富的购物体验。屈臣氏在坚持实体店是消费体验中心的同时, 也没有忽视网购风潮及其独有的便利性。在此之前, 屈臣氏已有天猫旗舰店、官网商城、掌上网店等电商布局, 近期又进驻京东和亚马逊, 使实体店与电商双线并行、共同发展。

强大的消费潜力 对中国市场充满信心

屈臣氏表示, 对中国经济前景非常乐观, 对国内消费潜力信心十足, 让内地更多消费者畅享健康美丽生活的信念不变。屈臣氏对中国市场的承诺也不变, 屈臣氏将进一步加大投入, 深耕中国消费市场, 把这场健康与美消费风暴吹遍中国大地每个角落。



“黄鱼车”进商场

一个充满创意的“单车市集”昨天起出现在南京路步行街的一家大商场。这里的每

个小铺都设在一辆黄鱼车上, 琳琅满目的各种小商品也别具创意, 吸引不少消费者好奇地前来“赶集”。

杨建正 摄影报道

轨交10号线穿越浦江再增6站

二期工程预计2017年建成

本报讯 (记者 金志刚) 串起虹桥机场、上海动物园、豫园、南京东路、五角场等地的10号线将继续延伸。轨交10号线二期工程正在二次环评公示, 计划2017年建成。

10号线二期工程北部越江连接市中心区和浦东新区, 服务于浦东新区北部及杨浦区北部地区, 与10号线一期工程贯通运营。轨交10号

线二期工程起自新江湾城(不含), 沿淞沪路过黄浦江后, 再沿港城路至外高桥保税区的基隆路站。线路主要途经杨浦区、浦东新区2个行政区。线路全长约10.08公里, 工程总投资73.85亿元。

10号线二期工程, 设站6座, 沿线6个站点分别为国帆路、双江路、高桥西、高桥、港城路、基隆路。预计2017年建成通车。

冬霜一打 本地蔬菜迎来最好吃辰光

本报讯 (记者 朱全弟 特约通讯员 袁亚祥) 外地客菜大举入沪, 地产蔬菜源源不断, 从11月到现在, 本地大路蔬菜的价格几乎可以用“跌跌不休”来形容。甜糯的本地产青菜零售价已经从1.5元/斤跌到了0.8元/斤, 大白菜、菠菜、香菜等蔬菜也降低了身价, 在近一周的时间里, 这些菜每斤至少便宜0.1至

0.4元不等。

今年12月份这段时间天气不错, 蔬菜的长势也好。沪郊及周边地区的最低气温在上周已经达到零摄氏度。浦东新区新场镇明果蔬菜专业合作社负责人吴明芳说, 早上7点多到菜地里, 还能看到蔬菜表面上结着一层薄霜, 这是本地蔬菜最好吃的辰光。

装修将有“沪版规范”

本报讯 (记者 张欣平) 记者从上海市装饰装修行业协会了解到, 《住宅装饰装修服务规范》(上海市地方标准) 明年起将在本市装饰装修行业协会会员单位中全面推行, 让家装过程中原本延误工期、维修不及时、造价低开高走、承诺不兑现等无法度量的服务质量问题, 有了明确、可操作性的标准。

据上海市装饰装修行业协会常务副会长忻国樑介绍, 明年起将提高示范企业的引领作用并逐步在行业内推行, 真正提高家装企业的综合服务水平。

浦东供水雪野办事处迁址

本报讯 (记者 张欣平) 为便利原世博地区的居民办理自来水业务, 浦东威立雅自来水公司客户服务中心雪野办事处昨天迁入新址营业(耀华路496号)。

雪野办事处原先的地理位置较偏, 给广大居民用户前往办理业务带来不便。浦东威立雅公司积极呼应居民诉求, 新址紧邻原世博会展区, 交通十分便利。新址营业厅内分设收费、业务受理、咨询服务等客户接待区域; 在用户等候休息区还配有饮水机、便民服务箱等设施。