

【地理位置】厂房位于渤海新区黄骅市科创产业园内规划路十一以东，中兴大街以西，地理位置优越，交通便利。
【面积详情】房源一：已经建成占地面积10000平方米，厂房5000平方米，分为两跨，跨度为8米，高度为12米，可安天车。配有3层办公楼共1000平方米。

【配套设施】水电齐全，厂区配有350千瓦独立变压器，餐厅、办公室、住宿……一应俱全。
【土地性质】正规园区，工业用地，可环评，可办照。
【适合行业】机械加工、设备组装等。
【租金价格】租金面议，欢迎有意者前来洽谈。
联系电话：010-82893226 13331080856

“渐进式延迟退休”议案 提请全国人大常委会会议审议

我国人口老龄化程度有哪些变化？

十四届全国人大常委会第十一次会议10日上午在北京人民大会堂举行第一次全体会议。其中，会议审议了国务院关于提请审议关于实施渐进式延迟法定退休年龄的决定草案的议案。为什么要实施这项改革？改革实施的经济社会背景又是怎样的？

改革主要目的是 应对人口老龄化

“十四五”规划和党的二十大报告都明确提出，实施渐进式延迟法定退休年龄。在“十四五”规划中，“逐步延迟法定退休年龄”被写入了“实施积极应对人口老龄化国家战略”的章节。

党的二十届三中全会《决

议》对健全人口发展支持和服务体系作出部署，提出“按照自愿、弹性原则，稳妥有序推进渐进式延迟法定退休年龄改革”。专家表示，这也表明改革的主要目的是为了应对我国人口老龄化。

中国宏观经济研究院社会战略规划研究室副主任关博表示，当前人口老龄化已经成为最基本的一个国情，而人口高质量背景下，迫切需要进一步释放社会的劳动要素资源潜力，推动整个全要素生产率达到一个更加适宜的水平。无论是人口预期寿命的延长，健康水平的提高，特别是社会生产能力的改善，让劳动力与社会生产的结合方式，过去几十年里发生了明显的变化，这些都为调整相应的政策提供了一个客观的条件和政策的可

能性。

我国2035年左右 将进入重度老龄化阶段

“十四五”规划和党的二十大三中全会《决议》中，“延迟法定退休年龄”的内容都被放在了与人口发展有关的部分。那么，我国的人口总体发展情况和老龄化程度有哪些变化？

新中国成立初期，我国总人口规模为5.4亿，截至2023年总人口已经达到14.1亿人。人口数量总体快速增加的同时，人口发展也刚刚跨过两个重要转折点。

一是从人口出生情况来看，中国从2022年起出现人口负增长，2023年延续负增长态势。

二是65岁及以上人口占总人口比例，于2021年达到14.2%。

按照国际上的一般划分，这标志着继2000年中国以7%的老龄化率进入老龄化社会之后，从此进入中度老龄化阶段。据预测，2035年左右，60岁及以上老年人将突破4亿，占比超过30%，进入重度老龄化阶段。到2050年前后，我国老年人口规模和比重将达到峰值。

中国人民大学劳动人事学院院长赵忠表示，法定退休年龄制度在20世纪50年代确定以后，事实上一直没有进行比较大的调整或改变，当时的人口状况、经济发展来制定的政策体系，和现在的人口结构和社会经济发展是脱节的。

实际上，老龄化的一个重要原因来自一个积极的变化，就是人口预期寿命的大幅度提高。2023年，中国人均预期寿命已达78.6岁，健康预期寿命，即在身体健康状态下的生存年数也显著提高。并且，随着科技发展和经济结构的改变，纯粹依赖于重体力的劳动在大幅减少，更多的是知识型、技能型的岗位，这为延长工作年限提供了更多可能。

中国人民大学劳动人事学院院长赵忠表示，预期寿命增加，意味着可以继续从事生产经营活动的年龄也增加了。通过制度性的改革，可以更好地来增加国家劳动力的规模，事实上对于一个国家的社会经济发展起着非常重要的意义。

据央视

数据注水欺瞒商家、虚假宣传诱导顾客 网红带货何以信口开河“两头坑”

“直播间显示的猕猴桃鲜嫩可口，汁水丰富，怎么我收到货后就是一堆烂果，猕猴桃也不像直播时那么大。”

今年7月初，河北省廊坊市李东（化名）在某网红直播间看到猕猴桃的推荐，便花了49.9元购买了两箱精美礼盒装猕猴桃。收到货后才发现猕猴桃坏了一堆，而且口感、味道与主播宣传的相去甚远，最关键的是该商品包装上没有任何信息，属于“三无”产品。

李东只是众多被网红带货坑骗过的消费者之一。近期，多位消费者向记者反映：看到知名网红带货才下单购买，下单界面显示“当日已售999+”，到货后发现商品质量奇差。再回过头来查看商品界面发现，商品真实销量只有几十件。

产生困惑的不只是消费者。不少商家反映近段时间发现一个怪现象：明明花大价钱请了网红带货，直播时订单多到数不清，第二天却收到大量退订通知，实际成交数惨不忍睹。

受访专家认为，网红达人为了赚取更高的利益，一边给商家的卖货数据“注水”来赚取巨额坑位费，一边用虚假宣传迷惑消费者割“韭菜”，这种“两头坑”的现象不仅违反了市场公平竞争原则，也侵害了商家和消费者的知情权和选择权。

数据注水骗坑位费 实际直播销量惨淡

近日，某网红被指割商家“韭菜”，一边疑似通过数据注水制造虚假繁荣，骗取商家巨额“坑位费”；另一边利用“夸张”话术宣传产品功效，误导消费者。

在相关视频中，商家称该网红给其的几次带货中尽管销售额有上千万元，但很大一部分都是刷单。据该商家公布的记录显示，不少买家使用的是同一个账号，在每一场直播中都会大量下单一件产品，购买后立即发起退



款。

今年4月，一演员曾为某商家在直播间带货，厂家支付了3万元“坑位费”，为这场直播备货60万元商品，最终却以0销量惨淡收场，之后还遭遇了维权难的困境。

今年1月有品牌方爆料称，某明星到网红直播间带货，某腊肉品牌的负责人为此准备了价值170万元的腊肉产品，结果只卖出去一单。本希望通过网红助阵提升销量的商家，最终不赚反亏，还要莫名负担大量退单产生的快递费、人工费和退货仓储费，损失惨重。

记者近日在调查发现，一批以“对接推广”为名，实则专为主播提供刷单服务的团队出现在网络平台，不少人发布诸如“每天动动手指就能赚钱”“赚生活费了！当天秒结账！”的帖子吸引一批想要赚外快的大学生、宝妈等人群。

不仅如此，网上还有大量买粉、买评论转发的店铺。记者随机咨询了一家店铺如何收费，商家发来一张价目表：3元100个赞、5元200个赞；12元100名粉丝、48元500名粉丝；7元30个评论、3元100个评论、2元10000播放量等。有的店主直接表示，在“xx”直播间发布一条评论、拍下一件商品，就能获得几

元钱的收益，多发多得。

一位业内人士向记者透露，直播间邀请网红带货时，一般会规定销售额需要达到的具体数额。为替主播完成销售额，一些网红团队会寻找刷单人员。“一般协议中都会出现‘禁止刷单’条款，但实际操作中不少网红背后的团队私下都会找人刷单。”

对此，中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示，合同结算形式有很多种，其中最重要的是“商品交易总额”（是一定时间段内成交总额。多用于电商行业）。该成交量既包括真实成交量，还包括“拍下未付款”的部分。商品交易总额多，真实成交量低，就是因为主播利用不正当手段进行刷单。只要利用水军刷单冲销量提高“商品交易总额”，达到所需销售额，再发起退款申请或者退货，网红团队和水军就稳赚不赔。而商家不但要支付网红“坑位费”，还要承担退货带来的损失。

收费发帖直播刷屏 虚假宣传诱导消费

“前段时间，正打算入手一款面膜。每次购物前我都喜欢先看下想要购买的商品的直播，觉得在直播间能够看到商品使用

后的真实效果。”在北京读研的小刘告诉记者，她在某社交平台看到该款面膜的分享后，又到售卖面膜的网红直播间，看到主播的试用效果立竿见影，便毫不犹豫地下单购买。

小刘使用后发现，面膜效果并不好，自己还出现了皮肤泛红、刺痛的情况，在网上一查才知道，对于该主播刷单的讨论和实锤很多。“很多人说这个品牌一直在找人做推广，实际根本没这么多人购买、使用，一直欺骗我们这些真实购买的消费者。”小刘气愤地说。

“买一件到手十二件，这个牌子的东西我一直回购……”这样的话术在直播间并不鲜见。仅上线十几秒的商品瞬间成为销售“爆款”，满屏的点赞、好评。

直播时刷屏的“好物”，买回来后却质量极差。好评从何而来？成千上万的高额成交量背后又藏着什么猫腻？

近日，北京市朝阳区的王女士收到一则邮件，对方自称是“xx传媒公司”的工作人员，可以帮助她和商家对接，替商家带货。在该传媒公司的撮合下，没过几日就有一款“大牌”面膜公司联系到王女士，称只要发帖宣传面膜就能拿到酬劳。“因为第一次合作没什么经验，商家发来商品的评价内容，自己也没有亲

身试用商品，就发了帖。”王女士说。

发完帖后，王女士被拉进了一个群聊，群主每日都会发布一些“小众”商品，由群里的“博主”自行认领，发布内容可得10元至20元的报酬。还有一项任务则是在指定直播间进行刷屏或带货视频的点赞、评论，直播中途不能退出直播间，佣金为15元一小时，一场直播下来能赚五六百元。

朱巍说，《网络交易监督管理办法》、电子商务法中都有明确规定，电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。因此，主播在电商平台评论区中操纵评价、滥用评论或利用虚假评论诱导消费者等行为，都是被禁止的，并且可能构成违法行为。

健全网络监管机制 实时监测智能分析

近些年，类似的网红“变现”套路并不鲜见，这种行为的本质，就是在挥霍商家和消费者的信任，这种“两头坑”的乱象在破坏正常直播带货行业秩序的同时，也破坏了正常的营商环境。

对主播雇佣“水军”虚假刷单坑害商家、误导消费者的行为，该如何进行整治？

目前，国家相关部门已经出台规定，严厉打击“刷单炒信”、虚构交易等虚假宣传违法行为。今年4月，中央网信办在全国范围内开展的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动中，重点整治通过摆拍场景等内容博眼球，在直播带货中进行虚假宣传等行为。近日，中央网信办又印发通知，在全国范围内部署开展“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动，重点整治“编造虚假场景人设，无底线带货营销”“欺骗消费者，销售假冒伪劣商品”等问题。

据《法治日报》