

以一流营商环境赋能广东高质量发展

今日论衡之 **社会观察**

□陈广江

营商 观察

□杨柳

积极利用人工智能技术提升涉企服务水平，“AI投资助手”为客商精准匹配政策与资源；全面推行行政检查“亮码入企”，试点“无事不扰”清单，企业开办“一网通办、一天办结”……近年来，广东持续优化营商环境，为各类经营主体打造广阔发展空间、厚植投资兴业沃土，经济吸引力和竞争力不断提升。

营商环境是企业生存发展的土壤，也是体现区域竞争力的重要标尺。作为改革开放的排头兵、先行地、实验区，广东锚定“审批备案数量最少、政务服务速度最快、产业生态环境最好”的目标，以市场化、法治化、国际化为基本方向持续迭代更新营商环境。今年2月，

广东集中发布优化市场化、法治化、国际化一流营商环境的3个工作方案，打出一套精准有力的“组合拳”。

打造一流营商环境，要更加注重提升经营主体获得感。营商环境好不好，经营主体最有发言权。广东按照全国最优标准，对891项省级涉企审批备案事项全面梳理优化，明确“能取消的都取消、能马上办的都马上办、能网上办的都网上办”，同时，全面推行行政检查“亮码入企”，试点“无事不扰”清单、“企业安静生产期”等制度，为各类经营主体干事创业创造了良好条件，企业满意度、获得感不断提升。接下来，还要继续提升服务精准度，聚焦企业反映强烈的堵点痛点问题，提出务实解决方案、增进服务效能，让政策红利精准触达企业，切实增强企业发展信心和获得感。

打造一流营商环境，要更加注重

建产业生态。优良的产业生态是企业茁壮成长的重要支撑。近年来，广东通过“链长制”等着力打造完整产业链配套，持续完善要素保障、资金融通、人才支撑、数据赋能等各方面政策体系，营造了链条配套和要素保障应有尽有、高效便捷的产业生态，为企业发展提供了全方位的支持和服务。接下来，还要继续围绕数据、人工智能、低空经济等新赛道新领域强化制度供给，健全重点领域知识产权保护规则，着力塑造有利于科技创新和产业升级的体制机制，引导、培育和催化更具竞争力与韧性的产业生态。

打造一流营商环境，要更加注重对接国际规则标准。开放也是重要的营商环境，优化营商环境需要“内外兼修”。这些年，广东不断深化与港澳规则衔接、机制对接，持续推进贸易和投

资自由化便利化，推动实现商品、资本和人才的跨境便捷流动，加快集聚全球制造资源、服务资源。接下来，广东要聚焦构建与国际接轨的制度型开放体系，主动对接国际高标准经贸规则，在产权保护、产业补贴、环境标准等领域实现规则、规制、管理、标准相通相容，依法保护外商投资权益，以规则衔接促进要素流动，以制度型开放不断提升国际吸引力。

营商环境没有最好，只有更好。实践证明，只有进一步全面深化改革、持续在关键环节上精准发力，才能真正打造出让企业“进得来、留得住、长得好”的一流营商环境。用更有温度的服务、更有力的举措让每一位创业者、企业家获得最佳体验和最好服务，市场活力和创造力才会持续迸发，广东高质量发展的根基也会愈发坚实。

兼职跑腿 要警惕“犯罪工具人”陷阱

“帮忙取个包裹，跑一趟腿，就能赚500元”……这样的兼职“好事”，听起来轻松又诱人，但背后可能隐藏着巨大的法律风险。

据《人民日报》报道，实践中，有不法分子抛出“高额跑腿费”的诱饵，要求“兼职跑腿者”按照指令，逃避侦查、隐蔽交易、避开监控、隐瞒工作内容，打着跑腿、兼职的幌子做违法犯罪之事。暑期来临，年轻人关注兼职信息的多起来。法官提醒，对跑腿兼职信息一定要辨别是否存在可疑之处，不要被不法分子的甜言蜜语，掉入其精心设置的陷阱。

众多案例反复印证一个最简单的道理——天上不会掉馅饼，高回报必然伴随高风险。暑期是学生兼职的高峰期，也是此类陷阱的高发期。年轻人涉世未深，对财富充满渴望，容易因一时心动而放松警惕。一份正常的跑腿报酬符合市场规律，动辄数百上千元的费用，已经远远超出劳务本身的价值，这笔钱买的不再是体力，而是犯罪风险的转移。

报道显示，上海毛某代购黄金，明知钱款来源不正仍帮人刷卡219万，涉诈骗赃款183万，获刑一年缓刑并处罚金。新疆许某代送电话卡银行卡，完成十余单获利万余，被判处有期徒刑。福建高某配送含毒电子烟，从外变卖沦为毒贩同伙，领刑十个月。这三起案件无一例外，均始于对高额跑腿费的贪婪，终于法律的严惩。每一个涉案人都曾抱有侥幸心理，以为跑腿而已，不算犯罪，最终却用自由为这笔“兼职”买单。

这些案件的共同特征是当事人对行为性质的认知处于灰色地带。

明知可能犯罪，但又自我安慰“不是主犯”“没直接害人”。法律评价的是行为本身的社会危害性，而不是行为人在犯罪链条中的位置。只要行为客观上帮助了犯罪活动，主观上存在明知或应知，就足以构成犯罪。司法机关判处刑罚，考量的正是这种故意或放任的心理状态。

跑腿经济本身是便利生活的正常业态，不应污名化。问题出在那些刻意规避监管、要求隐瞒行踪、报酬严重偏离常理的“特殊订单”上。凡是要求不走平台、现金交易、躲避监控、不问货物来源的委托，本身就散发着危险气息。正常生意光明正大，只有见不得光的勾当才需要如此遮遮掩掩。识别这些异常信号并不需要专业法律知识，只需要坚守常识、保持警惕。

司法机关对跑腿类黑灰产犯罪的打击日趋精准。从掩饰、隐瞒犯罪所得、犯罪所得收益罪，到帮助信息网络犯罪活动罪，再到走私、贩卖、运输、制造毒品罪，法律条文编织了严密的法网。不懂法不能成为免责理由，侥幸心理尤须警惕。每一份判决都在向社会传递清晰信号，跑腿有边界，兼职有底线。遏制此类犯罪需要源头治理，平台要压实审核责任，监管部门要加强巡查，每一个普通人也应对此清醒。

高薪跑腿的谎言已经收割了太多人的前程，后来者不应再重蹈覆辙。面对诱惑，多一分警惕，少一分冲动，就能避免从兼职者沦为阶下囚。这个暑期，愿所有年轻人都能擦亮双眼，用勤劳合法的劳动换取安心报酬，而不是用自由和信用为短暂的高薪买单。

镜头前抓捕售假主播，是一堂生动的法治“公开课”

热点 快评

□汪昌莲

原价4万多元的奢侈品项链，直播间只卖499元；标价10多万元的手镯，直接“砍”到399元……热门短视频平台直播间内，带货主播正起劲地兜售多款国际知名品牌首饰。突然，直播被中断，镜头外传来一阵大喝：“不要动！手机放下！”这是安徽合肥警方捣毁售假网络直播间的现场画面。（7月1日光明网）

直播间内，带货主播正声嘶力竭推销假冒产品，执法人员当场现身实施抓捕，全程直播、现场取证，这一幕引起众人围观。不同于以往事后查处、私下追

责，镜头前当场执法的画面直观震撼，不仅斩断售假利益链条，更给主播、平台、消费者上了一堂直击人心的打假“公开课”，以实际案例敲响网络营商环境警钟。

直播电商蓬勃发展，流量红利之下，假货乱象屡禁不止。部分带货主播利欲熏心，无视法律法规，以低价为噱头兜售高仿、伪劣商品，虚假宣传、虚构产品功效，利用信息差收割消费者。不少主播心存侥幸，认为线上交易隐蔽、监管难以实时介入，直播间虚假承诺、以次充好肆意横行。即便有消费者投诉维权，也常常面临举证难、追责慢、退款难等问题，售假成本低、违法收益高，助长行业歪风。

此次执法人员突袭直播间、现场控制涉案主播，打破不法分子“线上作案无

人管”的幻想，直观展现监管力量时刻在线。镜头前抓捕，普法效果远胜一纸处罚通告，是极具冲击力的警示教育。

这提醒所有从业者，流量不能凌驾于法律之上，售卖假货、虚假宣传，必将受到法律惩治。对广大消费者来说，亲眼看见售假主播落网，也能提升辨别假货、主动维权的意识，不再轻易被夸张低价、虚假话术蒙蔽。

这场“公开课”，同样直指直播平台管理缺位短板。主播公然售假，平台事前审核、实时巡检、风险拦截机制形同虚设。平台手握流量分发、商品上架审核权限，却对违规带货行为睁一只眼闭一只眼。此次现场抓捕，也倒逼平台压实主体责任，不能只做流量收割者，更要当好市场把关人。平台需完善商品资质核验，加大直播间动态巡查力度，

建立违规主播黑名单，对售假账号从严封禁，从源头压缩假货生存空间。

常态化执法，才能持续巩固打假成效。单次现场抓捕起到警示作用，整治直播售假更要长效监管。市场监管、公安、网信等部门应建立联动执法机制，依托大数据筛查异常直播间，开展常态化整治；简化网路维权渠道，降低消费者举证成本，形成“发现、举报、查处、曝光”完整监管链条。同时持续开展线上普法，明确直播带货法律责任，引导从业者守法经营。

流量再大，不能逾越法律红线；带货再火，不可触碰诚信底线。唯有监管持续发力、平台扛起责任、从业者心存敬畏，才能净化直播电商环境，让直播带货回归诚信经营本质，守护消费者合法权益。

当别人还在追风口，蓝月亮已经造了两阵风

文/孙琦曼 图/蓝月亮

2026年6月，广州黄埔区蓝月亮洗涤研究教学中心，一批又一批消费者穿梭在洗涤科技馆里。有人对着实验台观察不同洗衣液的去渍效果对比，有人围在工程师身边学习“1/3筒按一泵”的用量方法论，还有人掏出手机拍下墙面上的“科学洗衣法”示意图。这是蓝月亮持续举办的“至尊洁净之旅”活动。2025年全年，全国各地消费者受蓝月亮邀请，参加了380余场沉浸式体验活动。不只卖产品，他们把“怎么把衣服洗干净”这件事当成一堂公开课——把消费者请进教学中心，围绕生活中的洗涤难题——科普。

这是蓝月亮“逆行业而行”的一个切面。2008年洗衣粉占据95%的市场，它推出洗衣液；2015年浓缩洗衣液在中国占比不足4%时，它死磕“浓缩+”；当有人在卷大瓶、卷低价、卷香型时，它在卷一件最基础但最重要不过的事——把衣服真正洗干净。

你家的洗衣液，真的能把衣服洗干净吗？

这不是一个无厘头的问题。第二届生物清洁护理高质量发展论坛上的一组数据显示，部分洗衣液的有效成分含量低至3%，近四成产品达不到行业推荐标准。多位业内人士坦言，这些产品的“合格证”，大多是企业自己发给自己的。

在直播间，9.9元包邮的“洗衣液”大行其道；在线下货架，“超值大桶装”堆满了过道。消费者被反复灌输错误的观念：“越黏稠=越浓”“倒得越多=洗得越干净”“泡沫越多=越强效”。

但事实是，当前市售洗衣液执行的行业标准要求普通型总活性物≥15%、浓缩型≥25%。然而，部分企业自行制定的标准仅为≥5%，甚至不到行业标准的三分之一。苏州2025年抽检中，20批次产品的活性物含量在5%至22%间波动。

活性物，是洗衣液中真正起去污

作用的核心成分。活性物含量低于3%的产品，仅适用于轻度浮尘清洁，连家庭常见的血渍、辣椒油都洗不干净。中国洗涤用品工业协会理事长汪敏燕直言：“企业标准制定得过低，本质上是对消费者的不负责任。”

更值得关注的是，目前仅有不到一半的洗衣液执行行业标准，其余均执行各自的企业标准。这意味着，超过半数的产品，其质量标准由生产商自己说了算。汪敏燕坦言，真正有技术含量的高质量产品，往往因为价格高于低档杂牌，市场份额被挤压。

在流量为王、销量至上的运营逻辑下，劣质产品抢占市场，优质产品反而处于竞争劣势。行业期待的《洗涤剂用品质量分级标准》目前已完成多轮讨论，但在标准落地之前，消费者只能在一堆“自己给自己发合格证”的产品里赌运气。



蓝月亮力求把衣服真正洗干净

从“粉转液”到“浓缩+”，蓝月亮为什么总做超前的事？

过去，洗衣粉遇水结块，洗衣皂不易保存、碱性强烧手、衣服越洗越硬……这些痛点消费者忍了几十年，却没有品牌愿意改变。原因很简单：洗衣粉市场体量太大，巨头们没有动力自我革命。

2008年，蓝月亮推出洗衣液，推动行业从“粉”到“液”完成第一次升级。

2015年，彼时欧美发达国家浓缩洗衣液占比超96%，中国不足4%。蓝月亮推出国内首款“浓缩+”洗衣液。为了攻克浓缩产品“高浓度必然黏稠”的技术难题，配方调试超千组、实验上万次，最终研发出低黏稳定技术，让高浓度洗衣液做到了1秒溶解的水感流动质地。

10年过去了，浓缩洗衣液在中国市场的占比仍未达到发达国家水平，但蓝月亮的至尊系列已经迭代了

四代：从初代浓缩+，到2018年的生物科技洗衣液（搭载多重活性酶、抗污渍再沉积剂、纤维素酶三大核心技术），再到2021年的除菌去味款、2024年的全效洁净款。

至尊系列的活性物浓度高达47%，是行业标准洗衣液的3倍。1瓶660g相当于8斤普通洗衣液，一泵可洗8件衣服。配合水感秒溶+低泡易漂技术，还支持15分钟快洗模式——用更少的产品、更短的时间、更少的水电，把衣服洗得更干净。

这不是简单的“浓缩”，而是对价值的重新定义。科技的意义，正是让高品质的洁净变得简单可及。浓缩这条路，蓝月亮走了十年。配方迭代、技术攻关、市场教育——每一步都需要时间、金钱和耐心。技术不是写在说明书上炫耀的，而是要让用户真正感受到“洗衣变高效了”。

连续17年第一背后，蓝月亮靠什么坚持长期主义？

2026年4月，中华全国商业信息中心发布2025年度市场统计结果显示，蓝月亮洗衣液连续17年（2009年-2025年）稳居市场综合占有率第一。作为洗衣液品类自启动统计以来首个且唯一长期稳居榜首的品牌，这份成绩单是消费者投票的结果。

2025年，蓝月亮营收84.09亿港元，销售及分销开支同比下降11.5%至44.68亿港元。从联合头部达人带货，到建设十余个品牌直播间、日均直播超16小时，蓝月亮在渠道策略上完成了从“流量粗放经营”到“矩阵精细化运营”的转身。

更重要的是，这些营销投入并非简单的“买流量”，而是知识营销。2015年起，蓝月亮启动“科学洗衣中国行——拯救100亿件衣服”公益活动，走进社区免费帮消费者处理难洗的衣物，开设洗涤科技馆，演示科学洗衣方法；2024年启动“至尊洁净之旅”线下活动，让用户走近未来洁净科技，亲身体验洗衣新方式。同时，线上直播间讲价格更讲价值，将产品的功能和污渍的清洁通过实时画面呈现出来，让用户为信任而买单。

蓝月亮做知识营销的逻辑很朴素：优质的产品搭配科学的方法，才能真正解决消费者的清洁问题。把“用什么、

怎么洗”教给用户，比任何促销都更有长期价值。

与此同时，蓝月亮在绿色可持续发展上的布局同样超前。截至2025年底，蓝月亮拥有51款中国环境标志产品、11款中国节水产品、27款中国绿色产品、5款浓缩+认证产品。天津、永和、重庆工厂获国家级绿色工厂称号。2025年光伏发电总量3295MWh，单位产品温室气体排放较2020年减少超过33.6%……

洗涤剂浓缩化和绿色化，是行业公认的发展方向。浓缩产品意味着更小的包装、更少的运输能耗、更低的碳排放。蓝月亮在2015年布局浓缩+，当时这还不是“风口”。十年后，当政策推动行业向绿色化转型时，蓝月亮已经跑在了前面。

30多年来，蓝月亮只做一件事——洗涤。从2008年推动“粉转液”，到2015年死磕“浓缩+”，再到今天的生物科技洗衣液，每一次技术跃迁都不是在追逐风口，而是回到同一个原点：让洁净变得更简单、更轻松、更普惠。

在这个追求短期流量的时代，做对的事可能要等十年才能被看见，但蓝月亮还在做——不是“等”，而是一步一步，把对的事做下去。



蓝月亮持续举办至尊洁净之旅活动